روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۱۴ مرداد
۱۳۹۹

Tue.04 Aug 2020
۱۴ ذوالحجه ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۹۷-۱۶صفحه-۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

مجادله بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه درباره علت رشد تورم ادامه دارد

معمای تورم

گزارش مرکز آمار نشان می‌دهد تورم فصل بهار ۹۹ بالاتر از بهار سال‌های ۹۷ و ۹۸ رشدی حدود ۶٫۸درصدی داشته است. افزایش نرخ تورم آن‌هم در شرایطی...

۳

بحران کرونا باعث رشد اغلب کسب‌وکارهای دیجیتال در ایران و جهان شد

همزیستی استارت‌آپ‌ها با کووید-۱۹

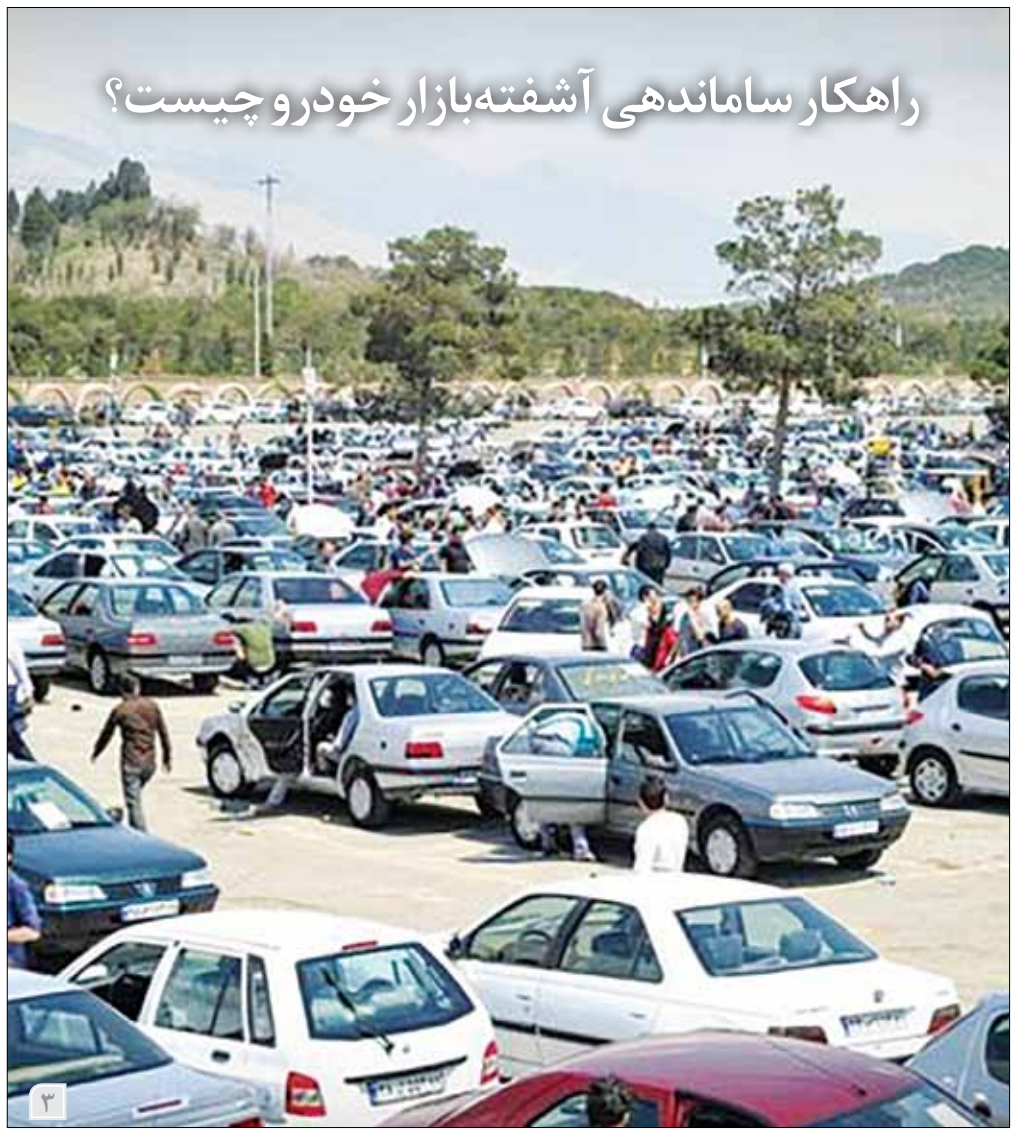
فرصت امروز: بررسی‌ها نشان می‌دهد با شیوع کرونا، کسب و کارهای سنتی عمدتا با تعطیلی و تعدیل نیرو مواجه شدند، اما کسب و کارهای نوپا یا همان استارت‌آپ‌ها، واکنش متفاوتی به بحران کرونا نشان دادند. به این گزاره‌ها توجه کنید: «اوبر» ۳۷۰۰ نفر از کارمندانش را به واسطه بحران کرونا تعدیل کرد، «ایربی‌ان‌بی» ۲۵درصد از کارکنانش را اخراج کرد، درآمد «زوم» ۱۶۹درصد افزایش یافت، تعداد سفارش‌های ارسالی «گاج‌مارکت» ۸۸۱درصد جهش پیدا کرد، تعداد سفرهای «اسنپ» ۷۰درصد کاهش یافت و... این اعداد و ارقام، آنچه که در دنیای کسب‌وکارهای دیجیتال به واسطه بحران کرونا اتفاق افتاده را به وضوح نشان می‌دهد؛ بحرانی که به تعبیر صندوق بین‌المللی پول، «شبیه هیچ بحران دیگری نیست.» حدود شش ماه از ورود کرونا به ایران و جهان می‌گذرد...

۲

قائم‌مقام بانک مرکزی از ارائه وام ودیعه مسکن به عنوان خرید کالا خبر داد

جزییات کمک‌ودیعه مسکن مستاجران

۴



۳

مدیریت و کسب‌وکار

- الزامی‌ترین اقدامات امنیتی در محیط‌های کاری
- ارزیابی توانایی سازمان‌ها برای تغییر
- چگونه وفاداری مشتریان خود را افزایش دهیم
- چالش بازاریابی کم‌هزینه زیر سایه کرونا
- رایانه‌های گیمینگ اقدام جدید کونامی
- بازاریابی با استفاده از تکنیک آشناسازی مخاطب هدف

نسخه پولی توییتر چه قابلیت‌های اضافه‌ای ارائه خواهد داد؟

۸ تا ۱۶

یادداشت

تامین مالی بنگاه‌ها؛ بازار سرمایه و فرصت‌های آن؟

یلدا راهدار
نایب‌رئیس سازمان ملی کارآفرینی

بنگاه‌های کوچک و متوسط نقش مهمی در ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی پایدار داشته و مسیر توسعه صنعتی بسیاری از کشورها با سرمایه‌گذاری و رشد این بنگاه‌ها پیش رفته است. این بنگاه‌ها به‌عنوان حلقه اتصال بین صنایع و بخش‌های مختلف نقش مهمی ایفا می‌کنند. تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط در سازمان‌های بین‌المللی و داخلی متفاوت بوده و غالباً براساس تعداد کارکنان یک واحد طبقه‌بندی می‌شود. بانک مرکزی ایران بنگاه‌های دارای ۱۰ کارگر را خرد، ۱۰ تا ۴۹ کارگر را کوچک، ۵۰ تا ۹۹ کارگر را متوسط و بیش از ۱۰۰ کارگر را بنگاه بزرگ تعریف می‌کند.

برمبنای آخرین آمار (سال ۱۳۹۶) تعداد بنگاه‌های صنعتی کوچک و متوسط ۲۷ هزار و ۳۱۵ واحد بوده که حدود ۹۰درصد کل واحدهای صنعتی کشور را به خود اختصاص داده است. تعداد شاغلان، میزان سرمایه‌گذاری و ارزش‌افزوده بنگاه‌های کوچک و متوسط به ترتیب ۴۰، ۲۴ و ۲۰ درصد کل واحدهای صنعتی را تشکیل داده است. علاوه بر بخش صنعت...

۴

معاون اول رئیس‌جمهور از وزارت اقتصاد و سازمان بورس خواست تا از سرمایه مردم در بازار سرمایه مراقبت کنند

دفاع جهانگیری از بخش خصوصی در برابر رسانه‌ها

جلسه شورای عالی اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، روز گذشته به ریاست معاون اول رئیس‌جمهور برگزار شد و عمدتا به دفاع جهانگیری از بخش خصوصی اختصاص داشت. اسحاق جهانگیری در این نشست با انتقاد از کسانی که به بخش خصوصی حمله کرده و آنها را افرادی غارتگر معرفی می‌کنند، گفت: «باید فرهنگ حمایت و دفاع از بخش خصوصی در جامعه ترویج پیدا کند و اجازه ندهیم که به بخش خصوصی و فعالان اقتصادی در رسانه‌ها بی‌حرمتی شود.»

معاون اول رئیس‌جمهور با تأکید بر اینکه «شورای عالی اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مسئولیت هماهنگی و برنامه‌ریزی برای اجرای این سیاست‌ها را برعهده دارد»، ادامه داد: «با وجود اقدامات و دستاوردهای خوبی که در بخش سرمایه‌گذاری و خصوصی‌سازی انجام شده اما هنوز فاصله زیادی با اهداف تعیین شده داریم. پس از ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی از سوی مقام معظم رهبری و رفع محدودیت برای رشد بخش خصوصی، انتظار می‌رفت که بن‌بست‌های بزرگی از پیش روی بخش خصوصی برداشته و برای فعالان اقتصادی و به طور کلی برای اقتصاد کشور افق‌گشایی شود.»

جهانگیری با بیان اینکه «باید همزمان با ابلاغ سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌ها برای رشد بخش خصوصی، فرهنگ‌سازی لازم در جامعه نیز انجام می‌شد»، خاطرنشان کرد: «سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی باید به گفتمانی غالب در کشور تبدیل شود و سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی به عنوان انسان‌هایی شریف در جامعه شناخته و معرفی شوند که با سرمایه‌گذاری خود به دنبال توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی در کشور هستند.»

او در ادامه جلسه با اشاره به گزارش وزارت امور اقتصادی و دارایی درخصوص عملکرد هیأت مقررات‌زدایی و بهبود کسب و کار، این گزارش را مثبت ارزیابی کرد و گفت: «اینکه براساس گزارش‌ها روند صدور برخی مجوزها و استعلامات کاهش چشمگیری داشته و از ۵۶ روز به ۴ روز رسیده اتفاقی مبارک و گامی مثبت در جهت بهبود کسب و کار در کشور است.»

معاون اول رئیس‌جمهور ادامه داد: «البته باید همپای کاهش فرآیند صدور مجوزها، سازوکاری نیز برای جلوگیری از تولید بخشنامه و مقررات دست و پاگیر تعیین شود که لازم است، هیأت مقررات‌زدایی و بهبود کسب و کار در این زمینه نیز فعال باشد و راهکارهایی برای جلوگیری از تولید بخشنامه و مقررات زائد تدوین کند.»

جهانگیری سپس با اشاره به سخنان برخی از اعضای جلسه در انتقاد به افرادی که اراضی و دارایی‌هایی را از دولت دریافت کرده‌اند، اما هیچ اقدام اقتصادی و سرمایه‌گذاری در آن انجام نداده‌اند، گفت: «بلوکه کردن سرمایه‌ها و دارایی‌های دولت اقدامی نامناسب است و باید در قراردادهایی که برای افراد تنظیم می‌شود زمان مشخصی تعیین گردد تا اگر در مدت معین شده کار و فعالیت انجام نشد، امکانات دولت متوقف نماند.»

معاون اول رئیس‌جمهور از وزارت اقتصاد خواست که این موضوع را در هیأت مقررات‌زدایی و بهبود کسب و کار مورد بحث و بررسی قرار دهند و پیشنهاد مشخصی برای پیشگیری از بلوکه شدن دارایی‌ها و سرمایه‌های کشور به دولت ارائه دهند. جهانگیری همچنین از وزارت اقتصاد و سازمان بورس خواست با توجه به اینکه مردم به بازار سرمایه اعتماد کرده‌اند و این بازار در ایام اخیر از رشد خوبی برخوردار بوده است، با تمام ظرفیت از آن حراست و مراقبت کنند تا دغدغه‌ای برای مردم وجود نداشته باشد. البته به صورت طبیعی بورس دارای ریسک است و مردم باید با آگاهی و دقت در آن فعالیت کنند.

در این جلسه که وزرای اقتصاد، دادگستری، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، رئیس اتاق بازرگانی ایران، رئیس اتاق تعاون ایران و رئیس سازمان خصوصی‌سازی نیز حضور داشتند، معاون وزیر اقتصاد گزارشی از عملکرد هیأت مقررات‌زدایی و تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار ارائه کرد.

در این گزارش به آثار ملموس اقدامات انجام‌شده از سوی هیأت مقررات‌زدایی و بهبود کسب و کار اشاره شد که بخشی از این آثار عبارت بودند از: کاهش زمان صدور مجوزها، تقلیل هزینه کسب و کارها، حذف مراجعات حضوری مردم، تسهیل در فرآیند اخذ پروانه کسب صنفی، تسهیل شروع کسب و کار از طریق پنجره واحد فیزیکی، تسهیل در شرایط و فرآیند واگذاری زمین و تغییر کاربری اراضی. در ادامه این گزارش همچنین به برخی از مهمترین چالش‌های پیش روی هیأت مقررات‌زدایی و بهبود کسب و کار پرداخته شد و اعضای جلسه در خصوص مقررات‌زدایی و بهبود کسب و کار به بحث و بررسی پرداختند و تصمیمات لازم اتخاذ شد.

سازمان آگهی‌ها ۸۶۰۷۳۳۸۱

دریچه

کرونا بیشتر از همه کسب و کارها به توریسم ضربه زد

تقلای توریسم برای بقا

دو هفته پیش از اعلام رسمی کرونا، ایران به عنوان سومین مقصد گردشگری رو به رشد جهان در سال ۲۰۱۹ با رشد سالانه ۲۷,۹ درصدی معرفی شد، اما اکنون اپیدمی کرونا همه تلاش‌ها برای رشد صنعت توریسم در ایران و همینطور جهان را نقش بر آب کرده است؛ به طوری که روز گذشته سازمان ملل متحد از بیشترین آسیب پاندمی کرونا بر صنعت توریسم و گردشگری خبر داد و اعلام کرد که صنعت توریسم سه برابر بحران سال ۲۰۰۸ از شیوع کرونا ضرر کرده است.

طبق محاسبات سازمان ملل متحد، پیش از اینکه کشورها تصمیم بگیرند مرزهای خود را برای مسافران بازگشایی کنند، صنعت توریسم ۳۲۰ میلیارد دلار را از دست داده، چراکه پاندمی کرونا مسافرت را تقریبا به طور کامل متوقف کرده است. به گفته سازمان ملل متحد، در پنج ماه اول امسال، تعداد سفرهای توریستی نسبت به بازه مشابه سال قبل ۵۶درصد سقوط کرد. همچنین تنها در ماه مه مسافرت بین‌المللی نسبت به ماه مشابه سال قبل ۹۸درصد سقوط کرده است.

سازمان توریسم جهانی سازمان ملل متحد (یوان‌دابلیوتی‌او) در گزارش جدید خود اعلام کرد: این به معنای از دست دادن ۳۰۰ میلیون توریست و ۳۲۰ میلیارد دلار ضرر برای کشورهای دریافت‌کننده توریست است. این ضرر بیش از سه برابر ضرری است که بخش توریسم در بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ متحمل شده بود.

مناطق آسیا-اقیانوسیه که پیش از همه با پاندمی کووید-۱۹ مواجه شدند، بیش از همه آسیب دیدند و در بازه ژانویه تا مه بیش از ۶۰درصد بازدیدکنندگان خود را از دست دادند. اروپا با سقوطی ۵۸درصدی، خاورمیانه با سقوطی ۵۱درصدی و آمریکا و آفریقا هم با سقوطی ۴۷درصدی در صنعت توریسم خود روبه‌رو شدند.

این اعداد و آمارها نشان می‌دهد که کمتر صنعتی در دنیا هست که در نتیجه شیوع ویروس کرونا به اندازه صنعت توریسم آسیب دیده باشد. صنعتی که پیش از این اتفاق سالانه بالغ بر یک میلیارد سفر را ثبت کرده بود و به طور مستقیم ۲۷۵۰ میلیارد دلار درآمد برای اقتصاد دنیا ایجاد کرده بود، حال با بسته شدن مرزهای کشورها و حتی شهرهای داخل کشورها به روی مسافران، در آستانه مرگ قرار دارد؛ مرگی که می‌تواند اقتصاد دنیا را نیز به گریه بیندازد.

به گزارش کنسول جهانی سفر و توریسم، درآمد مستقیم این صنعت در سال ۲۰۱۸ برابر با ۲۷۵۰ میلیارد دلار و در سال ۲۰۱۹ برابر با ۳۲۱۰ میلیارد دلار بود، در حالی که مجموع درآمد مستقیم و غیرمستقیم این صنعت به بالغ بر ۹۴۲۰ میلیارد دلار رسید بنابراین از بین رفتن صنعتی که این سهم عظیم را در اقتصاد دنیا دارد، می‌تواند آسیبی بسیار بزرگ به اقتصاد جهان وارد کند؛ به خصوص که نمی‌توان در مورد زمان دقیق احیای این صنعت به درستی صحبت کرد. آمارها نشان می‌دهد درآمد مستقیم این صنعت در سال ۲۰۰۶ برابر با ۱۶۲۹ میلیارد دلار بود و در سال ۲۰۱۰ به مرز ۱۹۱۱ میلیارد دلار رسید. در سال ۲۰۱۵ میزان درآمد مستقیم این صنعت از مرز ۲۳۲۰ میلیارد دلار گذشت.

مسئله مهمی که این روزها مورد بحث قرار دارد، این است که هزینه تحمیل‌شده به صنعت توریسم دنیا و صنایع مرتبط در نتیجه همه‌گیری ویروس کرونا چقدر است و جبران این هزینه چقدر زمان نیاز دارد. باید در نظر داشت برآورد هزینه‌ای که در نتیجه این همه‌گیری به صنعت توریسم دنیا تحمیل شده است، بسیار دشوار است زیرا رشد روزافزون زیان این صنعت کاملاً وابسته به روند شیوع ویروس در دنیا است. به گفته کنسول سفر و توریسم جهانی، در صورتی که این بحران در دنیا ادامه پیدا کند بالغ بر ۷۵ میلیون فرصت شغلی در دنیا از بین می‌رود و بالغ بر ۲,۱ هزار میلیارد دلار از درآمد این صنعت حذف می‌شود. مسئله مهم این است که حذف این فرصت‌های شغلی و درآمد صنعت روزانه حس می‌شود. زمانی که شرکت‌های هوایی اقدام به تعدیل نیرو می‌کنند یا هتل‌های بزرگ و زنجیره‌ای در دنیا در آستانه ورشکستگی قرار می‌گیرند یا شرکتی به بزرگی شرکت «هرتز» که اصلی‌ترین کارش اجاره ماشین برای مسافران خارجی بود، ورشکسته می‌شود، همه نشان می‌دهند که آسیب واردشده به صنعت توریسم و صنایع زیردستی آن بسیار زیاد و غیرقابل ارزیابی است.

همچنین یکی از مهم‌ترین بخش‌های مرتبط با صنعت توریسم، صنعت حمل و نقل هوایی است. صنعتی که این روزها تقریباً زمین‌گیر است. در فاصله سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۹ میلادی درآمد صنعت هوایی در دنیا روند صعودی داشته است. در سال ۲۰۱۵ درآمد صنعت حمل و نقل هوایی از مرز ۷۲۱ میلیارد دلار گذشت و در سال ۲۰۱۹ به ۸۳۸ میلیارد دلار رسید. قبل از پاندمی کرونا انتظار می‌رفت این صنعت درآمدی ۸۷۲ میلیارد دلاری در سال جاری داشته باشد؛ انتظاری که به دلیل شیوع کووید-۱۹ از بین رفت.

صنعت هتل‌داری هم از صنایع دیگری است که در این بحران آسیب زیادی متحمل شد. بررسی‌ها نشان می‌دهد، هرچه یک هتل لوکس‌تر باشد، میزان آسیب اقتصادی واردشده به این هتل بیشتر بوده است، اما هتل‌ها را می‌توان به دو صورت طبقه‌بندی کرد. اول طبقه‌بندی آنها برمبنای میزان لوکس بودن یا تعداد ستاره‌های هتل و دوم طبقه‌بندی برمبنای منطقه‌ای که هتل در آن قرار گرفته است.

آمار نشان می‌دهد میزان درآمد هتل‌های لوکس به ازای هر اتاق ۱۳,۹ درصد در ماه مارس نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش داشته است. میزان درآمد هتل‌های درجه بالا (هتل‌های پنج‌ستاره‌ای که در سطحی پایین‌تر از هتل‌های لوکس در دنیا قرار دارند) به ازای هر اتاق ۱۵,۲درصد کمتر شده است. درآمد هتل‌های چهارستاره به ازای هر اتاق در سال جاری ۱۲,۴درصد کمتر از مدت مشابه سال قبل بود. همچنین درآمد اقامتگاه‌های اقتصادی تنها ۸,۶درصد به ازای هر اتاق کاهش داشته که دلیل کمتر بودن میزان افت درآمد این هتل‌ها در کم‌هزینه‌تر بودن فرآیند کار در این هتل‌هاست.

کنسول جهانی توریسم و سفر معتقد است که صنعت توریسم می‌تواند منجی اقتصاد دنیا باشد و زمینه را برای تسریع روند بازسازی اقتصاد فراهم کند، اما این مهم در شرایطی محقق می‌شود که مرزها باز شود و اصول بهداشتی در زمان پرواز و در هتل‌ها رعایت شود و کشورهای میزبان هم از مسافران استقبال کنند. تنها در این صورت است که هم صنعت توریسم رشد می‌کند و هم اقتصاد کشورهای میزبان و صنعت حمل و نقل هوایی می‌تواند از بحران اقتصادی رها شود.

بحران کرونا باعث رشد اغلب کسب‌وکارهای دیجیتال در ایران و جهان شد

همزیستی استارت‌آپ‌ها با کووید-۱۹

فرصت امروز: بررسی‌ها نشان می‌دهد با شیوع کرونا، کسب و کارهای سنتی عمدتا با تعطیلی و تعدیل نیرو مواجه شدند، اما کسب و کارهای نوپا یا همان استارت‌آپ‌ها، واکنش متفاوتی به بحران کرونا نشان دادند. به این گزاره‌ها توجه کنید: «اوبر» ۳۷۰۰ نفر از کارمندانش را به واسطه بحران کرونا تعدیل کرد، «ایربی‌ان‌بی» ۲۵درصد از کارکنانش را اخراج کرد، درآمد «زوم» ۱۶۹درصد افزایش یافت، تعداد سفارش‌های ارسالی «گاج‌مارکت» ۸۸۱درصد جهش پیدا کرد، تعداد سفرهای «اسنپ» ۷۰درصد کاهش یافت و... این اعداد و ارقام، آنچه که در دنیای کسب‌وکارهای دیجیتال به واسطه بحران کرونا اتفاق افتاده را به وضوح نشان می‌دهد؛ بحرانی که به تعبیر صندوق بین‌المللی پول، «شبیه هیچ بحران دیگری نیست.»

حدود شش ماه از ورود کرونا به ایران و جهان می‌گذرد و در این مدت، رکود اقتصادی ناشی از کرونا آنچنان عمیق و فراگیر بوده است که غول‌های صنعتی جهان را هم دچار تکانه‌های شدید کرده است؛ آنقدر که خودروساز بزرگی نظیر «رنو» نیز ۱۵ هزار نفر از کارکنان خود را تعدیل کرد. در این بین، تنها بخشی از کسب‌وکارها به اصطلاح ویروسی نشدند و آن همانا کسب و کارهای آنلاین و دیجیتال بودند، چنانچه ثروت جف بزوس، مالک آمازون در سه ماه گذشته بیش از ۳۶ میلیارد دلار بیشتر شد. ثروت مارک زاکربرگ، مالک و مدیرعامل فیس‌بوک نیز ۳۰ میلیارد دلار، سرگئی برین، بنیان‌گذار گوگل و استیو بالمر، مدیرعامل سابق مایکروسافت هم بیش از ۱۳ میلیارد دلار در همین دوره زمانی افزایش یافت؛ درست در دوره‌ای که ۴۳ میلیون آمریکایی درخواست بیمه بیکاری داده‌اند.

نجات اقتصاد با خرید آنلاین و سفارش اینترنتی

با شیوع کرونا، موج در خانه ماندن، تب خرید اینترنتی را برای همه مردم جهان، افزایش داد و استارت‌آپ‌های فروش آنلاین را به برندگان بحران کرونا تبدیل کرد. در روزهای نخست قرنطینه خانگی، یکی از کاربران توییتر نوشته بود: «نگران نباشید بچه‌ها، من خودم تنهایی با خریدهای آنلاینم اقتصادمان را از رکود نجات می‌دهم!» اعداد اثبات می‌کنند که این توییت، حکایت بسیاری از کسانی بود که در خانه ماندن را تجربه کرده بودند.

در این بین، رشد فروش شرکت «آمازون» که بزرگ‌ترین فروشگاه اینترنتی جهان است، به اندازه‌ای بود که نشریه «گاردین» این شرکت را «بزرگ‌ترین برنده پاندمی کرونا» معرفی می‌کند. درآمد «آمازون» در سه ماهه اول ۲۰۲۰ میلادی به ۷۵,۴ میلیارد دلار رسید و به عبارتی این شرکت در هر ساعت، ۳۳ میلیون دلار پول خلق کرد. انفجار در فروش آمازون، ۲۶درصد بالاتر از سال گذشته بود.

در ایران نیز آمارهای شرکت ملی پست نشان می‌دهد که تعداد مرسولات پستی مربوط به خریدهای اینترنتی از ابتدای امسال رشد چشمگیری داشته است. در میان فروشگاه‌های اینترنتی، «گاج مارکت» با ۲۳۶ هزار و ۷۰۰ مرسوله در ۲۰ روز نخست سال ۹۹، رتبه اول را در تعداد مرسولات خرید اینترنتی در اختیار داشته و پس از آن، «دیجی‌کالا» با ۲۱۶ هزار و ۱۰۰ مرسوله، در رتبه دوم بوده است. بنابراین مرسولات خرید اینترنتی در «دیجی‌کالا» در ۲۰ روز اول امسال، ۱۲۹ درصد و در «گاجمارکت» ۸۸۱ درصد رشد داشته است. براساس گزارش سازمان فناوری اطلاعات، «اسنپ‌مارکت» نیز ۵۰درصد در فروش و تقاضا رشد داشته است.

رشد چشمگیر تقاضا در بازار خرید آنلاین

ازجمله شوک‌هایی که در اکوسیستم استارت‌آپی ایران در بحران کرونا رخ داد، رشد چشمگیر تقاضا در بازار خرید آنلاین بود؛ به اندازه‌ای که حتی برخی از کسب‌وکارها به‌واسطه این رشد تقاضا با مشکلات لجستیکی مواجه شدند. همچنین موج در خانه ماندن، برای صنعت سرگرمی نیز آب و نان داشت و دانلود بازی در ایران رکورد شکست. این اتفاق البته تنها منوط به ایران نبود و در سراسر دنیا میلیاردها انسانی که در قرنطینه خانگی به سر می‌بردند، به کسب‌وکارهای دیجیتال روی آوردند؛ آنقدر که شرکت سرمایه‌گذاری MKM، شاخص جدیدی را برای معرفی این شرکت‌ها طراحی کرد و نام آن را «ماندن در خانه» گذاشت. «نت‌فلیکس» و «آمازون» دو مورد از ۳۳ شرکت مربوط به این شاخص هستند. همچنین نمادهای بورسی شرکت‌هایی مانند «فیس‌بوک»، «بازی‌های ویدئویی بلیزارد»، «سازنده تجهیزات ورزشی پلوتون» و «سرویس تحویل غذای گراب‌هاب» نیز در این شاخص قرار گرفتند. جک‌اوهارا، رئیس بازارهای شرکت سرمایه‌گذاری MKM در این باره می‌گوید: «ما تلاش کردیم که محصولات، خدمات و شرکت‌هایی را که در جهان قرنطینه‌های فردی به کار می‌آیند، مشخص کنیم. مردم وقتی تمام روز داخل خانه باشند، چه‌کار می‌کنند؟ به‌جای آنکه با وحشت، پایین آمدن ارزش سهام‌ها را پیش‌بینی کنیم، ما تلاش کردیم بفهمیم که کدام سهام‌ها رشد می‌کنند.»

در ماه مارس، در روزهایی که وال‌استریت سیاه‌ترین روزهای تاریخ خود را تجربه می‌کرد و ۳,۶ تریلیون دلار از ارزش خود را از دست داد، سهام شرکت «نت‌فلیکس»، یکی از بزرگ‌ترین پلتفرم‌های پخش آنلاین فیلم و سریال در جهان، بیش از ۱۵درصد رشد کرد و به آن لقب «سهام ایمن در برابر ویروس کرونا» را دادند. این شرکت ۱۵,۷۷ میلیون اشتراک پولی بین‌المللی جدید به دست آورد. در ایران نیز بازار پلتفرم‌های نمایش آنلاین فیلم و سریال نیز در این روزها سکه شده، به طوری که میزان تماشای آنلاین سریال در «فیلیمو» ۶۵درصد افزایش داشته و تماشای انیمیشن نیز ۷۵درصد بیشتر شده است.

اقبال صنعت گیم و سرگرمی در بحران کرونا

بازی‌های ویدئویی نیز پس از پلتفرم‌های تماشای فیلم و سریال، در صنعت سرگرمی بیشترین رشد را داشته‌اند. در ایران در هفته دوم فروردین امسال، رکورد خرید هفتگی بازی نیز شکست. در این دوره زمانی رکورد ۲۲میلیون نصب یا به‌روزرسانی برای بازی‌های بازار ثبت شد که نسبت به میانگین هفتگی سال گذشته ۷۲درصد افزایش داشت. براساس آمار «کافه بازار»، کاربران از ابتدای اسفندماه ۹۸ تا ۱۵ فروردین امسال، ۱۰۷ میلیون بار، بازی دانلود یا به‌روزرسانی کردند و رکورد خرید هفتگی بازی را شکستند.

ماندن در خانه در تمام جهان، بازار بازی‌های ویدئویی را داغ‌تر از همیشه کرد، چنانکه «Activision Blizzard» شرکت سازنده «کال آو دیوتی» بازی‌ای که در ایران هم هواخواهان بسیاری دارد، اعلام کرد: «فروش نسخه جدید این بازی با عنوان «جنگ مدرن» که سال گذشته منتشر شد، در سه ماهه اول سال ۲۰۲۰ نسبت به ۲۰۱۹ میلادی، ۲۱درصد رشد کرده و به ۱,۵۲ میلیارد دلار رسیده اس ت.» همچنین درآمد شرکت «Electronic Arts» نیز که بازی‌های مشهور و محبوبی مانند فیفا و سیمس را ساخته، ۱۲درصد رشد کرده است.

در واقع، در مورد برخی از کسب‌وکارها، شوک تقاضای مثبت اتفاق افتاد و باعث شد تا تعداد قابل ملاحظه‌ای به کاربران آنها اضافه شود یا تعداد تراکنش‌ها و گردش‌های مالی و کالایی آنها به شدت افزایش پیدا کند. برای مثال، دوره‌های آموزشی آنلاین و وبینارها حدود ۴۰۰درصد رشد کرد یا در خانه ماندن باعث شد تا مردم تلویزیون‌ها و پلتفرم‌های اینترنتی را تجربه کنند. گزارش‌های صنعت فین‌تک نیز نشان می‌دهد که صرفا در فروردین امسال و اسفند سال گذشته، حدود ۷۰درصد تعداد کاربران صنایع فین‌تک رشد کرده یا در میزان فروش پلتفرم‌های فروش آنلاین چندصد درصد رشد رخ داد که ناشی از تغییر رفتار مصرف‌کننده و رعایت شدید پروتکل‌های فاصله‌گذاری اجتماعی و کاهش تردد بوده است.

سقوط آزاد صنعت گردشگری و توریسم جهانی

در این بین، صنعت گردشگری بیشترین آسیب را از بحران کرونا دید و استارت‌آپ‌های این حوزه با سخت‌ترین شرایط مواجه شدند. صنعت گردشگری، ۵,۷ تریلیون دلار گردش مالی دارد و مسئول شغل ۳۱۹ میلیون نفر است، یعنی تقریبا از هر ۱۰ نفر روی کره زمین، یک نفر در این صنعت کار می‌کند. به اعتقاد کارشناسان، بحران کرونا بزرگ‌ترین بحران صنعت گردشگری از زمان ۱۱ سپتامبر تاکنون است. برآوردهای سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد که صنعت گردشگری بعد از چند دهه پیشرفت متمادی، حالا به وضعیت سال ۱۹۸۰ عقبگرد کرده است. در نتیجه صنعتی چنین گسترده، استارت‌آپ‌های زیادی هم دارد که بیشترین آسیب را از بحران کرونا دیده‌اند.

گزارش سازمان فناوری اطلاعات حکایت از آسیب حداکثری به کسب‌وکارهای دیجیتال حوزه گردشگری در ایران دارد. طبق این گزارش، بیشترین تأثیر کرونا بر استارت‌آپ‌های ایرانی در صنعت فروش آنلاین خدمات گردشگری اتفاق افتاده است. استارت‌آپ‌های «فلایتیو» و «علی‌بابا» که بیشترین سهم از فروش بلیت‌های هوایی را دارند، به ترتیب ۷۵ و ۸۰درصد کاهش در میزان کل فروش را تجربه کردند که منجر به تعدیل نیرو در شرکت‌های «علی‌بابا» و «الی‌گشت» شد. در حوزه اجاره اقامتگاه‌های گردشگری نیز استارت‌آپ «شب» از کاهش ۷۰درصدی رزرو اقامتگاه‌های گردشگری خبر داده است. «اسنپ‌تریپ» هم با کاهش ۱۰۰درصدی رزرو هتل‌ها و کاهش ۶۵درصدی خرید پروازها مواجه شده است.

همچنین پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی خدمات تفریحی و فرهنگی در جایگاه بعدی بیشترین خسارت‌ها از بحران کرونا قرار دارند. با توجه به لغو شدن تمام رویدادها، میزان فروش استارت‌آپ «ایوند» ۷۵درصد کاهش داشته و ۹۰درصد فروش حال حاضر این استارت‌آپ از رویدادهای آنلاین است. استارت‌آپ «تیکت» نیز که در حوزه فروش بلیت تئاتر، کنسرت و سینما فعالیت دارد، با افت ۱۰۰درصدی خرید بلیت روبه‌رو شده و تمام فروش خود را از دست داده است. در حوزه تخفیف و خرید گروهی نیز دو مجموعه «تخفیفان» و «نت‌برگ» ۸۰درصد کاهش فروش داشته‌اند.

در این بین، سوال این است که چه زمانی شرایط برای صنعت توریسم بهتر می‌شود؟ بسته بودن مرزها و توقف پروازهای بین‌المللی تاکنون هزاران میلیارد دلار به اقتصاد دنیا آسیب وارد کرده و به همین دلیل است که باید برای حل این معضل چاره‌ای اندیشید؛ چاره‌ای که بتواند بیماری امروز اقتصاد جهانی را درمان کند. از سوی دیگر، دنیا تجربه یک همه‌گیری و روش مقابله با آن را دارد و می‌داند که با رعایت چه نکاتی احتمال ابتلا به این ویروس و ویروس‌های دیگر از بین می‌رود بنابراین با وجود اینکه فعالیت‌های اقتصادی از سر گرفته شده و مردم در مجامع مختلف حضور دارند، ولی اصول بهداشتی را بیشتر رعایت می‌کنند و همین مسئله شانس ابتلای بیماری را کمتر می‌کند و امیدها برای احیای صنعت توریسم را بیشتر می‌کند.

گوشی آیفون به دستگاه پرداخت پول تبدیل می‌شود

دستاورد جدید اپل

شرکت اپل به تازگی استارت‌آپ Mobeewave را خریده است؛ استارت‌آپی که می‌تواند آیفون را به ترمینال پرداخت تلفن همراه تبدیل کند.

به گزارش «بلومبرگ»، خرید جدید اپل، سر و صدای زیادی ایجاد کرده است، چراکه فناوری Mobeewave به خریداران اجازه می‌دهد تا با قرار دادن کارت اعتباری یا تلفن‌های هوشمند خود روی دیگر تلفن‌ها برای پردازش پرداخت استفاده کنند. این سیستم تنها با یک اپلیکیشن کار می‌کند و نیازی به سخت‌افزاری فراتر از ارتباط از راه نزدیک، NFC، تراشه‌هایی که آیفون از سال ۲۰۱۴ از آنها استفاده می‌کند، ندارد.

طبق شنیده‌ها، شرکت Cupertino، غول تکنولوژی مستقر در کالیفرنیا برای این استارت‌آپ حدود ۱۰۰ میلیون دلار پرداخت کرده است. به گفته منابع آگاه که خواستند نام‌شان فاش نشود،Mobeewave ده‌ها کارمند داشته است و اپل هم این تیم را حفظ کرده است و ادامه کار قرار است خارج از مونترال باشد.

سخنگوی اپل در این باره گفت: «اپل هر از گاهی شرکت‌های کوچک‌تر فناوری را خریداری می‌کند و به طور کلی ما در مورد هدف یا برنامه‌های خود بحث نمی‌کنیم.»

اپل به طور معمول استارت‌آپ‌هایی را خریداری می‌کند تا فناوری آنها را به ویژگی‌های محصولات خود تبدیل کند. اپل سال ۲۰۱۴، اپل‌پی را به آیفون اضافه کرد که به کاربران امکان می‌دهد تا هزینه کالاهای موردنظر خود را در فروشگاه‌های خرده‌فروشی پرداخت کنند. سال گذشته، اپل کارت اعتباری خودش به نام Apple Card را راه‌اندازی کرد. حالا ادغام Mobeewave می‌تواند به هر کسی اجازه دهد تا با آیفون بدون هیچ‌گونه سخت‌افزار اضافی پرداخت‌ها را انجام دهد. این امر، اپل را به رقیب سرسخت Square که ارائه‌دهنده پیشرو سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای پرداخت با تلفن هوشمند و تبلت است، تبدیل می‌کند. Mobeewave در سایت خود در ویدئویی نشان می‌دهد که یک کاربر در حال تایپ کردن مبلغی برای یک معامله است، سپس مشتری با گذاشتن کارت اعتباری خود روی تلفن همراه، پرداخت را انجام می‌دهد. شرکت Samsung Electronics هم سال گذشته با Mobeewave همکاری کرد تا این فناوری روی تلفن‌های هوشمند او هم قرار بگیرد. این قرارداد، یکی از چندین قرارداد اپل در سال جاری بوده است. این شرکت اخیرا اپلیکیشن هواشناسی Dark Sky و شرکت محتوای واقعیت مجازی NextVR را هم به دست آورده است.

مجادله بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه درباره علت رشد تورم ادامه دارد

معمای تورم

گزارش مرکز آمار نشان می‌دهد تورم فصل بهار ۹۹ بالاتر از بهار سال‌های ۹۷ و ۹۸ رشدی حدود ۶٫۸درصدی داشته است. افزایش نرخ تورم آن‌هم در شرایطی که ذخایر بانک مرکزی محدود است و دولت نیز با کسری بودجه مواجه شده، باعث شد تا نگاه منتقدان به سوی بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه جلب شود. انتقادات گسترده از سازمان برنامه و بودجه موجب شد تا این سازمان در جوابیه‌ای دلیل تورم را «جهش ناگهانی نرخ ارز نیمایی به عنوان لنگر اسمی تورم» اعلام کند و بگوید که جبران کسری بودجه تاکنون بر تورم تاثیری نداشته و آن را به عملکرد سیاست‌گذار پولی حواله کرد. پس از گذشت ۴۸ ساعت از جوابیه سازمان برنامه، عبدالناصر همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی در یادداشتی اینستاگرامی با رد این موضوع که «همه تقصیرات افزایش تورم بر گردن بانک مرکزی است»، هرگونه قضاوت درخصوص نهاد متبوعش را «در چارچوب محیط اقتصاد کلان و شوک‌های وارده به اقتصاد و همچنین برمبنای ابزارها، اختیارات و درجه استقلال بانک مرکزی» مناسب دانست، اما به راستی، مقصر اصلی تورم کیست؟

* تنها یک عامل در افزایش تورم مؤثر نیست

مهدی تقوی، استاد دانشگاه درباره علت رشد تورم به «فرارو» می‌گوید: «وقتی سخن از تورم به میان می‌آید یعنی مقداری پول در اقتصاد می‌ریزند و این پول در ازای کار و تولید و خدمات نیست. بانک مرکزی در این میان می‌تواند نقش داشته باشد چه کسی پول را در اقتصاد می‌ریزد؟ بانک مرکزی. البته بانک مرکزی کاره‌ای نیست دولت آن بالاست که از بانک می‌خواهد وقتی کسری می‌آورد پول چاپ کند. باید اقتصاددان‌ها با بانک مرکزی بنشینند و ببینند چه اتفاقی دارد می‌افتد. البته عوامل دیگری هم در تورم نقش دارند. فرض کنید نیروی کار تنبل‌تر شده یا واحدهای تولیدی مسئله دارند بنابراین معلوم نیست تورم از کجا می‌آید و عوامل زیادی در آن نقش دارند. ممکن است فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کمتر صورت گرفته و همین موجب تورم شده است. مقدار صادرات نفت هم کاهش پیدا کرده است. اگر صادرات نفت داشتیم وضع بهتر بود. افزایش نقدینگی هم می‌تواند تورم ایجاد کند.»

بهنام ملکی، کارشناس اقتصادی نیز در این باره معتقد است: «نمی‌توان تنها یک عامل را در ایجاد تورم مؤثر دانست. مجموعه‌ای از عوامل دست به دست هم دادند و منجر به تورم شده‌اند. عوامل خارجی و داخلی نقش دارند. عامل خارجی همان بحث تحریم‌هاست که مشکلاتی برای مراودات مالی و تجارت پیش آورده، اما عمده‌ترین عوامل، مشکل داخلی است. دولت و نظام اداری و عمومی ما هزینه‌های سنگینی دارد که بابتش کار فاقد بهره‌وری انجام می‌شود. بخش عمده مزدها و حقوق‌هایی که پرداخت می‌شود به خصوص افرادی که حقوق کلان دریافت می‌کنند بازدهی ندارند، ولی هزینه سنگینی بر بودجه تحمیل می‌کنند. بخش عمده بودجه، هزینه جاری است. هزینه جاری با پول نفت پوشش داده می‌شد. الان که قیمت نفت پایین آمده و مشکلاتی برای فروش نفت پیش آمده، پایه پولی گسترش پیدا کرده و بانک مرکزی با دولت همراه شده است و از این طریق هزینه‌ها دارد تامین می‌شود. وقتی منبع تامین وجود ندارد نقدینگی بالایی را خلق کرده‌اند که ما به ازایش تولید وجود ندارد و کالایی تولید نشده است. به همین خاطر، تورم بخش طبیعی اقتصاد ایران شده است و امسال تورم جهش‌یافته‌ای را شاهد هستیم.»

* نقش سازمان برنامه و بودجه در جهش تورم

این کارشناس اقتصادی سپس به نقش سازمان برنامه اشاره کرد و افزود: «سازمان برنامه هم در این میان نقش دارد. چون یکی از سرچشمه‌های تورم در ایران را باید در نظام بودجه‌ای کشور جست‌وجو کنیم. نظام بودجه‌ای مبتنی بر اصول کارشناسی نیست و براساس چانه‌زنی و تقسیم و توزیع پول است. طبیعتا بودجه وقتی در جاهایی تزریق می‌شود که نباید در آن بخش‌ها پول تزریق شود آنها قدرت بالایی در خرج کردن پیدا می‌کنند. فشارها و الزاماتی که برای دستگاه‌ها به وجود می‌آید، قدرت خرید را برای عده‌ای خاص ایجاد می‌کند در حالی که منابع لازم برای تامین آن وجود ندارد و این کارها با نابهره‌وری صورت می‌گیرد، بنابراین سرچشمه تورم در اقتصاد ایران در سازمان برنامه، سازمان مدیریت و سازمان‌های مرتبط با بودجه است.»

به اعتقاد وی، «همچنین در برداشت‌های ناروایی که از صندوق توسعه ملی صورت می‌گیرد، آثار تخریبی در پی دارد، اگر در مقاصد تولیدی خرج نشود. الان که این صندوق با محدودیت‌های زیادی رو به رو شده و به نظر می‌رسد برداشت‌های ناروایی در آن صورت گرفته و ما به ازایش پایه پولی گسترش پیدا کرده و موجب تورم فزاینده شده است که شاهدش هستیم. البته در گذشته‌ای که تورم پایین بود ممکن بود سود بانکی هم موثر باشد، اما در مقطع کنونی که تورم از سود بانکی جلوتر است، نمی‌توان سود بانکی را موجب تورم دانست. یکی از عوامل تورم هم کروناست. این ویروس منحوس توانسته آسیب زیادی به بنیان‌های اقتصادی وارد کند. علاوه بر بنیان سلامت و اجتماع، اقتصاد را با آسیب‌های جدی رو به رو کرده و بخش زیادی از بودجه به این امر اختصاص یافته و همین موجب تورم شده است.»

ملکی همچنین در پاسخ به اینکه چه باید کرد، گفت: «نظام سیاسی بایستی مجموعه اقداماتی را صورت دهد. در این شرایط کشورهایی که موفق بودند آمدند مزد و حقوق‌هایی را که در بهره‌وری نقش نداشته کاهش دادند. در کشور ما این اتفاق نیفتاد. در حالی که اقتصاد مقاومتی یعنی هزینه‌ها و بودجه زائد را حذف کردند. باید غل و زنجیرهایی که جلوی تولید صنایع دانش‌بنیان را گرفته باز کنیم. قانون اصلاح کسب و کار را اجرا کنیم. اقتصاد را رقابتی کنیم. جاهایی که ترمز زدیم و بر تولیدمان غل و زنجیر زدیم را باز کنیم. در برخی جاها که ظرفیت تولید وجود دارد نظام قیمت‌گذاری آمده با قیمت‌گذاری، تولید را از توجیه اقتصادی خارج کرده، مانعی درست کرده که تولید کاهش پیدا کند. اینجا باید دادگاهی تشکیل شود.»

* اخلال در نظام تولید و اختلال نظام قیمت‌گذاری

او ادامه داد: «در برخی جاها در تولید، توزیع و مصرف اختلال صورت گرفته و کارهایی انجام شده که نظام اقتصادی به خصوص در بخش‌های تولید زمینگیر بشود. در حال حاضر، قطعه‌سازانی که سالم کار می‌کردند به خاطر قیمت‌گذاری خودرو ورشکست شدند به خاطر اینکه ایران خودرو و سایپا به دولت بدهی داشتند دولت اجازه نمی‌داد قیمت‌شان را بالا ببرند بنابراین آنها این هزینه را به قطعه‌ساز وارد کردند و پولش را ندادند، به این بهانه که کالا به دست مصرف‌کننده ارزان برسد، اما ارزان به دست مصرف‌کننده نرسید و به سود دلالان هم شده است.»

به گفته ملکی، «خودرو کالای اساسی نیست. باید در جاهایی که تولید ظرفیت دارد سیستم سرکوبگرانه دولتی و قیمت‌گذاری را حذف کنیم و مجموعه‌ای از کالاهای خاص را مشمول قیمت‌گذاری کنیم. اگر هم می‌خواهیم به طبقه محرومان نفع برسانیم کارت الکترونیکی هوشمند در اختیارشان قرار دهیم که نیازهای غذایی حداقلی خود را با قیمت مصوب با آن تامین کنند. همینطور هزینه‌های حداقلی که در دست دولت است می‌تواند مشمول بخشودگی شود مانند هزینه تلفن، آب و برق و گاز.»

به اعتقاد وی، «می‌شود کوپن‌های الکترونیکی ایجاد کرد که نیازهای حداقلی جامعه محرومان را تامین کند در مابقی موارد باید سازوکار قیمت‌ها کارکرد خود را داشته باشد. ما بدی‌های نظام سرمایه‌داری و نظام سوسیالیستی را گرفتیم و خروجی آن در اقتصاد ما این شده که جاهایی که ظرفیت تولید وجود داشته سرکوب کردیم جایی که ظرفیت تولید وجود نداشته فضای مناسب برایش ایجاد نکردیم.»

* مالیات بر سفته‌بازی و معافیت مالیاتی دانش‌بنیان

این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه «اگر بخواهیم با تورم مقابله کنیم باید غل و زنجیر تولید را باز کنیم» افزود: «این روزها با محدودیت تولید برق رو به رو هستیم. دستگاه توزیع برق، اولین جایی که برقش را قطع می‌کند تولید است. این قابل قبول نیست. اگر سال «جهش تولید» است و راهی نداریم جز افزایش تولید باید موانعی را که بر سر راه تولید است، برداریم. در این روزهای گرم سال، یکی از مهمترین چالش‌های تولید، ضعیف شدن برق یا قطع کردن برق تولیدکنندگان است که آسیب زیادی را به آنها وارد کرده است. باید تمهیداتی در این باره اندیشیده شود.»

ملکی در انتها گفت: «همچنین بخش‌هایی از تولید و صادرات دانش‌بنیان باید مشمول معافیت مالیاتی قرار گیرد. سرمایه‌گذاری در تولید باید از طریق سیستم الکترونیکی انجام شود. مشکلات تولید را باید از طریق الکترونیکی حل کرد. نباید مراجعه حضوری به دستگاه‌های دولتی داشته باشند. اگر موانع تولید را برداریم تورم با وجود تمام مشکلات موجود قابل حل است. اگر از بخش خصوصی مولد و تولیدگرا حمایت می‌کردیم هزینه‌های تولید و صادرات را کاهش می‌دادیم مالیات‌شان را کم می‌کردیم و دستگاه‌ها را به خدمات‌رسانی به تولید تشویق می‌کردیم مشکلات قابل حل بود. با توجه به اینکه مجلس جدید و تازه نفس است انتظار می‌رود با رفع موانع تولید، فشار را از روی دوش مردم بردارد. البته باید در کنار آن کاری کنیم که تعاملات خارجی برقرار شود، بنابراین با مالیات بر سفته‌بازی و کاهش موانع تولید و حمایت از تولید فکر و اجرای ایده‌های کارشناسی می‌توان تورم را به صفر رساند.»

یک اقتصاددان پاسخ داد

منشأ تورم و رشد منفی اقتصاد ایران چیست؟

با توجه به اینکه آمار مرکز پژوهش‌های مجلس تورم بالا و رشد اقتصادی منفی کشور در هشت سال اخیر را نشان می‌دهد، یک اقتصاددان معتقد است: از آنجا که نقدینگی به سمت تولید هدایت نشده و میزان تولید هم افزایشی نداشته، این موضوع موجب رشد منفی اقتصاد و افزایش تورم شده است.

به گزارش ایسنا، طبق آنچه مرکز پژوهش‌های مجلس از اوضاع نرخ تورم و رشد اقتصادی در هشت سال اخیر نشان می‌دهد، متوسط رشد اقتصادی کشور از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ نزدیک به صفر درصد و در این مدت بین منفی ۸.۳ تا مثبت ۱۴درصد در نوسان بوده است.

همچنین، تشکیل سرمایه ثابت از سال ۱۳۹۰ به بعد همواره روندی نزولی داشته که این موضوع از منظر پتانسیل رشد اقتصادی سال‌های آینده بسیار هشداردهنده خواهد بود و انباشت سرمایه در بخش نفت و گاز، صنعت، معدن، ساختمان و ارتباطات نیز از سال ۱۳۹۱ به بعد منفی شده است؛ به گونه‌ای که در هفت سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶، به طور متوسط سالانه حدود ۲.۲درصد از میزان سرمایه انباشت شده در این بخش‌ها کاسته شده، این در حالی است که رشد سالانه این بخش‌ها برای هفت سال قبل از ۹۰ به طور متوسط ۵.۳درصد بوده است.

علاوه بر این، مرکز پژوهش‌ها متوسط نرخ تورم بلندمدت اقتصاد ایران را نزدیک به ۲۰درصد اعلام کرده که همین امر ایران را پس از ونزوئلا، زیمبابوه و آرژانتین در رتبه چهارم جهان قرار داده است.

همچنین افزایش قیمت‌ها در ماه‌های اخیر به افزایش تورم نقطه به نقطه (نسبت به ماه مشابه سال قبل) و همچنین تورم ماهانه در تیرماه منتهی شده؛ به طوری که گزارش مرکز آمار نشان داد تورم ماهانه به ۶.۴ و تورم نقطه به نقطه به ۲۶.۹درصد رسیده که هر دو رشد ۴.۴درصدی داشتند؛ هرچند که تورم ۱۲ ماهه منتهی به تیرماه با کاهش همراه و به ۲۶.۴درصد رسیده بود.

در این زمینه، حیدر مستخدمین حسینی توضیح داد که «به خاطر تحریم‌ها و نبود برنامه‌ریزی‌های مناسب تولیدی در کشور میزان تولید و رشد اقتصادی در هشت سال اخیر منفی بوده و در این مدت میزان تولید به تولید سال ۱۳۹۰ هم نرسیده است. یکی از دلایل این امر را می‌توان تمایل دولت به حضور در برجام و غافل شدن از برنامه‌ریزی برای تولید دانست.» به اعتقاد وی، «رشد اقتصادی در چند سال اخیر مثبت نبوده و این منفی بودن امر عجیبی نیست، زیرا در شرایطی که میزان تولید کالا و خدمات پایین بوده و درآمد سرانه نیز با کاهش مواجه شده، رشد منفی اقتصادی طبیعی است.»

او با بیان اینکه «اگر وضعیت اقتصادی کشور بهبود پیدا کند نشان‌دهنده رشد اقتصادی است»، گفت: «تنها بهبود وضعیت اقتصادی برای رشد اقتصادی کافی نیست، بلکه باید در کنار این رشد سطح رفاه و کیفیت زندگی مردم هم ارتقا پیدا کند.»

به گفته معاون وزیر اسبق اقتصاد، «در کنار افت رشد اقتصادی، رفاه اقتصادی و اجتماعی هم کاهش پیدا کرده که اکنون مردم در تامین رفاه خود مشکل دارند. علاوه بر این، از آنجا که نقدینگی به سمت تولید هدایت نشده، کاهش رفاه مردم را هم تشدید کرده است. اگر پول‌های خلق شده به تولید می‌نشست اکنون تورم نداشتیم. همچنین میزان تولید هم افزایشی نداشته که در نهایت قدرت خرید مردم کاهش پیدا کرده که نتیجه رشد اقتصادی منفی را در این زمینه می‌توان مشاهده کرد.»

وی با اذعان به اینکه «رشد منفی تولید و نقدینگی، نرخ تورم را افزایش داده است»، افزود: «برای امسال هم رشد منفی اقتصادی ادامه پیدا می‌کند و در سال ۱۴۰۰ دولت و مجلس باید رویکرد دیگری را در پیش بگیرند که از بین بردن محدودیت‌های موجود در فضای کسب‌وکار، یکی از اقدامات مهم است. همچنین نظام بانکی هم باید اصلاح شود تا متعلق به همه مردم باشد.»

مستخدمین حسینی در پایان گفت که «دسترسی تمام مردم به تسهیلات بانک‌ها سخت است که این امر باید اصلاح شود. تعرفه‌های واردات، صادرات و اهلیت داشتن صادرکنندگان نیز از جمله اقدامات دیگر برای بهبود رشد اقتصادی است. با توجه به اینکه اقتصادمان بیمار است، رشد اقتصادی هم در آن صورت نمی‌گیرد و اقتصاد به یک انقلاب جدی نیاز دارد تا فرآیند آمارگیری و برنامه‌ریزی برای تولید اصلاح شود.»

دریچه

سبد غذایی خانوارهای ایرانی در یک سال گذشته تغییر کرد

کوچک شدن سفره خانواده‌ها

فرصت امروز: تازه‌ترین گزارش مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران از تحولات سبد غذایی خانواده‌های ایرانی در یک سال گذشته، حاوی نتایج جالبی است، چنانچه ۸درصد از خانوارهای ایرانی طی یک سال گذشته، گوشت قرمز مصرف نکرده‌اند. از هر سه خانوار ایرانی نیز یک خانوار به صورت روزانه ماست مصرف می‌کند و ۲۱درصد از خانوارها طی یک سال گذشته اصلا نوشابه مصرف نکرده‌اند. همچنین از هر ۱۰ خانوار ایرانی، چهار خانوار هر روز برنج مصرف می‌کند و به عبارت دیگر، میزان مصرف روزانه برنج در سبد غذایی خانواده‌های ایرانی حدود ۹درصد کاهش داشته است.

این نتایج از نظرسنجی اخیر مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در مردادماه امسال به دست آمده است. این نظرسنجی بین ۱۵۷۵ نفر از مردم ایران در سطح کشور اجرا شده است. میانگین سنی پاسخگویان این نظرسنجی ۳۹٫۵ سال بوده است. ۲۶درصد پاسخگویان در بازه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال، ۴۸٫۴ درصد در سنین ۳۰ تا ۴۹ سال و ۲۵٫۷ درصد ۵۰ سال و بالاتر قرار داشته‌اند. از لحاظ سطح تحصیلات نیز ۳۳٫۳ درصد پاسخگویان تحصیلات کمتر از دیپلم داشتند. ۳۰٫۱ درصد دارای تحصیلات دیپلم، ۲۹٫۲ درصد دارای تحصیلات کاردانی و کارشناسی و ۷٫۳ درصد دارای تحصیلات عالی(کارشناسی ارشد و دکترا) بوده‌اند. از حیث وضعیت تأهل نیز ۷۲٫۶ درصد پاسخگویان را افراد متأهل و ۲۳٫۲ درصد را افراد مجرد تشکیل داده‌اند. ۴٫۱درصد پاسخگویان نیز بدون همسر (در اثر طلاق یا فوت همسر) بوده‌اند.

* ۲۱درصد از خانوارها نوشابه مصرف نکرده‌اند

درخصوص مصرف برخی مواد غذایی در یک سال گذشته از مردم سوال شده است به این شکل که خانواده‌شان در یک سال گذشته هر ماده غذایی را تا چه اندازه مصرف کرده‌اند. یافته‌های این نظرسنجی نشان می‌دهد ۴٫۵درصد خانوارها در سال گذشته هر روز نوشابه مصرف کرده‌اند. ۱۹٫۲ درصد چند روز در هفته، ۳۵ درصد چند روز در ماه و ۱۹٫۹ درصد خانوارها چند روز در سال گذشته نوشابه مصرف کرده‌اند. ۲۱٫۱درصد نیز اصلاً مصرف نمی‌کنند. در خصوص مصرف دوغ، ۱۸٫۶ درصد مردم گفته‌اند در خانواده‌شان هر روز دوغ مصرف می‌کنند. ۳۴٫۹ درصد گفته‌اند در هفته چند روز و ۲۸٫۱ درصد در ماه چند روز دوغ مصرف می‌کنند. همچنین ۷٫۹ درصد مردم گفته‌اند در سال گذشته چند بار دوغ مصرف کرده‌اند و ۱۰٫۴درصد اصلاً دوغ مصرف نمی‌کنند.

* یک خانوار از هر ۳ خانوار روزانه ماست مصرف می‌کند

۲۶٫۲ درصد مردم در یک سال گذشته هر روز شیر مصرف کرده‌اند. ۳۷٫۴ درصد در هفته چند روز و ۲۲٫۵ درصد در ماه چند روز در خانواده‌شان شیر مصرف می‌کنند. لازم به ذکر است ۶ درصد افراد نمونه طی سال گذشته چند بار شیر مصرف کرده‌اند و ۷٫۹ درصد گفته‌اند اصلا شیر مصرف نمی‌کنند. میزان مصرف روزانه شیر یا چند روز در هفته در مقایسه با سال گذشته کاهش یافته است. خردادماه پارسال ۷۸٫۲ درصد خانوارها هر روز یا چندروز در هفته شیر مصرف کرده‌اند، درحالی که این میزان در مرداد امسال به ۶۳٫۶ درصد رسیده است.

درخصوص میزان مصرف ماست در سال گذشته نیز ۳۵٫۴ درصد خانوارها هر روز ماست مصرف کرده‌اند. ۴۱٫۳ درصد چند روز در هفته و ۱۶٫۷ درصد چندروز در ماه ماست خورده‌اند. ۳٫۴ درصد گفته‌اند در سال گذشته چندبار ماست خورده‌اند و ۳ درصد اصلا ماست مصرف نمی‌کنند. طبق داده‌های خردادماه پارسال، ۸۷٫۶ درصد خانوارها هر روز یا چندروز در هفته ماست مصرف کرده‌اند که این میزان در مرداد ۹۹ به ۷۶٫۷ درصد کاهش یافته است.

* ۸ درصد از خانوارها، گوشت قرمز مصرف نکرده‌اند

گوشت قرمز از دیگر مواد غذایی است که در این پرسشنامه میزان مصرف آن سنجیده شده است. طبق پاسخ‌ها، ۴٫۳ درصد خانوارها هر روز گوشت قرمز مصرف می‌کنند. ۴۰٫۲ درصد گفته‌اند در هفته چند روز و ۳۲٫۸ درصد در ماه چند روز گوشت قرمز مصرف می‌کنند. لازم به ذکر است ۱۴٫۴ درصد خانوارها در سال گذشته چندبار گوشت قرمز مصرف کرده‌اند و ۸٫۲ درصد گفته‌اند اصلاً گوشت قرمز مصرف نمی‌کنند. در مقایسه با خرداد ۹۸ به میزان افرادی که گفته‌اند در خانواده‌شان اصلاً گوشت قرمز مصرف نمی‌کنند ۳٫۵ درصد افزوده شده است.

درخصوص میزان مصرف گوشت مرغ در خانوارهای ایرانی طبق نتایج نظرسنجی می‌توان گفت: ۴٫۴ درصد خانوارها هر روز، ۶۲ درصد چند روز در هفته و ۲۸٫۴ درصد چند روز در ماه گوشت مرغ مصرف می‌کنند. ۳٫۷ درصد خانوارها طی سال گذشته چندبار گوشت مرغ مصرف کرده‌اند و ۱٫۳ درصد گفته‌اند اصلاً گوشت مرغ مصرف نمی‌کنند. میزان مصرف گوشت مرغ در مقایسه با خرداد ۹۸ حدود ۱۲٫۶ درصد به صورت مصرف هر روز یا چندروز در هفته در سبد غذایی خانوارها کاهش داشته است.

گوشت ماهی یکی دیگر از منابع پروتئینی است که میزان مصرف آن در بین خانوارهای ایرانی پرسیده شده است. ۰٫۶ درصد گفته‌اند طی یک سال گذشته در خانواده‌شان هر روز ماهی مصرف شده است. ۱۱٫۴ درصد چند روز در هفته، ۳۰٫۲ درصد چند روز در ماه و ۳۳ درصد چند روز در سال گذشته ماهی مصرف کرده‌اند. ۲۴٫۶ درصد پاسخگویان گفته‌اند اصلاً در خانواده‌شان ماهی مصرف نمی‌کنند. میزان مصرف روزانه و چندروز در هفته گوشت ماهی نیز در مقایسه با سال گذشته ۸٫۳ درصد کاهش داشته است.

* ۴ خانوار از هر ۱۰ خانوار روزانه برنج مصرف می‌کند

برنج از محصولاتی است که بیشترین حضور را در سبد غذایی روزانه خانوارهای ایرانی دارد. طبق داده‌ها، ۴۲ درصد خانوارها هر روز برنج مصرف می‌کنند. ۴۸٫۲ درصد چند روز در هفته، ۸٫۵ درصد چند روز در ماه و یک درصد چند روز در سال گذشته برنج مصرف کرده‌اند. ۰٫۳ درصد نیز گفته‌اند اصلاً برنج مصرف نمی‌کنند. در مقایسه با داده‌های خرداد ۹۸، میزان مصرف روزانه برنج در سبد غذایی خانوارها حدود ۹ درصد کاهش داشته است.

یادداشت

تامین مالی بنگاه‌ها؛ بازار سرمایه و فرصت‌های آن؟

یلدا راهدار
نایب‌رئیس سازمان ملی کارآفرینی

بنگاه‌های کوچک و متوسط نقش مهمی در ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی پایدار داشـــته و مسیر توسعه صنعتی بسیاری از کشـــورها با سرمایه‌گذاری و رشد این بنگاه‌ها پیش رفته است. این بنگاه‌ها به‌عنوان حلقه اتصال بین صنایع و بخش‌هـــای مختلف نقش مهمی ایفا می‌کننـــد. تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط در سازمان‌های بین‌المللی و داخلی متفاوت بوده و غالباً براساس تعداد کارکنان یک واحد طبقه‌بندی می‌شود. بانک مرکزی ایران بنگاه‌های دارای ۱۰ کارگر را خرد، ۱۰ تا ۴۹ کارگر را کوچک، ۵۰ تا ۹۹ کارگر را متوسط و بیش از ۱۰۰ کارگر را بنگاه بزرگ تعریف می‌کند.

برمبنـــای آخرین آمار (ســـال ۱۳۹۶) تعداد بنگاه‌هـــای صنعتی کوچک و متوسط ۲۷ هزار و ۳۱۵ واحد بوده که حدود ۹۰درصد کل واحدهای صنعتی کشـــور را به خود اختصاص داده است. تعداد شـــاغلان، میزان سرمایه‌گذاری و ارزش‌افـــزوده بنگاه‌های کوچک و متوســـط به ترتیـــب ۴۰، ۲۴ و ۲۰ درصد کل واحدهای صنعتی را تشکیل داده است. علاوه بر بخش صنعت، بنگاه‌های کوچک و متوســـط در ســـایر بخش‌های اقتصادی نیز وجود داشـــته که آمار بنگاه‌های صنعتی به تنهایی بیانگر اهمیت آنها در چرخه اقتصاد کشور است.

در سال‌های اخیر که شـــرایط رکود تورمی بر کشور حاکم شده، بنگاه‌های اقتصادی به ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط با مشکلات بسیاری ازجمله در حوزه تأمین مالی و نقدینگی مواجه گردیده‌اند. مؤلفه «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» در فصول مختلف پایش فضای کسب‌وکار همواره جزو چهار مانع اصلی فعالان اقتصادی بوده است. ازآنجاکه تأمین سرمایه به ویژه در مورد بنگاه‌های کوچک و متوســـط از طریق بانک‌ها صـــورت می‌پذیرد، بنابراین چالش تأمین مالی از مهم‌ترین مشـــکلات پیش روی این بنگاه‌ها است. سیستم مالی بانک محور کشور از یک‌ســـو و نداشتن وثیقه‌های کافی و ریسک بالای بازپرداخت اصل و بهره تسهیلات از سوی دیگر، موانع مهم تأمین مالی این بنگاه‌ها است. علاوه بر این به دلیل رکود حاکم بر کشور، فروش بنگاه‌ها به صورت اعتباری و غیرنقدی انجام شده و در نتیجه بنگاه‌های کوچک و متوسط را با چالش تأمین ســـرمایه در گردش روبه‌رو کرده اســـت. مجموع تسهیلات بانکی ارائه‌شده در بخش‌های مختلف در ســـال ۱۳۹۸ بالغبر ۹۷۵هزار میلیارد تومان است. آمار عملکرد اجرای طرح تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط در سال ۱۳۹۸ حاکـــی از تأمین مالی تعداد ۳۷ هزار و ۴۶۲ بنگاه اقتصادی کوچک و متوسط با تخصیص مبلغی معادل ۵۴ هزار و ۴۷۰ میلیارد تومان توسط شبکه بانکی است. این تسهیلات پرداختی به بنگاه‌های کوچک و متوسط ۵.۶ درصد از کل اعتبارات پرداختی در سال ۱۳۹۸ را شامل می‌شود که نه‌تنها رقم بسیار ناچیزی اســـت بلکه براساس دستورالعمل بانک مرکزی بایستی ۱۰درصد کل تسهیلات در اختیار بنگاه‌های کوچک و متوسط قرار می‌گرفته که این اتفاق نه در سال گذشته و نه در سال‌های قبل از آن قرار نگرفته است. یکی از روش‌های تامین ســـرمایه بنگاه‌های کوچک و متوسط انتشار اوراق بدهی است. در ایران هزینه‌های انتشار اوراق مالی اسلامی بالا است. به‌علاوه ضمانت نرخ سود انتشار این اوراق بیشـــتر از ۱۸درصد از ســـوی بانک‌ها ممنوع است. در این خصوص می‌توان تعیین نرخ ســـود را به بازار واگذار نمود. همچنین با ایجاد یک پایگاه داده می‌توان اعتبار بنگاه‌های کوچک و متوسط را رتبه‌بندی کرده و از طریق پشتوانه دارایی‌های این شرکت‌ها اوراق بدهی منتشر نموده و ریسک عدم ایفای تعهدات را به سرمایه‌گذاران انتقال یابد. همچنین می‌توان ضمانت اوراق بدهی را به جز بانک‌ها، به شرکت‌های بیمه یا سرمایه‌گذاری واگذار نمود تا با افزایش ســـود، این اوراق برای خریداران جذاب گردد. با توجه به مشکلات تامین مالی از طریق نظام بانکی، توسعه بازارهای سرمایه به عنوان نهاد مکمل نظام بانکی پیشنهاد می‌شود. بسیاری از کشورها یک بازار مجزا را برای بنگاه‌های کوچک و متوســـط ایجاد نموده و با دسترسی به اطلاعات و شفافیت و کاهش ریسک سرمایه‌گذاری زمینه رشد و ورود به بازار اصلی سرمایه فراهم می‌گردد. در ایران بازار فرابورس در همین راستا تشکیل گردیده است. لکن با توجه به ایجاد چنین فرصتی برای ورود بنگاه‌های کوچک و متوسط به بازار سرمایه، به دلیل وجود مشکلات ساختاری و مشکلات مربوط به بازار ورود این بنگاه‌ها به بازار فرابورس از موفقیت چندانی برخوردار نبوده است.

از مهم‌ترین مشکلات ساختاری می‌توان به عدم تمایل شرکت‌ها به افشای اطلاعات و شفافیت، هزینه بالای تأمین مالی از طریق فرابورس، الزام به قواعد حاکمیت شـــرکتی و عدم آشنایی صاحبان بنگاه‌ها از روش‌های تأمین مالی از بازار ســـرمایه اشـــاره کرد. ازجمله مشکلات مربوط به بازار نیز ممنوعیت ورود ســـرمایه‌گذاران حقیقی، هزینه‌های بالای پذیرش و مشاوره و فرآیند طولانی پذیرش تا عرضه در بازار می‌توان نام برد. برای گسترش تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط از طریق بازار سرمایه برخی اقدامات ضروری است. افزایش ســـواد مالی صاحبان بنگاه‌ها، تسهیل انتشـــار و عرضه اوراق بهادار توسط این شرکت‌ها، اصلاح قانون تجارت به‌منظور تسهیل فرآیند ثبت، تأسیس، تبدیل و تغییرات شرکت‌های سهامی با کمترین زمان ممکن و هزینه، ایجاد مشوق‌های مالیاتی برای بنگاه‌هایی که در بازار سرمایه پذیرفته می‌شوند، کاهش هزینه‌های مربوط به پذیرش در بازار و ... از جمله مهم‌ترین این اقدامات است.

علاوه‌بر اقدامات گفته‌شـــده می‌توان از طریق ارائه وام و تضمین‌های خاص برای شـــروع کسب‌وکار، تأســـیس یک بانک برای ارائه مشـــاوره و خدمات به بنگاه‌های کوچک و متوســـط، یارانه نرخ سود، مشـــاوره رایگان در زمینه‌های مختلف به رونق بنگاه‌های کوچک و متوسط کمک کرد.

در سیزدهمین روز مردادماه

قیمت دلار و سکه افزایش یافت

بازار سکه و طلا در روز دوشنبه شاهد افزایش ۷۵ هزار تومانی قیمت‌ها بود و سکه تمام بهار آزادی به بهای ۱۱ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان معامله شد. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز به قیمت ۱۰ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان معامله شـــد. نیم سکه ۵ میلیون و ۵۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان و هر قطعه سکه یک گرمی یک میلیون و ۷۵۰ هزار تومان قیمت خورد. همچنین یک گرم طلای خام ۱۸عیار به ارزش یک میلیون و ۸۶ هزار تومان فروخته شد و هر مثقال طلا نیز با بهای ۴ میلیون و ۷۰۵ هزار تومان به فروش رسید. انس جهانی نیز روند صعودی خود را متوقف کرد و به همان بهای روز قبل به قیمت یک هزار و ۹۷۳ دلار معامله شد.

در جریـــان معاملات بازار ارز نیز نرخ خرید و فروش دلار و یورو نســـبت به یکشنبه ۴۰۰ تومان افزایش یافت. صرافی‌های بانکی هر دلار را به قیمت ۲۰ هزار و ۳۰۰ تومان خریدند و ۲۱ هزار و ۹۰۰ تومان فروختند که نرخ خرید و فروش دلار ۴۰۰ تومان افزایش یافت. این صرافی‌ها هر یورو را هم ۲۳ هزار و ۸۰۰ تومان خریدند و به قیمت ۲۵ هزار و ۷۰۰ تومان فروختند که نرخ خرید و فروش یورو نیز ۴۰۰ تومان با افزایش قیمت مواجه شد.

قائم‌مقام بانک مرکزی از ارائه وام ودیعه مسکن به عنوان خرید کالا خبر داد

جزییات کمک‌ودیعه مسکن مستاجران

قائم‌مقـــام بانک مرکـــزی، جزییات طرح اعطای تســـهیلات بانکی به مستأجران (کمک‌ودیعه مسکن) را اعلام کرد و پیرامون ابهامات شرعی ارائه این وام گفت: «شـــورای فقهی بانک مرکزی با توجه به اعلام شبهه فقهی از ســـوی مراجع و پس از مشورت با ســـایر صاحبنظران، موضوع این تســـهیلات از «ودیعه مســـکن» خارج کرد و به عنوان خرید کالا و خدمات ارائه خواهد شد.»

اکبـــر کمیجانی با اشـــاره به چرایـــی پرداخت وام ودیعه مســـکن به مستاجران گفت: «با توجه به گرانی‌های اخیر در قیمت و اجاره مسکن و در راستای ایجاد ثبات در بازار اجاره و حمایت از مستأجران کم‌درآمد در شرایط اقتصادی تحمیل شده بر کشور ناشی از شیوع ویروس کرونا و اعمال تحریم‌های ظالمانه، موضوع «اعطای تســـهیلات مرابحه خرید کالا و خدمات» از محل بخشی از منابع مالی اختصاص یافته به «ستاد ملی مقابله با کرونا» در این ستاد مطرح شد.»

او با اشـــاره به سقف تسهیلات یادشده ادامه داد: «براساس تصمیمات «ســـتاد ملی مقابله با کرونا» مقرر شد، تسهیلات یادشده در سقف‌های ۵۰۰ میلیون ریال در شهر تهران، ۳۰۰ میلیون ریال در سایر کلانشهرها و ۱۵۰ میلیون ریال در سایر شهرها با نرخ سود ۱۳درصد و بازپرداخت یک ساله (به نحوی که مستأجر در دوره قرارداد صرفاً سود تسهیلات را پرداخت کند و اصل تســـهیلات در سررسید تسویه شود) یا با نرخ سود ۱۲درصد و بازپرداخت ۳۶ ماهه (به نحوی که مســـتأجر در هر قســـط اصل و سود تسهیلات را پرداخت کند)، با هدف کمک به تامین افزایش تحقق یافته در ودیعه اجاره‌های مسکن اقشار کم‌درآمد و آسیب‌پذیر در سال جاری اعطا شود.»

قائم‌مقـــام این بانک درخصـــوص نحوه ثبت‌نام و ســـازوکار پالایش و معرفـــی متقاضیان به منظور دریافت تســـهیلات کمک ودیعه مســـکن بـــه بانک عامل نیز گفـــت: «به منظور رعایت پروتکل‌های بهداشـــتی و جلوگیری از گســـترش ویروس کرونا و رفاه حـــال متقاضیانی که قصد دریافت کمک هزینه ودیعه مسکن را دارند ثبت‌نام متقاضیان با استفاده از ســـامانه پیامکی وزارت راه‌وشهرســـازی انجام گرفت. متقاضیان واجد شرایط از ساعت ۱۰ صبح روز شنبه (چهارم مردادماه) با ارسال کد ملی سرپرســـت خانوار به سرشـــماره پیامکـــی ۳۰۰۰۷۳۶۴۰ از طریق تلفن همراه شـــخصی خود تا ساعت ۲۴ روز پنجشـــنبه (۹ مردادماه) نسبت بـــه ثبت‌نـــام اولیه اقدام کرده‌اند.» وی ادامه داد: «پس از بررســـی اولیه و ارســـال پیامک به متقاضی در زمان‌بندی اعلام شـــده از سوی وزارت راه‌وشهرسازی، متقاضیان واجد شرایط دریافت تسهیلات بانکی از سوی این وزارت می‌باید در ســـامانه وزارت راه و شهرســـازی به آدرس tem.mrud.ir ثبت نام کنند. آنگاه مشـــخصات متقاضیان واجد شـــرایط از سوی وزارتخانه یادشده به بانک‌مرکزی و بانک‌ها منعکس و متعاقب آن دستورالعمل اجرایی به بانک‌های عامل ابلاغ می‌شود.»

طبق اعلام بانک مرکزی، کمیجانی درخصوص ســـقف‌های تسهیلات اعطایی به متقاضیان، افزود: «تســـهیلات یادشـــده در ســـقف‌های ۵۰۰ میلیون ریال در شـــهر تهران، ۳۰۰ میلیون ریال در ســـایر کلانشـــهرها (شـــهرهای بالای یک میلیون نفر جمعیت شامل مشهد، اصفهان، کرج، شیراز، تبریز، قم، اهواز و کرمانشاه) و ۱۵۰ میلیون ریال در سایر شهرها، با هدف کمک به تامین افزایش تحقق یافته در ودیعه اجاره‌های مسکن اقشار کم‌درآمد و آسیب‌پذیر در سال جاری اعطا می‌شود.»

این مقام مســـئول بانک مرکزی درباره نرخ ســـود تســـهیلات و نحوه بازپرداخت آن اضافه کرد: «نرخ ســـود تســـهیلات ۱۳درصد اســـت و با سررســـید یک ســـاله پرداخـــت می‌شـــود. در دوره قرارداد صرفاً ســـود تسهیلات توسط مستاجر پرداخت و اصل تسهیلات در سررسید (پایان سال) تسویه می‌شود. در صورت درخواست متقاضی، پرداخت تسهیلات یادشـــده به صورت ۳۶ ماهه، به نحوی که متقاضی در هر قسط بخشی از اصل و ســـود تســـهیلات را پرداخت کند نیز با نرخ ســـود ۱۲درصد امکان‌پذیر است.» کمیجانی در پاسخ به این سوال که اعطای تسهیلات کمک‌ودیعه مسکن در قالب کدام یک از عقود اسلامی امکان‌پذیر است، گفت: «از آنجا که تســـهیلات یادشـــده غالباً به مستأجرانی که از اقشار نیازمنـــد و دهک‌های پایین اقتصادی بوده و در نتیجه شـــیوع ویروس کرونـــا و افزایش ســـطح عمومی قیمت‌ها به دلیـــل تحریم‌های ظالمانه اخیر آســـیب دیده‌اند، پرداخت خواهد شد، بانک مرکزی با این دیدگاه که این اقشـــار برای تامین هزینه مسکن خود ناگزیر به حذف برخی از نیازهای زندگی خود شـــده‌اند، به دنبـــال راهکاری درخصوص پرداخت این تســـهیلات بود تا به لحاظ شرعی و قانونی امکان جبران هزینه‌های پرداختی از سوی این اقشار بابت تامین مسکن خود فراهم شود.»

قائم‌مقام بانک مرکزی در پایان افزود: «در جلسه هشتم مرداد ۱۳۹۹ شـــورای فقهی بانک مرکزی تشکیل شد و با توجه به اعلام شبهه فقهی از سوی تعدادی از مراجع بزرگوار و پس از مشورت با سایر صاحبنظران، موضوع این تســـهیلات از عنوان «ودیعه مســـکن» خارج و مصوب شد کـــه بانک‌ها و موســـسات اعتباری غیربانکی بتوانند به مســـتأجرانی که براســـاس اعلام وزارت راه و شهرسازی در شرایط کنونی دچار مشکلات اقتصـــادی بـــرای تامین مخارج خود از جمله هزینه مســـکن شـــده‌اند، تســـهیلات «مرابحه خریـــد کالا و خدمات» اعطا کنند؛ لذا تســـهیلات یادشـــده، پس از پالایش اطلاعات و شناسایی اقشار هدف توسط وزارت راه و شهرســـازی، از سوی بانک‌های عامل و در قالب عقد مرابحه خرید کالا و خدمات و براساس دستورالعمل اجرایی که متعاقباً اعلام می‌شود، پرداخت خواهد شد.»

چک‌های برگشتی در خردادماه بیش از ۱۱درصد کاهش یافت

جغرافیای استانی چک‌های برگشتی

براســـاس تازه‌ترین گـــزارش بانک مرکزی، ۸۸۱ هـــزار فقره چک در خردادماه امســـال در سراســـر کشـــور برگشت داده شـــد که نسبت به مـــاه قبل کاهش بیش از ۱۱درصدی را نشـــان می‌دهـــد. به گفته بانک مرکـــزی، این ۸۸۱ هزار فقره چک به ارزشـــی حدود ۱۸۶ هزار میلیارد ریال در خردادماه ۹۹ در کل کشـــور برگشـــت داده شـــده که نسبت به اردیبهشت‌ماه از نظر تعداد ۱۱,۷درصد کاهش را نشان می‌دهد.

طبق جدیدترین آمار بانک مرکزی، حدود ۷ میلیون و ۹۰۰ هزار فقره چک به ارزشی بالغ بر ۱۵۴۴ هزار میلیارد ریال در خردادماه ۱۳۹۹ در کل کشور مبادله شد که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد ۱,۲ درصد و از نظر مبلغ ۱۳,۷ درصد افزایش نشـــان می‌دهد. در این ماه همچنین در اســـتان تهران بالغ بر ۲,۵ میلیون فقره چک به ارزشی حدود ۷۸۹ هزار میلیارد ریال مبادله شد.

در خردادماه امســـال بیش از ۵۰درصد تعداد چک‌های مبادله‌ای کل کشور (۵۰,۳درصد) تنها در سه استان تهران، اصفهان و خراسان رضوی مبادله شده است که به ترتیب با ۳۲,۲ درصد، ۱۰,۴ درصد و ۷,۷ درصد بیشـــترین ســـهم را در مقایسه با سایر اســـتان‌ها دارا بوده‌اند. همچنین ۶۳,۵ درصد از ارزش چک‌های فوق در سه استان تهران (۵۱,۱ درصد)، اصفهان (۶,۴ درصد) و خراسان رضوی (۶ درصد) مبادله شده است که بیشترین سهم را در مقایسه با سایر استان‌ها دارا بوده‌اند.

آمارهای بانک مرکزی در مورد چک‌های وصولی نیز نشـــان می‌دهد، بیش از ۷ میلیون فقره چک به ارزشی بالغ بر ۱۳۵۸ هزار میلیارد ریال در خردادماه ۱۳۹۹ در کل کشـــور وصول شـــد که نسبت به ماه قبل از نظر تعـــداد و مبلغ به ترتیب ۰,۴ درصد و ۱۴,۱ درصد افزایش نشـــان می‌دهـــد. از کل تعـــداد و مبلغ چک‌های مبادله شـــده در ماه مذکور به ترتیب ۸۸,۸ درصد و ۸۸ درصد وصول شده است. درصد تعداد و مبلغ چک‌های وصول شـــده در اردیبهشت ماه ۱۳۹۹ به ترتیب معادل ۸۷,۵ درصـــد و ۸۷,۷ درصـــد و در خردادماه ۱۳۹۸ به ترتیـــب برابر با ۹۰,۶ درصد و ۸۸,۹ درصد بوده است.

همچنین حدود ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار فقره چک به ارزشی حدود ۷۰۲ هزار میلیارد ریال در خردادماه ۱۳۹۹ در اســـتان تهران وصول شـــد که از نظـــر تعداد و ارزش (هر کدام ۸۹ درصد) از کل چک‌های مبادله‌ای وصول شـــده است. در ماه مذکور در بین سایر استان‌های کشور، بیشترین نسبت تعداد چک‌های وصـــولی بـــه کـــل چک‌های مبادله‌ای در استان، به ترتیب به اســـتان‌های گـــیلان (۹۲,۳درصد)، البرز (۹۰,۵ درصـــد) و مازندران(۹۰ درصد) اختصاص یافته اســـت و اســـتان‌های کهگیلویه و بویراحمد (۸۱,۹ درصد)، چهارمحـــال و بختیاری (۸۵ درصد) و کردســـتان (۸۵,۴ درصد) پایین‌ترین نسبت تعـــداد چک‌های وصولی به کل چک‌های مبادله شده در استان را به خود اختصاص داده‌اند.

در ماه مورد بررســـی در بین سایر استان‌های کشور، بیشترین نسبت ارزش چک‌هـــای وصولی بـــه کل ارزش چک‌های مبادله‌ای در اســـتان به ترتیب به اســـتان‌های گـــیلان (۹۱,۴درصد)، البـــرز (۹۰,۷درصد) و هرمزگان (۹۰,۴درصد) اختصاص یافته اســـت و اســـتان‌های خراســـان جنوبی (۷۸,۶درصد)، سیســـتان و بلوچســـتان (۸۰,۲درصد) و لرستان (۸۰,۸ درصد) کمترین نســـبت ارزش چک‌هـــای وصولی به کل ارزش چک‌های مبادله شـــده در استان را به خـــود اختصاص داده‌اند.

آمارهای بانک مرکزی در مورد چک‌های برگشـــتی نیز حاکی اســـت، بالغ بر ۸۸۱ هزار فقره چک به ارزشـــی حـــدود ۱۸۶ هزار میلیارد ریال در خردادماه ۱۳۹۹ در کل کشـــور برگشـــت داده شده است که نسبت بـــه مـــاه قبل از نظر تعـــداد ۱۱,۷ درصد کاهش و از نظـــر مبلـــغ ۱۱,۲ درصد افزایش نشان می‌دهد. از کل تعداد و مبلغ چک‌های مبادله شده در مـــاه مذکور به ترتیب ۱۱,۲ درصد و ۱۲درصد برگشـــت داده شـــده است. درصد تعداد و مبلغ چک‌های برگشت داده شده در اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹ به ترتیب معادل ۱۲,۵ درصد و ۱۲,۳ درصد و در خردادماه سال ۱۳۹۸ به ترتیب برابر با ۹,۴ درصد و ۱۱,۱ درصد بوده است.

همچنین در ماه مورد گزارش در اســـتان تهران حدود ۲۶۹ هزار فقره چک بـــه ارزشی حدود ۸۷ هـــزار میلیارد ریال برگشت داده شد که از نظر تعـــداد ۱۰,۶ درصد و از نظر ارزش ۱۱درصد از کل چک‌های مبادله‌ای برگشـــت داده شده است. در ماه مذکور در بین سایر استان‌های کشور، بیشـــترین نسبت تعداد چک‌های برگشـــتی به کل چک‌هـــای مبادله‌ای در استان، به ترتیب به استان‌های کهگیلویه و بویراحمد (۱۸.۱درصد)، چهارمحال و بختیاری (۱۵درصد) و کردســـتان (۱۴.۶درصد) اختصاص یافته است و استان‌های گیلان(۷.۷درصد)، البرز (۹.۵درصد) و مازندران (۱۰درصد) پایین‌ترین نســـبت تعداد چک‌های برگشـــتی به کل تعداد چک‌های مبادله شده در استان را به خود اختصاص داده‌اند.

در ماه مورد بررســـی در بین سایر استان‌های کشور، بیشترین نسبت ارزش چک‌های برگشـــتی به کل ارزش چک‌های مبادله شده در استان به ترتیب به اســـتان‌های خراســـان جنوبی(۲۱.۴درصد)، سیســـتان و بلوچســـتان (۱۹.۸درصـــد) و لرســـتان (۱۹.۲درصد) اختصـــاص یافته اســـت و اســـتان‌های گیلان (۸.۶درصد)، البرز (۹.۳درصد) و هرمزگان (۹.۶درصـــد) کمترین نســـبت ارزش چک‌های برگشـــتی به کل ارزش چک‌های مبادله شده در استان را به خود اختصاص داده‌اند.

همچنین بررســـی چک‌های برگشـــتی به تفکیک علل نشان می‌دهد، حدود ۸۵۸ هزار فقره چک به ارزشـــی حـــدود ۱۷۳ هزار میلیارد ریال در خردادماه ۱۳۹۹ در کل کشـــور به دلایل کسری یا فقدان موجودی برگشت داده شده است. در واقع در کل کشور از نظر تعداد ۹۷,۳درصد و از نظر ارزش ۹۲,۹درصد از کل چک‌های برگشـــتی به دلایل کسری یا فقدان موجودی بوده اســـت. در ماه مورد بررســـی در اســـتان تهران حـــدود ۲۵۹ هزار فقره چک به ارزشـــی بالغ بر ۷۶ هـــزار میلیارد ریال به دلایل کســـری یا فقدان موجودی برگشـــت داده شده است. در واقع در اســـتان تهران از نظر تعداد ۹۶,۴درصد و از نظر مبلغ ۸۸,۲درصد از کل چک‌های برگشتی به دلایل کسری یا فقدان موجودی بوده است.

خرید سکه مشمول پرداخت مالیات شد

معاون ســـازمان امور مالیاتی، گفت کســـانی که در جریان عرضه سکه از ســـوی بانک مرکزی اقدام به خرید کرده‌اند تا ســـقف معینی مشمول پرداخت مالیات مقطوع می‌شـــوند. به گزارش صداوسیما، محمد مسیح، معاون ســـازمان امـــور مالیاتی گفت: براســـاس تبصره مـــاده ۱۰۰ قانون مالیات‌های مســـتقیم با توجه به محدودیت‌های بیماری کرونا و با هدف حمایت از مشاغل خرد این دستورالعمل صادر شده و مشاغلی که مالیات عملکرد آنها در ســـال ۹۷ تا ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بوده برای سال ۹۸ بدون افزایش نرخ اعمال خواهد شـــد. مســـیح افزود: برای مشـــاغلی کـــه مالیات عملکرد ســـال ۹۷ آنها ۲میلیون و ۵۰۰ تـــا ۵میلیون تومان بوده رشـــد ۴ درصد، بین ۵ میلیون تا ۱۰ میلیون تومان، ۸ درصد و ۱۰ میلیون تومان به بالا ۱۲درصد افزایش در نظر گرفته شـــده است. امسال ایـــن امکان نیز در نظر گرفته شـــده که صاحبان مشـــاغل بتوانند با ارائه اظهارنامه مالیاتی نیز نسبت به پرداخت مالیات اقدام کنند. به گفته وی، مشاغلی که در سال ۹۷ فروش و درآمد آنها حداکثر ۹۹۰ میلیون تومان اســـت می‌تواند از ظرفیت این تبصره اســـتفاده کنند که شامل صاحبان مشـــاغل گروه‌های دوم و سوم قانون مالیات‌های مستقیم و عمدتاً شامل سوپرمارکت‌ها خواربارها، نانوایی‌ها، املاک و مواردی از این دست هستند. صاحبان این مشاغل می‌توانند در پنج قسمت مساوی این مالیات مقطوع را پرداخت کنند. معاون ســـازمان امور مالیاتی درباره مالیات خرید سکه نیز گفت: کسانی که در جریان عرضه سکه از سوی بانک مرکزی اقدام به خرید کرده‌اند تا سقف معینی مشمول پرداخت مالیات مقطوع می‌شوند و دستورالعمل دقیق آن طی یکی دو روز آینده اعلام می‌شود. خریداران سکه که سکه‌های خود را عرضه می‌کنند و به فروش می‌رسانند باید حتماً نسبت به تسلیم اظهارنامه مالیاتی و همچنین پرداخت مالیات متعلق آن اقدام کنند. وی با بیان اینکه ما اطلاعات مربوط به خریداران ســـکه را در اختیـــار داریم، گفت: عرضه و فروش این ســـکه‌ها نیـــز در نهایت برای ما مشخص خواهد شد و مالیات آن را نهایتاً مطالبه خواهیم کرد.

به گفته معاون ســـازمان امور مالیاتی، خریداران سکه با تعداد بالا در صورت پرداخت نکردن مالیات شـــامل جرایمی می‌شـــوند که غیرقابل بخشودگی است.

شاخص بورس تهران از کانال ۲ میلیون واحد عقب‌نشینی کرد

عقبگرد بورس در سیزدهمین روز مرداد

فرصت امروز: شاخص بورس تهران که روز یکشنبه با سقف‌شکنی تاریخی وارد کانال ۲ میلیون واحدی شده بود، روز دوشنبه عقبگرد کرد و مجددا به کانال یک میلیون و ۹۰۰ هزار واحد بازگشت. شاخص کل بورس در این روز ۱۸ هزار و ۱۹۴ واحد افت کرد و در نهایت رقم یک میلیون و ۹۹۳ هزار واحد را نمایش داد. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۹۹۷ واحد کاهش به ۵۲۵ هزار و ۸۸۷ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۶۵۵ واحد افت به ۳۴۵ هزار و ۲۱۲ واحد رسید. شاخص بازار اول ۲۴ هزار و ۳۴۱ واحد کاهش و شاخص بازار دوم ۸ هزار و ۱۷۲ واحد افزایش داشت. شاخص فرابورس نیز بیش از ۲۰۱ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۲۱ هزار و ۱۹ واحد ثابت ماند. در معاملات روز دوشنبه بیش از ۸میلیارد و ۹۲۲ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش ۱۶۰ هزار و ۱۶۵ میلیارد ریال داد و ستد شد. گروه چندرشته‌ای صنعتی نیز در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد.

کدام نمادها شاخص بورس را پایین کشیدند؟

در روز دوشنبه نمادهای سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۵هزار و ۶۴۴ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با یک هزار و ۸۴۷ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۹۳۶ واحد، سرمایه‌گذاری صندوق بازنشستگی (وصندوق) با ۷۷۲ واحد، گروه پتروشیمی س. ایرانیان (پترول) با ۶۴۱ واحد، پتروشیمی شیراز (شراز) با ۵۶۸ واحد، سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی (وبانک) با ۴۳۴ واحد، گروه بهمن (خبهمن) با ۴۱۱ واحد و گروه دارویی برکت (برکت) با ۳۱۶ بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل، نمادهای ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۴ هزار و ۶۴ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۲ هزار و ۷۴۰ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۲هزار و ۷۳۶ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۲ هزار و ۲۸۱ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با یک هزار و ۸۳۹ واحد، معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با یک هزار و ۷۸۹ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با یک هزار و ۷۸۶ واحد، گروه مپنا (رمپنا) با یک هزار و ۶۸۱ واحد و سایپا (خساپا) با یک هزار و ۲۰۱ واحد، بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص بورس داشتند.

همچنین نمادهای ملی صنایع مس ایران، سرمایه‌گذاری غدیر، فولاد مبارکه اصفهان، گروه دارویی برکت، گروه پتروشیمی س. ایرانیان، بانک تجارت و سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی ازجمله نمادهای پربیننده بورس بودند. گروه چندرشته‌ای صنعتی هم در معاملات روز دوشنبه صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۸۹۳ میلیون و ۵۱ هزار برگه سهم به ارزش ۳۷ هزار و ۱۲۴ میلیارد ریال داد و ستد شد. شاخص فرابورس نیز بیش از ۲۰۱ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۲۱ هزار و ۱۹ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۱۱۵ میلیون برگه سهم به ارزش ۵۶ هزار و ۱۷۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای پتروشیمی مارون (مارون)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، پلیمر آریا ساسول (آریا)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، بیمه پاسارگاد (بپاس)، سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، اعتباری ملل (وملل)، پالایش نفت شیراز (شراز)، س. توسعه و عمران استان کرمان (کرمان) و نیروگاه زاگرس کوثر (بزاگرس) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، مدیریت انرژی تابان هور (وهور)، گروه توسعه مولد نیروگاهی جهرم (بجهرم)، پتروشیمی غدیر (شغدیر)، سرمایه‌گذاری مس سرچشمه (سرچشمه) و فرابورس ایران (فرابورس) با تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه بودند.

از ابتدای سال چند سهامدار جدید وارد بورس شد؟

بورس اوراق بهادار تهران این روزها در کانون توجه شهروندان ایرانی قرار گرفته و به قول معروف، حسابی روی بورس است، چنانچه طبق تازه‌ترین آمار شرکت سپرده‌گذاری مرکزی و تسویه وجوه، از ابتدای امسال تا روز دهم مردادماه، ۳میلیون و ۵۸۰ هزار کد جدید سهامداری در بازار سرمایه ایران صادر شده است که این رقم با احتساب کدهای قبلی به ۱۵ میلیون و ۲۵۰ هزار کد رسیده است.

این در حالی است که تا سال ۹۱ تعداد ۶ میلیون و ۴۸۸ هزار کد معاملاتی صادر شده بود. همچنین تا سال ۹۲ این رقم به ۷ میلیون و ۳۶۲ هزار کد رسید و تا پایان سال ۹۳ نیز به ۷ میلیون و ۹۹۶ هزار کد افزایش یافت. در ادامه نیز در سال ۹۴ تعداد کدها به ۸ میلیون و ۸۸۴ هزار کد رسید، در سال ۹۵ تعداد تجمیعی کدهای معاملاتی به ۹ میلیون و ۳۴۸ هزار کد رسید، سال ۹۶ هم تعداد کدها به ۹ میلیون و ۹۶۵ هزار کد، سال ۹۷ به ۱۰ میلیون و ۸۸۴ هزار کد و سال ۹۸ به ۱۱ میلیون و ۶۶۵ هزار کد رسید.

با ملاحظه تعداد کدهای صادرشده طی این سال‌ها، هر سال به طور میانگین ۶۰۰ هزار کد معاملاتی جدید در بازار سرمایه صادر شده است که البته بخشی از این کدها مربوط به خریداران اوراق تسهیلات مسکن بودند که یک بار برای خرید این اوراق از کدها استفاده می‌کردند.

در این میان، از ابتدای سال ۹۹ تا روز دهم مردادماه، ۳ میلیون و ۵۸۰ هزار کد جدید سهامداری در بازار سرمایه ایران صادر شده است که این رقم با احتساب کدهای قبلی به ۱۵ میلیون و ۲۵۰ هزار کد رسیده است. البته برای همه سهامداران عدالت که ۴۹ میلیون و ۱۴۱ هزار نفر هستند نیز به صورت خودکار کد معاملاتی صادر می‌شود. با این احتساب تعداد دارندگان کد معاملاتی در بورس در کشور به حدود ۶۵ میلیون نفر می‌رسد. کارشناسان معتقدند این فرصت استثنایی برای مدیریت نقدینگی و جمع‌آوری آن و تزریق به سمت تولید از کانال بازار سرمایه است. البته برخی می‌گویند با توجه به اینکه تعداد شرکت‌های حاضر در بورس اوراق بهادار و فرابورس اندک و در مجموع به حدود ۷۰۰ شرکت می‌رسد، نمی‌توان انتظار داشت این سیل نقدینگی جذب تولید شود، اما عده‌ای می‌گویند شرکت‌های حاضر در بورس و فرابورس با انتشار اوراق جدید مانند اوراق اجاره سهام، اوراق مرابحه و انواع اوراق مالی، همچنین از شناورسازی درصد بیشتر سهام خود و نیز عرضه اولیه سهام شرکت‌ها می‌توانند به جمع‌آوری نقدینگی و تزریق آن به تولید کمک کنند.

در این زمینه دولت تصمیم گرفته هر هفته حداقل یک عرضه اولیه در فرابورس و یک عرصه اولیه در بورس داشته باشد. سازمان تأمین اجتماعی نیز تصمیم گرفته برای کمک به بازنشستگان تأمین اجتماعی صندوق مدیریت ثروت زیرمجموعه صندوق بازنشستگی کشور را وارد بورس کند و پذیره‌نویسی واحدهای این صندوق به مبلغ هزار تومان از روز شنبه ۱۱ مرداد تا ۲۳ مردادماه در بورس انجام می‌شود و همه این اقدامات در راستای جمع‌آوری نقدینگی از بازار و رونق شرکت‌ها صورت می‌گیرد.

نماگر بازار سهام

چرا تغییر اطلاعات مشمولان سهام عدالت در سامانه ثبت نمی‌شود؟

برخی از مشمولان سهام عدالت نسبت به عدم تغییر مشخصات خود در سامانه معترض هستند که در این زمینه معاون سازمان خصوصی‌سازی اعلام کرد این افراد می‌توانند تغییر اطلاعات خود مانند شماره تلفن همراه را از طریق مراجعه به سامانه سهام عدالت انجام دهند.

به گزارش ایرنا، برخی از مشمولان سهام عدالت معترض نسبت به تغییر مشخصات خود در سامانه سهام عدالت هستند، یکی از معترضان در این مورد اعلام کرده است: حدود یک ماه است که گزینه تغییر شماره تلفن همراه در سایت سهام عدالت برای همه غیرفعال است، در حالی که بارها مسئولان آزادسازی سهام عدالت اعلام کرده‌اند مردم می‌توانند نسبت به اصلاح اطلاعات خود یا فروش سهام خود در سامانه اقدام کنند، در این زمینه حسن علایی در واکنش به صحبت مشمولان سهام عدالت و اعتراض آنها نسبت تغییر مشخصات خود در سامانه سهام عدالت گفت: همچنان برخی از مشمولان سهام عدالت برای تغییر شماره تلفن همراه خود به سامانه www.samanese.ir مراجعه می‌کنند، در حالی که سهامداران از طریق این سامانه نمی‌توانند شماره تلفن همراه خود را تغییر دهند، بلکه این اقدام را باید از طریق مراجعه به سامانه sahamedalat.ir اجرایی کنند.

وی افزود: افرادی که روش مستقیم را برای نحوه مدیریت سهام خود انتخاب کرده‌اند، به راحتی می‌توانند با ورود در سامانه sahamedalat.ir اقدام به مشاهده پرتفوی سهام عدالت خود کنند.

علایی اظهار داشت: با ورود به این سامانه و درج کد ملی در کادر مربوطه، در صورت مغایرت شماره تلفن همراه ثبت شده در سامانه با کد ملی، سریعا پیغامی بر روی صفحه با این عنوان که شماره تلفن ثبت شده در سامانه با کد ملی مطابقت ندارد نمایان می‌شود که در ادامه آن آمده است آیا تمایل به تغییر شماره تلفن همراه دارید یا خیر؟

وی ادامه داد: در صورتی که فرد مشمول سهام عدالت دارای سیم‌کارت با نام خود باشد می‌تواند شماره موردنظر را وارد و اقدام به تغییر شماره تلفن همراه خود کند، در نهایت یک کد از طریق پیامک ارسال می‌شود که با ورود آن در کادر سامانه به مرحله پایانی و صفحه اصلی ورود خواهد کرد.

معاون سازمان خصوصی‌سازی خاطرنشان کرد: در صورتی که فرد سیم‌کارتی را به نام خود ندارد، با مراجعه به اپراتورها در مخابرات و خرید سیم‌کارت به نام مشمول سهام عدالت مشکل برطرف خواهد شد.

او درباره افرادی که اکنون به دنبال انتخاب روش مدیریت سهام عدالت خود در سامانه هستند، گفت: این افراد هیچ اقدامی را نمی‌توانند انجام دهند و سیستم به صورت پیش‌فرض روش مدیریت غیرمستقیم را برای آنها انتخاب کرده است، ساز و کار مربوط به آنها از طریق شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی انجام خواهد شد.

علایی اظهار داشت: فعالیت مربوط به ورود شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی در دست اقدام است و تا چهار روز آینده اقدامات لازم برای افزایش سرمایه و پذیرش در بورس انجام می‌شود و تا آخر مردادماه همه مسائل مربوط به این شرکت‌ها انجام می‌شود.

معاون سازمان خصوصی‌سازی همچنین درباره جاماندگان سهام عدالت گفت: سازمان خصوصی‌سازی، مجری سیاست‌ها و مصوبات قانونی است، بنابراین درخصوص جاماندگان سهام عدالت سازمان خصوصی‌سازی سیاست‌گذار نیست.

به گفته وی، اگر قرار است اقدامی برای این افراد انجام شود مراجع قانونی ذی صلاح باید تصمیم‌گیری کنند.

علایی اظهار داشت: باید ساز و کاری طراحی شود تا تصمیمات لازم برای جاماندگان سهام عدالت اتخاذ، بعد از آن تبدیل به قانون و در نهایت به سازمان خصوصی‌سازی ابلاغ شود تا این سازمان بتواند قانون ابلاغ شده را در دستور کار قرار دهد.

برق رامین

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۹۹/۹/۱۰۶ م
نوبت دوم
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): ۲۰۹۹۰۰۵۵۳۴۰۰۰۰۰۴
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 ۹۹/۰۵/۲۱
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 : ۸۸۹۶۹۷۳۷- ۸۵۱۹۳۷۶۸ -۰۲۱
سامانه تدارکات الکترونیکی دولت WWW.Setadiran.ir
پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات https://iets.mporg.ir
پایگاه اطلاع رسانی معاملات شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی http://tender.tpph.ir
۴۱۵
شرکت تولید نیروی برق رامین - امور تدارکات

اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر

نوبت دوم
آگهی فراخوان تجدید ارزیابی کیفی مشاوران
شماره سامانه ستاد ۲۰۹۹۰۳۷۰۲۰۰۰۰۱۰

نام کارفرما: اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر
نشانی : بوشهر - انتهای بزرگراه طالقانی - اداره کل بنادر ودریانوردی 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 مناقصه‌گزار مفتوح خواهد شد.

اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۱۴
۴۱۳

اخبار

قیمت هر کیلو مرغ ۱۹ هزار و ۵۰۰ تومان شد

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی گفت امروز قیمت هر کیلو مرغ زنده ۱۳ هزار و ۲۰۰ تومان و مرغ آماده به طبخ ۱۹ هزار و ۵۰۰ تومان است. عظیم حجت، عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات قیمت مرغ خبر داد و گفت: امروز متوسط قیمت هر کیلو مرغ زنده ۱۳ هزار تا ۱۳ هزار و ۲۰۰ تومان و مرغ آماده به طبخ در خرده‌فروشی‌ها ۱۸ هزار و ۵۰۰ تا ۱۹ هزار و ۵۰۰ تومان است.

وی افزود: با توجه به شرایط کنونی عرضه و تقاضا پیش‌بینی می‌شود که تا پایان هفته نوسان خاصی در بازار رخ ندهد.

حجت بیان کرد: در حال حاضر ۵۰درصد ذرت و کنجاله سویا با نرخ مصوب و ۵۰درصد از بازار سیاه تامین می‌شود و در برخی استان‌ها این نسبت متفاوت است. این مقام مسئول ادامه داد: با وجود قول مسئولان وزارت جهاد کشاورزی مبنی بر راه‌اندازی سامانه جدید و توزیع برمبنای نرخ مصوب انتظار می‌رود که وزارت جهاد، وزارت صمت و گمرک در این خصوص تعامل لازم را داشته باشند. وی درباره آخرین وضعیت جوجه‌ریزی بیان کرد: بنابر آمار بیش از ۱۱۰میلیون قطعه جوجه‌ریزی در واحدهای مرغداری صورت گرفته که با این حجم جوجه‌ریزی کمبودی در عرضه نداریم. حجت ادامه داد: با توجه به تنش گرمایی، وزن‌گیری مرغ در فصل تابستان نسبت به بهار متفاوت است به طوری که علی رغم ۱۱۰ میلیون جوجه‌ریزی، مازادی در عرضه نداریم. عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی ادامه داد: با وجود افزایش هزینه‌های تولید امکان عرضه مرغ با نرخ مصوب ستاد تنظیم بازار وجود ندارد، چنانچه مسئولان خواهان عرضه با نرخ مصوب هستند، نهاده با نرخ مصوب را باید در اختیار مرغداران قرار دهند. حجت با انتقاد از تاخیر در توزیع نهاده‌های دامی بیان کرد: اکثر شرکت‌های فروشنده نهاده‌های دامی به جز پشتیبانی امور دام در ارسال بار عملکرد مناسبی ندارند که تمامی این عوامل منجر به افزایش هزینه‌های تولید می‌شود.

بازار نهاده‌های دامی همچنان دو نرخی است

وی با بیان اینکه بازار نهاده‌های دامی همچنان دو نرخی است، گفت: عدم حمل به موقع نهاده علت اصلی اختلاف قیمت مصوب با بازار آزاد است و از آنجا که مرغدار با موجود زنده سر و کار دارد، چاره‌ای جز تامین نهاده با نرخ بالا ندارد. حجت با اشاره به اختلاف سه برابری قیمت کنجاله سویا نسبت به نرخ مصوب بیان کرد: با توجه به تامین ۳۰ تا ۴۰درصد نیاز مرغداران با نرخ مصوب، حداقل ۳ هزار تومان هزینه تمام شده تولید افزایش می‌یابد.

این مقام مسئول اظهار کرد: کنجاله سویا با نرخ ۷ هزار تومان و ذرت ۲ هزار و ۶۰۰ تا ۲ هزار و ۷۰۰ تومان در بازار سیاه به وفور موجود است، درحالی که نهاده به میزان کافی با نرخ مصوب نیست.

وی متوسط نرخ هر قطعه جوجه یک روزه را بالای ۳ هزار تومان اعلام کرد و گفت: با توجه به نوسان شدید هزینه‌های تولید، نرخ مصوب به هیچ عنوان قابل قبول نیست. به گفته حجت، با وجود آنکه ۴۰ تا ۵۰درصد نهاده‌های دامی از کانال دولت و مابقی از بازار آزاد تامین می‌شود، به همین خاطر عرضه با نرخ‌های مصوب بیانگر استمرار زیان چهار ماهه اخیر مرغداران است، در حالی که اگر مسئولان دولتی از نرخ ۱۸ هزار و ۵۰۰ تومان حمایت کنند، تولیدکننده با اطمینان خاطر بیشتری به تولید ادامه می‌دهد. عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی با تاکید بر اصلاح قیمت مرغ بیان کرد: اگر قیمت مصوب برمبنای کارشناسی اعلام شود، تولیدکنندگان با افتخار می‌پذیرند چراکه تولیدکنندگان به هیچ عنوان به دنبال افزایش قیمت نیستند.

وی در پایان با تاکید بر اصلاح قیمت مرغ در بازار تصریح کرد: با وجود آنکه امکان عرضه مرغ با نرخ مصوب ستاد تنظیم بازار وجود ندارد، از این رو انتظار می‌رود مسئولان تنظیم بازار برمبنای واقعیت و هزینه تمام شده تولید، قیمت واقعی مرغ را اعلام کنند.

آیا ماسک بالاخره به نرخ مصوب می‌رسد؟

همه واحدهای تولید و توزیع ماسک موظف به درج اطلاعات در سامانه جامع تجارت شدند و دبیر کارگروه مقابله با کرونا وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) ضمن ارائه جزییات اجرای این طرح، گفت که داروخانه‌ها موظفند میزان کالایی، نام شرکت پخش و قیمت و فاکتور رسمی آن را در این سامانه یا سامانه تیتک وزارت بهداشت تایید کنند چراکه این دو سامانه به هم متصل شده است. به گزارش ایسنا، او همچنین درباره ادعای داروخانه‌ها مبنی بر خرید ماسک به قیمت بالاتر از نرخ مصوب در بازار آزاد، از آنها خواست که در این زمینه سند ارائه کنند تا سهمیه واحدهای تولیدی متخلف قطع شود. طبق اعلام وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) کلیه واحدهای تولید مواد اولیه ماسک، تولیدکنندگان ماسک صنعتی و کارگاهی، شرکت‌های پخش، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و مجازی، داروخانه‌ها، خرده‌فروشان موظفند فرآیندهای مرتبط با تولید یا عرضه ماسک را در سامانه جامع تجارت یا سامانه ussd ثبت کنند. همچنین عدم درج اطلاعات تولید و فروش منجر به قطع سهمیه واحد متخلف و به منزله عرضه خارج از شبکه و قاچاق تلقی می‌شود و واحدهای توزیعی کشور باید اسناد مالی معتبر خرید ماسک را جهت کنترل و نظارت بر شبکه‌های توزیع نگهداری کنند و در صورت خرید بالاتر از قیمت مصوب، مدارک را در اختیار سازمان صمت استان قرار دهند. وزارت صمت قبلا وعده داده بود که با سیستمی شدن فرآیند تولید و توزیع ماسک، اگر تخلف هر یک از شبکه‌های تولید و توزیع احراز شود، سهمیه مواد اولیه آنها قطع می‌شود که این روند می‌تواند مانع از گران‌فروشی ماسک شود. اما همین امروز نایب رئیس انجمن داروسازان تهران هم گفته که ماسک سه لایه پرستاری صنعتی با قیمت مصوب دولتی در داروخانه‌ها پیدا نمی‌شود، اما همان برندهایی که ماسک صنعتی تولید می‌کنند، اقلام‌شان در بازار آزاد به وفور یافت می‌شود که این ماسک‌ها را بدون فاکتور و با قیمت بالای ۲۰۰۰ تومان به داروخانه ارائه می‌کنند. او همچنین نسبت به عرضه نشدن ۱۸ میلیون ماسک دپوشده در داروخانه‌ها که پیش‌تر وزارت صمت وعده آن را داده بود ابراز نارضایتی کرده است. مشاهدات میدانی هم نشان می‌دهد حداقل قیمت ماسک در داروخانه‌ها معمولاً ۲۰۰۰ تومان است و حتی ۲۵۰۰ و ۳۰۰۰ تومان هم فروخته می‌شود. البته نرخ مصوب در ایستگاه‌های مترو عموما رعایت می‌شود و ماسک به نرخ ۱۵۰۰ تومان در اختیار شهروندان قرار می‌گیرد. در فروشگاه‌های زنجیره‌ای و سوپرمارکت‌ها هم معمولا ماسکی ارائه نمی‌شود. اما طبق اعلام مرکز امور اصناف و بازرگانان وزارت صمت قیمت ماسک در داروخانه‌ها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و فروشگاه‌های اینترنتی باید ۱۳۰۰ تومان و در سوپرمارکت‌ها، خواربارفروشی‌ها ایستگاه‌های مترو و اتوبوس ۱۵۰۰ تومان باشد.

سرانجام کارت‌های بازرگانی یک‌بار مصرف

اتاق بازرگانی دیگر عهده‌دار اعتبارسنجی تاجران نیست

از زمان استفاده از کارت‌های بازرگانی مشکلاتی در این خصوص وجود داشت که اخیرا دولت و دیگر متولیان تصمیم به سختگیری در صدور و تمدید آنها گرفته‌اند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، کارت بازرگانی از چند سال گذشته برای ساماندهی در امور تجارت خارجی برای تجار و بازرگانان صادر می‌شد تا این افراد با استفاده از این کارت‌ها بتوانند صادرات یا واردات انجام دهند.

شرایط دریافت کارت بازرگانی تا چند هفته گذشته برای متقاضیان آن بسیار ساده بود به طوری که بازرگانان تنها با ثبت واحد تولیدی یا تجاری خود می‌توانستند آن را دریافت کنند.

براساس این گزارش همین سهولت در دریافت کارت بازرگانی موجب شد تا تمام افرادی که صاحب واحد تولیدی بودند و هیچ فعالیت تجاری ندارند نیز اقدام به دریافت این کارت کنند که همین موضوع موجب بروز دردسر برای آنها شد.

دردسر دارندگان کارت بازرگانی از آنجایی شروع شد که بانک مرکزی جهت تشویق صادرکنندگان اعلام کرد، صادرکنندگان از عرضه یک میلیون دلار از کل حجم صادرات خود در سامانه نیما معاف هستند.

همان طور که پیشتر گفته شد بسیاری از دارندگان کارت‌های بازرگانی هیچ فعالیت تجاری ندارند، بنابراین تجاری که سالیانه حجم بیشتر از یک میلیون دلار صادرات دارند، اقدام به اجاره کارت بازرگانی از افرادی می‌کنند که هیچ استفاده از کارت خود انجام نمی‌دهند و سهمیه صادراتی این افراد می‌سوزد.

اتاق بازرگانی دیگر عهده‌دار اعتبارسنجی صدور کارت بازرگانی نیست

غلامرضا شافعی، رئیس اتاق بازرگانی ایران در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، با ذکر این مطلب که اتاق بازرگانی از این پس عهده‌دار اعتبارسنجی برای صدور کارت بازرگانی نیست، بیان کرد: بررسی امور اولیه و تشخیص صلاحیت بازرگانان برای صدور کارت بازرگانی از این پس برعهده وزارت صمت است. وی افزود: اتاق بازرگانی از این پس عهده‌دار دریافت لیست نهایی از سوی وزارت صمت، تشخیص صلاحیت و صدور کارت برای این افراد است. رئیس اتاق بازرگانی ایران ابراز کرد: با ورود سامانه‌های وزارت صمت و سازمان توسعه تجارت به فرآیند صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی، سختگیری‌ها در این خصوص بیشتر می‌شود و سوءاستفاده بازرگانان متخلف از این کارت‌ها به حداقل می‌رسد.

این جریان موجب شد تا گمرک لیست صاحبان کارت بازرگانی بلااستفاده و اجاره‌ای را به سازمان توسعه تجارت اعلام کند، همانطور که در تاریخ ۱۰ تیرماه امسال ۲ هزار و ۵۰۰ کارت بازرگانی تعلیق شد.

در همین راستا معاون امور صادراتی گمرک معتقد است: چون در ضوابط ابلاغی تکلیف شده جلوی واردات و صادرات این افراد گرفته شود، اطلاعات آنها بعد از حکم بانک طی نامه‌ای رسمی برای وزارت صنعت، معدن و تجارت ارسال می‌شود و ذیل بند ۶ ماده ۱۰ بند قانون و مقررات صادرات واردات کارت بازرگانی این افراد تعلیق می‌شود.

هشدار هواشناسی به کشاورزان

تامین بیش از ۱۲۵درصد بارش یک سال زراعی کشور

مدیرکل شبکه پایش هواشناسی کشاورزی گفت با توجه به شرایط جوی به کشاورزان توصیه می‌شود که آبیاری شبانه را انجام دهند.

مسعود حقیقت، مدیرکل شبکه پایش هواشناسی کشاورزی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از کاهش نسبی دما در نوار شمالی کشور خبر داد و گفت: طی روزهای دوشنبه و سه‌شنبه در نوار شمالی کشور به ویژه استان‌های ساحلی خزر و اردبیل کاهش نسبی دما همراه با وزش باد انتظار می‌رود.

او افزود: طی دو روز آینده در استان‌های ساحلی خزر، اردبیل، ارتفاعات البرز مرکزی، شمال آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی، خراسان شمالی، شمال خراسان رضوی، جنوب سیستان و بلوچستان و ارتفاعات هرمزگان رگبار باران همراه با رعد و برق و وزش باد شدید پیش‌بینی می‌شود.

حقیقت از آبگرفتگی معابر و سیلابی شدن مسیل‌ها خبر داد و گفت: با توجه به بارش شدید باران در استان‌های گیلان و مازندران احتمال بالاآمدن آب رودخانه‌ها و سیلابی شدن مسیل‌ها وجود دارد.

مدیرکل مرکز پیش‌بینی و هشدار سازمان هواشناسی در توصیه‌ای به کشاورزان بیان کرد: با توجه به بارش شدید در استان‌های شمالی احتمال خسارت به شالیزارها وجود دارد، از این رو توصیه می‌شود که کشاورزان زهکش شالیزارها را بررسی کنند.

او ادامه داد: با وجود شرایط جوی به دامداران استان‌های گیلان، مازندران و گلستان توصیه می‌شود که به سبب برخورد صاعقه از رفتن به ارتفاعات اجتناب کنند. حقیقت در توصیه‌ای به پرورش‌دهندگان ماهی بیان کرد: به پرورش‌دهندگان ماهیان سردآبی و گرم‌آبی که ماهی در استخرهای خود دارند، توصیه می‌شود که مراقب دیوارهای استخر خود باشند تا مشکلی پیش نیاید.

به گفته او، با توجه به ماندگاری هوای گرم در مناطق مرکزی و جنوبی از کشاورزان تقاضا داریم که آبیاری شبانه را در مزارع و باغات خود انجام دهند، چراکه آبیاری روزانه منجر به کاهش تلفات آب می‌شود.

تامین بیش از ۱۲۵درصد بارش یک سال زراعی

این مقام مسئول درباره آخرین وضعیت بارش کشور بیان کرد: بنابر آخرین آمار از ابتدای سال زراعی تاکنون متوسط بارش کشور ۲۹۲.۵ میلی متر بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۷ درصد کاهش و نسبت به دوره بلندمدت ۲۹درصد رشد داشته است.

او با بیان اینکه ۱۲۵.۹درصد بارش یک سال زراعی تامین شده است، گفت: علی رغم شرایط مساعد بارندگی، استان‌های چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد، کرمانشاه و کردستان کمتر از نرمال بارش دریافت کردند که تا پایان سال زراعی امیدی به جبران بارش نیست.

حقیقت در پایان با اشاره به اینکه تا اواسط شهریور بارش خاصی در کشور نداریم، تصریح کرد: در فصل تابستان عمده بارش‌ها در مناطق شمال غرب، نواحی خزری و جنوبی است.

۸۰درصد مطالبات گندمکاران پرداخت شد

نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران از پرداخت ۸۰درصد مطالبات گندمکاران خبر داد و گفت طبق آخرین آمار ۳ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان از بهای گندم خریداری شده پرداخت نشده است.

علیقلی ایمانی، نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران در گفت و گو با خبرنگار باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت خرید تضمینی گندم اظهار کرد: بنابر آخرین آمار از ابتدای فصل برداشت تاکنون ۷ میلیون تن گندم مازاد کشاورزان خریداری شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد چشمگیری داشته است.

وی با اشاره به اینکه برداشت گندم در تمامی استان‌ها در حال انجام است، افزود: با توجه به روند فعلی خرید تضمینی پیش‌بینی می‌شود که میزان خرید به ۱۰ میلیون تن برسد که با این وجود دغدغه‌ای از حیث تامین نان مورد نیاز کشور وجود ندارد.

ایمانی از پرداخت ۸۰درصد مطالبات گندمکاران خبر داد و گفت: روند فعلی خرید تضمینی نسبت به چند روز گذشته کمی با تاخیر انجام می‌شود به طوری که ۳ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان از مطالبات گندمکاران باقی مانده است که امیدواریم شرکت بازرگانی دولتی و بانک مرکزی تلاش کنند تا مطالبات هرچه سریع‌تر پرداخت شود.

نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران قیمت منطقی خرید تضمینی هر کیلو گندم را با احتساب ۱۵درصد سود برای کشاورز ۴ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد و گفت: با توجه به افزایش هزینه‌های تولید و تورم، قیمت منطقی خرید تضمینی هر کیلو گندم باید اعلام شود تا جوابگوی معیشت کشاورزان باشد.

وی ادامه داد: برخی مسئولان اذعان می‌کنند که کشاورزان محکوم به تولید هستند، در حالی که به سبب نبود نقدینگی کشاورزان به تولید ضربه مهلکی وارد می‌شود چراکه آماده‌سازی هر هکتار کشت گندم ۲ هزار و ۵۰۰ تومان هزینه دربردارد.

به گفته ایمانی، با وجود افزایش هزینه‌های کاشت، داشت و برداشت و کمبود نقدینگی، کشاورزان چاره‌ای جز کشت محصول با بذر بوجاری و بدون کود موردنیاز ندارند که این امر ضربه مهلکی به تولید وارد می‌کند.

نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران تعادل قیمت، توسعه مکانیزاسیون، آموزش بهره‌برداران و ارائه تسهیلات ارزان‌قیمت را ابزار مهم خودکفایی گندم دانست و گفت: اگر دولت حمایت همه‌جانبه از تولید این محصول استراتژیک داشته باشد، خودکفایی استمرار خواهد یافت. در غیر این صورت همانند سال ۹۳ برای تامین نیاز کشور مجبور به واردات ۷ میلیون تن گندم خواهیم بود.

راهکار ساماندهی آشفته‌بازار خودرو چیست؟

رئیس انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان گفت بسیاری از کالاها از جمله خودرو و مواد اولیه موردنیاز خودروسازان و قطعه‌سازان از جمله فولاد، محصولات پتروشیمی، مس، آلومینیوم و ... و حتی بسیاری هزینه‌ها ارتباطی با نرخ ارز ندارند.

به گزارش خبرگزاری تسنیم، این روزها ارتباطات معناداری بین قیمت خودرو و نرخ ارز مشاهده می‌شود، به‌طوری که فروشندگان خودرو با اطلاع از نرخ ارز در هر روز به ارائه قیمت دلخواه خود به مشتریان می‌پردازند و کلاف سردرگم موجود بیش از پیش پیچیده شده است. شرایط به گونه‌ای شده که کارشناسان معتقدند هر چقدر خودرو از سوی خودروسازان تولید شود، برای آن مشتری وجود خواهد داشت و حتی با افزایش تولید و عرضه نیز آرامش به بازار برنمی‌گردد.

به اعتقاد کارشناسان، این موضوع علاوه بر تبدیل شدن خودرو به یک کالای سرمایه‌ای، ناشی از حجم زیاد سرمایه‌ها و نقدینگی سرگردان موجود در سطح جامعه است.

محمدرضا نجفی‌منش، رئیس انجمن صنایع همگن نیرو محرکه و قطعه‌سازان در این زمینه می‌گوید: اگر موضوع را به درستی ریشه‌یابی نکنیم، به جواب صحیح نمی‌رسیم.

به گفته این مقام صنفی، در موضوع یادشده سه چرا و یک چگونه وجود دارد؛ اینکه چرا قیمت خودرو افسارگسیخته رو به بالا است؟ چرا اختلاف قیمت کارخانه و بازار وجود دارد؟ چرا شورای رقابت در قیمت‌گذاری‌ها دخالت می‌کند؟ و اینکه چگونه باید این مشکلات حل شود؟

وی افزود: شورای رقابت می‌خواهد خودروساز محصول خود را به قیمت بالا به مردم نفروشد، اما نتیجه کار آشفته شدن هرچه بیشتر بازار و اختلاف فاحش بین قیمت‌های درب کارخانه و بازار است.

نجفی‌منش یادآور شد: وقتی اختلاف قیمت وجود داشته باشد، همیشه انگیزه برای تقاضا هست، زیرا افراد به دنبال حفظ ارزش پول خود هستند، بر این اساس باید اختلاف قیمت موجود را از بین ببریم.

وی اظهار داشت: برای رفع اختلاف قیمت موجود چند راهکار وجود دارد، باید قیمت را در حاشیه بازار تعیین کرد یا در بورس کشف قیمت کرد یا به خودروسازان بسپاریم تا برمبنای ارقام واقعی قطعات و تجهیزات را تعیین قیمت کنند.

رئیس انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان به دهه ۷۰ اشاره کرد که هرچند در آن زمان سالیانه تنها بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار دستگاه خودرو تولید می‌شد، اما آشفته بازاری را شاهد نبودیم، دلیل آن نیز تعیین قیمت‌ها در حاشیه بازار بود.

وی تاکید کرد: بسیاری از کالاها از جمله خودرو و مواد اولیه موردنیاز خودروسازان و قطعه‌سازان از جمله فولاد، محصولات پتروشیمی، مس، آلومینیوم و ... و حتی بسیاری هزینه‌ها ارتباطی با نرخ ارز ندارند، اما از آن تبعیت می‌کنند، در نتیجه برای رهایی از آشفته بازار باید بازار ارز سر و سامان یابد. نجفی‌منش ادامه داد: از آنجایی که کنترل، تنظیم و رگولاتوری قیمت همه این کالاها دشوار است، بهترین راه در شرایط کنونی تعیین قیمت‌ها در حاشیه بازار است و به این ترتیب، هجوم کاذب به بازار تا اندازه زیادی کاهش می‌یابد.

وی بیان داشت: راهکار دیگر رهایی از آشفته بازار خودرو، افزایش تولید است. اگر قیمت‌ها درست شود، خودروساز مطالبه قطعه‌ساز را به موقع بپردازد و قطعه‌ساز نیز بتواند برای تهیه و تدارک مواد اولیه به موقع اقدام کرده و دستمزد کارگران را به موقع پرداخت کند، توان تولید تا سالیانه ۲ میلیون دستگاه نیز وجود دارد.

این مقام صنفی یادآوری کرد: در سال ۹۰ تا یک میلیون و ۶۵۰ هزار دستگاه خودرو نیز تولید شد، اما به زحمت به فروش می‌رفت و حتی برنامه‌های فروش اعتباری پیش‌بینی شد، این در حالی است که امروز تیراژ تولید به ارقامی به مراتب پایین‌تر رسیده است.

وی خاطرنشان کرد: پرداخت نشدن به موقع مطالبات، تامین نشدن ارز موردنیاز و تعدیل نشدن به موقع قیمت‌های خودرو و قطعات، عوامل اصلی کاهش شمارگان تولید در سال‌های گذشته بوده است که باید اصلاح شود.

برابری ارزش سهام ایران خودرو با بنز و رنو!

افزایش روزانه ورود مبتدی‌ها به بورس شرایطی را سبب شده تا اکثر سهام‌ها در مسیر رشد قرار گیرند، اما برخی از سهام‌ها به جای رشد در حال تجربه جهش هستند. یکی از بخش‌ها که ارزش سهام آن جهش داشته، خودروسازان است. به گزارش کارگر نیوز، شرکت‌های خودروسازی با آنکه به خاطر تحریم با محدودیت‌هایی مواجه هستند در بازار بورس، خواستگاران زیادی پیدا کردند و همین امر سبب شده که به اعتقاد کارشناسان بازار بورس، ارزش سهام خودروسازان با حباب بیشتری مواجه باشد. آن‌گونه که وزارت صمت گزارش داده است طی این مدت تولید خودرو ۸،۴ درصد افزایش پیدا کرده، اما تولید در شرایطی افزایش داشته که بر تعداد خودروهای پارکینگی اضافه شده است لذا تا زمانی که خودروها به مرحله تجاری‌سازی نرسند، نمی‌توان رشد تولید را اثرگذار بر بازار بورس دانست.

سهام خودروسازان برابر با سهام بنز

در مورد افزایش ارزش سهام شرکت‌های خودروسازی، کارشناسان تحلیل‌های متفاوتی دارند. محمود انصار، تحلیلگر حوزه ریسک و بازارهای مالی به «ایران» می‌گوید: سهام برخی از شرکت‌های خودروسازی به نحوی بالا رفته که می‌توان سهام یک شرکت خودروساز را با بنز برابر دانست.

کشش رشد قیمت وجود ندارد

او ادامه داد: به شکل ذاتی ارزش سهام خودروسازان کشش افزایش قیمت را ندارد و نمی‌توان به اندازه و ارزش بنز خلق ثروت کرد. این تحلیلگر حوزه ریسک و بازارهای مالی خطاب به سهامداران خودروسازان و شرکت‌هایی که بیش از ارزش‌شان سود کردند، گفت: سهامداران از امروز به فکر ریسک نقدشوندگی دارایی‌های‌شان باشند، البته با شرایط فعلی کشور و کاهش ارزش ریال تصور نمی‌کنم در کوتاه‌مدت مشکلی برای سهامداران پیش بیاید.

امیررضا کاهدی، کارشناس بازار سرمایه نیز درباره ارزش سهام شرکت‌های خودروسازی و روندی که در این بخش طی می‌شود، به «ایران» گفت: مؤلفه‌های مختلفی باعث شده که ارزش سهام برخی از مجموعه‌ها بالاتر از چیزی باشد که طبق تحلیل‌های کارشناسی باید باشد؛ مهم‌ترین دلایلی که باعث شده شاهد افزایش ارزش سهام‌ها در بورس باشیم، کاهش ارزش ریال و شدت انتظاری تورم است.

او ادامه داد: با توجه به دلایلی که عنوان شد یکی از بخش‌ها که می‌تواند ارزش دارایی‌های مردم را حفظ کند، بورس است. از این‌رو می‌بینیم روزانه هزار الی دو هزار میلیارد تومان پول جدید وارد بورس می‌شود و این نشان می‌دهد که نقدینگی بالایی در جامعه وجود دارد که تازه واردها با توجه به کاهش ارزش ریال ترجیح می‌دهند پول خود را وارد بورس کنند. این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه رفتار مردم برای ورود به بورس طبیعی است چرا که انتظارات تورمی در کشور زیاد است، تصریح کرد: عوامل مختلف دست به دست هم داده است تا بورس با چنین شرایطی روبه‌رو شود، البته در این میان باید این نکته را متذکر شد برخی از سهامداران با پروپاگاندا و تبلیغات، سهامداران جدید را جذب می‌کنند؛ آنها کاری می‌کنند که برخی از سهام‌ها دیده شوند و با آنکه فاصله زیادی با ارزش‌شان دارند، با قیمت بالا عرضه شوند.

فعلاً حباب نمی‌ترکد

او گفت: اعتقاد دارم که در بورس و سهام شرکت‌های خودروسازی حباب وجود دارد اما این جمله بدان معنا نیست که امروز و فردا این حباب می‌ترکد، زمانی بورس با مشکل مواجه می‌شود که تعداد قابل توجهی به یکباره خریدار یا فروشنده سهام شوند در این صورت ضمن ترکیدن حباب شاهد مشکلات بیشتری در این حوزه خواهیم بود. این کارشناس بازار سرمایه تصریح کرد: با وضعیتی که در کاهش ارزش ریال داریم و تورمی که اقتصاد ایران با آن روبه‌رو است این حباب دیرتر می‌ترکد و حداقل درکوتاه مدت سهامداران با مشکلی مواجه نمی‌شوند.

فروشندگان خودروهای صفر در بازار افراد عادی نیستند

با وجود اظهارنظر مقامات هر دو خودروساز بزرگ کشور مبنی بر افزایش تولید خودرو در سال جاری نسبت به سال گذشته، اما هنوز بازار در بلاتکلیفی عرضه و نابسامانی قیمت به سر می‌برد، گویا تمام این تعریف و تمجیدها برای کاهش واکنش‌ها به خالی بودن بازار از خودرو است.

طرح‌های فروش فوق‌العاده و پیش‌فروش خودروهای پرتقاضای داخلی امروز از هیجان افتاده و امروز همچنان سیر صعودی نرخ این خودروها در حاشیه بازار ادامه دارد.

این در حالی است که مصوبات تعیین قیمت خودرو هیچ دردی را از گرانی‌های بازار درمان نکرده است، گرچه خودروسازان مدعی تبعیت از مصوبات ستاد تنظیم بازار هستند اما نرخ‌های کنونی اعلام شده برای خودروهای داخلی را غیرواقعی دانسته و انتظارات خود برای افزایش مجدد قیمت رسمی خودروهای داخلی را با استفاده از تعبیر منطقی شدن قیمت‌ها براساس مصوبات شورای رقابت تا شهریورماه امسال مطرح می‌کنند.

تحریم، گرانی ارز، رکود اقتصادی و کاهش بهره‌وری در صنعت خودروسازی کشور مولفه‌های اصلی کاهش تولید و گرانی خودرو طی سال‌های اخیر بوده است.

نرخ ارز به عنوان یکی از متغیرهای کلیدی اقتصاد، نقش مهمی در تعیین قیمت محصولات داخلی همچون خودرو و همچنین صادرات این کالا دارد؛ به‌طوری‌که با هر افزایشی در قیمت ارز، تغییراتی در هزینه تولید خودرو رخ می‌دهد. به اعتقاد بسیاری از کارشناسان نبود بهره‌وری و همچنین مدیریت دولتی دو شرکت بزرگ خودروساز کشور، این شرکت‌ها را در برابر نوسانات ارز آسیب‌پذیر کرده است.

حالا بازار ارز کم‌کم آرام گرفته اما بازار خودرو همچنان طغیانگر است و خبری از کاهش و ثبات قیمت نیست. برخی از کارشناسان معتقدند؛ شاید با برقراری نظم در بازارهایی همچون ارز، مواد اولیه و ... بتوان توقع بهبود بازار خودرو را داشت اما باید سیاست‌های اعمال شده در این صنعت را نیز مدنظر داشت که تحت سیاست‌های دستوری هیچ‌گاه نه به رشد و توسعه مطلوب می‌رسند نه باعث رضایتمندی مشتریان؛ بلکه تنها به دنبال اهداف از پیش تعیین شده خود هستند.

نورچشمی‌ها خودرو می‌گیرند

در حال حاضر قیمت گرفتن از فروشندگان خودرو در سطح شهر تهران بسیار مشکل است. به گفته این فعالان صنفی قیمت‌ها روزانه اعلام می‌شود و به علت کاهش عرضه خودرو، نمی‌توان به راحتی قیمت را اعلام کرد!

از ابتدای سال تاکنون متولیان این بخش برای بازگشت آرامش به بازار خودرو روش‌هایی را برای ثبات‌بخشی به این بازار تدبیر و اجرایی کردند اما هنوز نتیجه مطلوبی به دست نیامده است.

گلایه متقاضیان این محصولات هر روز بیشتر می‌شود تا جایی که علیرضا سلیمی، عضو کمیسیون صنایع و معادن به ایلنا گفته است: «خودروسازان به جای اینکه خودروها را به نورچشمی‌ها بدهند به کسانی که مدت‌ها است ثبت‌نام کرده‌اند، این خودروها را تحویل دهند. این روزها متاسفانه خودروسازان به دلیل عدم توجه به تعهدات‌شان موجب آشفتگی در بازار هم شده‌اند. خودروساز باید بداند پیش‌بینی که انجام می‌دهد، درست است یا خیر. آنان یا اطلاعاتی از وضعیت موجود دارند یا ندارند بنابراین باید برنامه‌ریزی داشته باشند.»

وعده‌های عرضه خودرو در انتظار محقق شدن

این در حالی است که فرشاد مقیمی، مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو معتقد است: «از شرایط بحرانی سال گذشته که تولید روزانه به کمتر از هزار دستگاه خودرو رسیده بود عبور کرده‌ایم و تیراژ تولید در ۴ ماه ابتدایی امسال به میزان ۳۴ درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش داشته است. امسال تولید ۵۰۰ هزار دستگاه انواع خودروی سواری و وانت را در دستور کار قرار داده‌ایم. در سال گذشته به تولید رونق بخشیده و امسال در مسیر جهش تولید قرار داریم.»

به گفته این مقام مسئول، بعد از اعمال تحریم‌های ظالمانه و خروج شرکای خارجی، داخلی‌سازی تولید را در دستور کار قرار دادیم و توانستیم در میزهای خودکفایی وزارت صمت و برنامه‌های نهضت خودکفایی و میثاق با قطعه‌سازان، تولید را به بیش از ۲ هزار دستگاه در پایان سال گذشته برسانیم. در حال حاضر خودمان میزان تولید را مشخص می‌کنیم و به هیچ کشور خارجی که تعیین‌کننده باشد، وابستگی نداریم. مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو، کاهش تعهدات معوق و افزایش عرضه به بازار را از نتایج افزایش تیراژ تولید می‌داند و می‌گوید: علاوه بر اینکه از آبان ماه سال گذشته توانستیم تعهدات فروش‌های فوری را زودتر از موعد، تحویل مشتریان بدهیم، در حال حاضر تعهدات معوق در سایر فروش‌ها به کمتر از ۵۰ هزار دستگاه رسیده است. در حالی که در سال گذشته بیش از ۲۰۰ هزار دستگاه تعهد معوق داشتیم.

اخبار

طرح مجلس یازدهم برای ساماندهی بازار خودرو

سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی از تدوین طرحی برای ساماندهی خودرو در این کمیسیون خبر داد و ابراز امیدواری کرد که با تصویب نهایی این طرح نگرانی‌ها در این زمینه برطرف شود.

حجت الله فیروزی در گفت و گو با ایسنا، اظهار کرد: طرحی در کمیسیون صنایع در حال تدوین است که حاصل تلاش‌های زیاد و مذاکراتی با کل حلقه صنعت تولید خودرو از ابتدا تا انتهاست. از قطعه‌سازان تا تولیدکنندگان خودرو، خدمات پس از فروش و کیفیت. در همین راستا هم گفت وگوهایی با کسانی که در این حلقه موثر هستند صورت گرفته است و امیدواریم این طرح به زودی در کمیسیون به تصویب برسد و به صحن علنی بیاید تا به قانون تبدیل شود.

وی افزود: این طرح که عنوان آن ساماندهی خودرو است طرح جامعی است، ما نمی‌خواهیم کار عجولانه و احساسی انجام دهیم بنابراین سعی می‌کنیم نظرات کل زنجیره خودرو از تولید تا مصرف را دریافت کنیم تا هم منافع مردم و هم منافع خودروسازان و قطعه‌سازان تامین شود و به آنها انگیزه دهد که خودروی باکیفیت ارائه کنند.

فیروزی با بیان اینکه احتمالا این طرح تا یک ماه آینده در صحن علنی مجلس مطرح خواهد شد، ادامه داد: قطعا این طرح می‌تواند موثر و گره‌گشا باشد. طرح دیگری با عنوان مشابه در مجلس دهم نیز به تصویب رسیده بود که البته مورد ایراد شورای نگهبان قرار گرفته بود ما قطعا از نقاط قوت آن طرح هم استفاده خواهیم کرد تا بتوانیم طرح کامل‌تری را ارائه کنیم.

سخنگوی کمیسیون صنایع با بیان اینکه برای تدوین این طرح با افراد مختلفی که در زنجیره خودرو هستند صحبت شده است، تصریح کرد: مردم از کیفیت، قیمت، شیوه عرضه و خدمات پس از فروش ناراضی هستند و در این سمت تولیدکننده هم ناراضی است و می‌گوید قیمتی که شورای رقابت تعیین می‌کند قیمت مناسبی نیست و به زیان آنها است قطعه‌ساز هم ناراضی است زیرا هزینه مواد اولیه و دستمزد به روز پرداخت می‌شود، ولی آنها مبالغ خود را از خودروساز به صورت زمان‌دار دریافت می‌کنند. در این زنجیره هیچ کس راضی نیست بنابراین ما باید بررسی دقیق و کارشناسانه داشته باشیم. تا نهایتا نسخه‌ای که تهیه می‌شود نگرانی همه را برطرف کند و مشکلات را به حداقل برساند.

تخصیص پلاک ملی منطقه آزاد به خودروهای منطقه آزاد جزیره قشم

دادستان عمومی و انقلاب مرکز استان هرمزگان از آغاز به کار انجام مراحل شماره‌گذاری و تعویض پلاک خودروهای منطقه آزاد قشم به پلاک ملی منطقه آزاد خبر داد.

به گزارش میزان، مجتبی قهرمانی در حاشیه نشست مشترک با رئیس و کارشناسان پلیس راهنمایی و رانندگی استان هرمزگان گفت: به منظور قانونمندکردن همه دستگاه‌ها به موازات دستگاه‌های متناظر در کشور، اجرای طرح شماره‌گذاری و تعویض پلاک خودروهای منطقه آزاد قشم به پلاک ملی منطقه آزاد در دستور کار قرار گرفت.

وی با بیان اینکه ضمانت عدم اجرای این طرح و عدم اقدام احتمالی از سوی بعضی از مالکان پلاک‌های فعلی در قانون پیش‌بینی شده، افزود: بارزترین نتیجه آن ممانعت از ادامه حرکت این خودروها و توقیف توسط پلیس راهور و پلیس راه خواهد بود.

رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی استان هرمزگان نیز درخصوص نحوه آغاز مراحل شماره‌گذاری و تعویض پلاک خودروهای منطقه آزاد قشم گفت: برابر توافقات انجام شده و تفاهم‌نامه منعقده بین پلیس راهور استان و سازمان منطقه آزاد قشم، کلیه دارندگان پلاک منطقه آزاد قشم موظف هستند در مدت زمان چهارماهه تعیین شده در این تفاهم‌نامه، نسبت به تعویض پلاک خودروهای خود اقدام کنند.

وی هدف اصلی از اجرای این طرح را تأمین حقوق عامه و جلب رضایت عمومی عنوان کرد و خاطرنشان کرد: به همین منظور هماهنگی‌های لازم جهت ارائه خدمات مطلوب به مالکان خودرو، برای مشارکت در این طرح صورت گرفته است.

این مقام انتظامی اظهار داشت: این طرح مزایای فراوانی دربر دارد که با فراهم شدن بستر و زیرساخت‌های لازم، ارائه خدمات پس از شماره‌گذاری به مالکان پلاک‌های جدید به سادگی امکانپذیرخواهد بود.

رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی استان هرمزگان زمان اجرای این طرح را ۱۱ تیرماه تا یکم آبان ماه عنوان کرده و اذعان داشت: شهروندان و مالکان می‌توانند از هم اکنون تا پایان زمان طرح که حدود چهار ماه است به پلیس راهور شهرستان قشم مراجعه و مراحل شماره‌گذاری و تعویض پلاک خودرو خود را انجام دهند که به منظور تسریع در ارائه خدمات مرتبط، ملزومات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری موردنیاز و سایر تمهیدات لازم نیز اندیشیده شده است تا به کلیه مراجعان در فرصت زمانی تعیین شده خدمات لازم ارائه گردد.

سرهنگ مجید صالح‌پور با تاکید بر رعایت پروتکل‌های بهداشتی و فاصله گذاری اجتماعی، تصریح کرد: با توجه به الزامات قانونی پیش‌بینی شده ازجمله احتساب پلاک‌های قدیمی در لیست پلاک‌های غیرمجاز برابر با بند ۱۵ ذیل ماده یک آیین‌نامه راهنمایی و رانندگی پس از انقضای مهلت تعیین شده، تردد این خودروها در معابر عمومی استان ممنوع است.

هوشمندسازی به کمک حمل بار و کالا می‌آید

رویدادی تخصصی به دنبال تحقق راهکارهای توسعه حمل‌ونقل هوشمند بار و کالا است. این وبینار با حضور همه بازیگران این حوزه ۱۴ مردادماه سال جاری برگزار می‌شود. در حال حاضر زیرساخت‌های توسعه پایدار در همه ابعاد مدیریت شهری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است. حمل و نقل کالا به صورت مستقیم با زندگی شهروندان در ارتباط است، بنابراین سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در این حوزه به عنوان یکی از جریان‌های اصلی جابه‌جایی در سطح یک شهر، باید بر پایه توسعه پایدار صورت گیرد. همین ضرورت‌ها هم ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل هوشمند معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری را به برگزاری نخستین وبینار راهکارهای توسعه حمل‌ونقل هوشمند بار و کالا ترغیب کرد.

دریچه

جایگزینی برای امواج رادیویی

لیزرهایی با فناوری پیشرفته به بازار می‌آید

اختراع امواج رادیویی توانست تحولی عظیم در قرن بیستم ایجاد کند. از نظر بسیاری از کارشناسان، فناوری لیزرهای تراهرتز می‌تواند تحولی مشابه در قرن بیست و یکم ایجاد کند.

فناوری مرتبط با لیزرهای تراهرتز جزو علوم «های تک» و دارای فناوری بسیار پیشرفته محسوب می‌شود. پیش‌بینی می‌شود که امواج لیزری تراهرتز به زودی جایگزین امواج رادیویی معمولی شود. این پروژه در مرحله آزمایشگاهی قرار دارد و این امید وجود دارد که این فناوری به زودی وارد مرحله تجاری‌سازی شود.

در واقع لیزرهای موسوم به لیزر نستو به یک صفحه رسانا برخورد می‌کند و پس از آن موج تراهرتز تولید می‌شود. فناوری لیزر نستو از جمله فناوری‌های جدید محسوب می‌شود. طرح مربوط به این فناوری جوان دو سال قبل موفق شد که برنده جایزه نوبل شود. کشور ما نیز با توجه به اهمیت فناوری لیزر تراهرتز و لیزر نستو، اقدام به تشکیل هسته‌های علمی برای بومی‌سازی این فناوری کرد.

این طرح با همکاری حمید نادگران رئیس دانشگاه شیراز و از دانشمندان برجسته این حوزه اجرایی شد. مهدی موسوی از مدیران شرکت‌های فناور، پایان‌نامه دکترای خود را در این زمینه تالیف کرد. طرح لیزرهای تراهرتز توانسته است مراحل آزمایشگاهی را با موفقیت پشت سر بگذارد. تجاری‌سازی این فناوری می‌تواند موجب پیشرفت چشمگیری در صنایع مختلف از جمله هوافضا شود.

در صورت جایگزینی امواج لیزری تراهرتز با امواج رادیویی معمولی، بسیاری از تجهیزات و دستگاه‌های فعلی باید با دستگاه‌های جدید جایگزین شود. این مسئله نیازمند این موضوع است که فناوری ساخت این تجهیزات از قبل در کشور وجود داشته باشد.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تلاش می‌کند تا با حمایت از فناوری‌های نوظهور، کشور را در این حوزه‌ها همتراز با کشورهای در حال توسعه به پیش ببرد.

خواص ضدمیکروبی نقره برای تصفیه آب به کار گرفته شد

محققان از خاصیت ضدباکتری، نقره برای تصفیه آب استفاده کردند. آنها در پژوهشی نوع جدید از نانو کامپوزیت مغناطیسی نقره را تهیه کردند. تهیه نانو کامپوزیت نقره برای بررسی خواص ضدباکتریایی آن و حذف آلاینده‌های آب هدف آنها از انجام این طرح بود. این طرح پژوهشی با پشتیبانی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توسط محققان پژوهشکده زیست فناوری و مهندسی اصفهان انجام شد. «تهیه نانوکامپوزیت مغناطیسی نقره با ساختار $Co_{0.7}Zn_{0.3}Fe_2O_4$@PET@Ag به منظور استفاده از خاصیت ضدباکتری آن در فرآیند تصفیه آب» عنوان این طرح پژوهشی است.

سیدامیرحسین جلالی، مجری این طرح پژوهشی گفت: در این طرح از کامپوزیت با هدف پوشش‌دهی نقره استفاده شد تا خواص ضدمیکروبی نقره حفظ شود و در محیط آبی کاربرد داشته باشد. همچنین با پوشش‌دهی نانو اثرات باکتری‌کشی و ضدعفونی‌کنندگی از خود بروز می‌دهد.

وی همچنین بیان کرد: از سویی در این طرح از آهن استفاده شده است. آهن خاصیت مغناطیسی دارد و با ایجاد میدان مغناطیسی باعث جمع‌آوری آلاینده‌ها می‌شود. کاربرد نتایج این تحقیق ابتدا از بین بردن پاتوژن‌های بیماری‌زای آب برای تصفیه آب و نهایتاً تعمیم این خاصیت در زمینه پزشکی، تولید نانوداروها یا طراحی دارو و حتی تصفیه پساب‌های صنعتی و بیمارستانی می¬تواند باشد.

سالم پیر شوید

مغز ما همانند یک عضله است و باید تمرین ببیند تا تناسب یا توانمندی آن حفظ شود. پس سالم پیر شدن یک شانس نیست بلکه یک هنر است.

جواد صالحی فدردی، عضو هیات علمی دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی مشهد با تاکید بر اینکه بازتوانی و توانبخشی شناختی امری ضروری است، گفت: برگزاری فراخوان و چالش سالمندی از سوی ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نشانه اهداف راهبردی و نقش این ستاد در قبال افزایش سطح آگاهی جامعه نسبت به سلامت مغز و حفظ و ارتقای توانمندی‌های شناختی به ویژه در دوران سالمندی است.

سبک زندگی سالم

وی با بیان اینکه افزایش آگاهی‌های اجتماعی در قبال سلامت مغز، حفظ و ارتقای توانبخشی‌های شناختی از راه‌های پیشگیری از عملکردهای شناختی در میان افراد جامعه به خصوص در دوران سالمندی است، گفت: سالم پیر شدن یک شانس نیست بلکه یک هنر است و در کنار یک سبک زندگی سالم، فعالیت‌های فکری مانند مطالعه، فراگیری زبان دوم یا فراگیری یک ابزار سازنده و مفید نیز به عنوان فعالیت‌های موثر شناختی می‌تواند در ارتقای عملکردهای شناختی موثر باشد. فدردی همچنین بیان کرد: مغز مثل یک عضله است و باید تمرین ببیند تا تناسب یا توانمندی آن حفظ شود و حفظ و ارتقای سلامت مغز و توانمندی‌های شناختی باعث جلوگیری از کاهش افت مغز و عملکرد شناختی می‌شود و هر فردی با توجه به علایق خود می‌تواند با استفاده از راه‌های مختلف از جمله مطالعه کتب مورد علاقه و فراگیری مهارت‌های جدید نسبت به افزایش توانمندی شناختی اقدام کند.

عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد همچنین تحول در نظام آموزشی و پرورشی و حرکت به سوی تمرکز بر تربیت شهروندان موثر از طریق انتقال مهارت های شناختی نظیر مدیریت زمان، حل مسئله، مسئولیت‌پذیری، تنظیم هیجانات را از جمله برنامه‌های درازمدت پیشگیری از افت شناختی در طول زندگی افراد به خصوص تحلیل شناختی ناشی از سن برشمرد و خواستار همکار و مشارکت تمامی مراکز علمی، آموزشی و دانشگاهی برای حفظ و ارتقای توانمندی‌های شناختی و سلامت مغز در جامعه شد. صالحی فدردی همچنین گفت: این ستاد علاوه بر حمایت از توسعه علمی و فناوری در حوزه‌های دانش شناختی، امر ضروری و حیاتی ارائه مشورت و کمک به سیاست‌گذاری در این حوزه را نیز برعهده دارد تا سلامت مغز به عنوان مهمترین سرمایه اجتماعی و ملی حفظ شود و توانمندی‌های شناختی در جامعه افزایش یابد.

به گفته وی، ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای ماموریت‌های خود به دنبال افزایش سرمایه شناختی جامعه، پیشگیری و کاهش عملکردهای شناختی با استفاده از مداخلات و خدمات شناختی است و برای تحقق اهداف و برنامه‌ها در این زمینه، برگزاری فراخوان حمایت از طرح‌های پژوهشی در زمینه ارتقا و توانبخشی شناختی و نیز چالش توسعه محصولات و خدمات شناختی سالمندان در دستور کار قرار گرفته است.

نسخه پولی توییتر چه قابلیت‌های اضافه‌ای ارائه خواهد داد؟

توییتر به تازگی نظرسنجی جدیدی را آغاز کرده است تا نظر کاربران را درباره قابلیت‌هایی که در نسخه اشتراکی توییتر اضافه خواهند شد، جویا شود. یکی از این قابلیت‌ها Undo Send است.

به گزارش زومیت، اوایل ماه جاری میلادی بود که توییتر به سرمایه‌گذاران گفت به منظور کسب درآمد بیشتر برای حمایت از کسب‌وکارش به فکر اضافه کردن نسخه اشتراکی به توییتر افتاده است. حال می‌دانیم که توییتر به اضافه کردن چه نوع قابلیت‌هایی به نسخه اشتراکی پلتفرم خود فکر می‌کند. توییتر به تازگی نظرسنجی جدیدی به راه انداخته و از کاربران خواسته است قابلیت‌های اضافه‌ای نظیر Undo Send (برگرداندنِ توییتِ ارسال‌شده) را ارزیابی کنند.

کاربران توییتر از مدت‌ها پیش خواستار اضافه شدن دکمه ویرایش توییت به پلتفرم بوده‌اند، بااین‌حال به نظر می‌رسد این قابلیت در نسخه اشتراکی هم قرار نیست از راه برسد. به جای آن، توییتر به Undo Send فکر می‌کند. توییتر ایده‌های دیگری هم برای نسخه اشتراکی دارد که شامل مواردی مثل اضافه کردن رنگ‌های سفارشی به اپلیکیشن و وب‌سایت، امکان پست کردن ویدئوهای باکیفیت‌تر و طولانی‌تر، پشتیبانی از نشان (تَج) پروفایل، پاسخ خودکار به منشن‌ها، قابلیت‌های نظارتی و تحلیلی بیشتر و امکان ایجاد نظرسنجی برند درباره تبلیغات می‌شوند. توییتر در نظرسنجی جدید خود از کاربران می‌خواهد گزینه‌هایی که بیشترین و کمترین اهمیت را برای آنها دارند انتخاب کنند.

جزییات نظرسنجی موردبحث نخستین بار توسط فردی با نام کاربری @WFBrother در خود توییتر منتشر شد. مدتی نگذشته بود که مت ناوارا، مشاور تیزبین رسانه‌های اجتماعی متوجه نظرسنجی شد و آن را پوشش داد. فردی به نمایندگی از توییتر در گفت‌وگو با رسانه تک‌کرانچ تأیید کرده سؤالات موردبحث مربوط به نظرسنجی جدیدی هستند که توییتر برگزار کرده تا گزینه‌های پیش دهد. توییتر فعلا ترجیح داده است هیچ جزییات بیشتر می‌گوید در یادداشت مربوط به عملکرد سه‌ماهه دوم ۲۰ در این زمینه را ارائه داده است. یادداشت موردبحث توییت مدیران این شبکه اجتماعی از مدت‌ها پیش فکر کردن د کنار کسب‌وکار تبلیغات، فعالیت کند. توییتر به وضوح در یا اضافه کردن سرویس اشتراکی یا رویکردهای مشابه باشد. ت به سر می‌برد و انتظار ندارد که بتواند در سال ۲۰۲۰ از طر هرچه میزان پیشرفت‌های حاصل‌شده بیشتر شود، ممک اینکه برخی قابلیت‌ها را به صورت آزمایشی و محدود به پل

نظرسنجی توییتر درباره گزینه‌های زیر از کاربران سؤ برای شما به نمایش درمی‌آید تا توییتی را که ارسال کرده مشاهده کند. این، قابلیتی است که توییتر پیش‌تر در گذش ویرایش عمل کند. دکمه ویرایش توییت، چیزی است که فراهم‌سازی امکان ویرایش توییت‌ها به صورت نامحدود و که این قابلیت نیازمند آن است، کاربران می‌توانند در زما و ویرایش کنند.

فناوران برای رفع نیازهای تجهیزات پزشکی و دارو فراخوانده شدند

مجموعه سیستم بهداشت و درمان کشور، نیازهای فناورانه متعددی دارد که برای پاسخگویی به این نیازها، بیش از صدها شرکت دانش‌بنیان و فناور شکل گرفته است. در همین راستا برای ایجاد تعامل بیشتر میان شرکت‌های فناور و دانش‌بنیان با مجموعه بهداشت و درمان و شرکت‌های بزرگ یک رویداد آنلاین برگزار می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مجموعه نوآوری‌ها، محصولات و داروهای ساخته شده توسط شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور در حوزه حوزه تجهیزات پزشکی، دارو و سلامت رشد خوبی را تجربه کرده است. این شرکت‌ها توانسته‌اند با وجود محدودیت‌های تحریمی، محصولات خود را به دیگر کشورها صادر کنند و نیاز کشور به بسیاری از تجهیزات و داروها را رفع کنند.

با این همه، هنوز بسیاری از توانایی‌ها و ظرفیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور فعال در این حوزه برای شرکت‌های بزرگ، هلدینگ‌ها و مجموعه سیستم بهداشت و درمان کشور، ناشناخته است. در صورت ایجاد تعامل و ارتباط بیشتر میان این دو بخش، قراردادهای فناورانه بیشتری منعقد می‌شود و شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور می‌توانند، محصولات نوآورانه و دانش‌بنیان بیشتری تولید کنند. بر این اساس، یک رویداد مجازی برای «معرفی نیازهای فناورانه حوزه تجهیزات پزشکی، دارو و سلامت» برگزار می‌شود. برگزاری پرسش و پاسخ زنده و تشریح نحوه تعامل شرکت‌های بهره‌بردار حوزه تجهیزات پزشکی، دارو و سلامت، از جمله برنامه‌های پیش‌بینی شده در این رویداد است. همچنین در حاشیه این رویداد، کارشناسان مجرب، نحوه انجام مذاکرات رو در رو را به شرکت‌ها و فعالان فناور حوزه دارو، تجهیزات پزشکی و سلامت آموزش می‌دهند.

معرفی انواع بسته‌های خدمتی عرضه شده توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و حمایت‌های صندوق نوآوری و شکوفایی، دیگر بخش این رویداد است. این رویداد ۲۶ تا ۲۸ مردادماه سال جاری برگزار می‌شود.

تولید بذر با فناوری بالا توسعه می‌یابد

تولید بذر یکی از نیازهای اولیه صنعت کشاورزی و باغداری است. تامین داخلی این نیاز یکی از جدی‌ترین اولویت‌های کشور است؛ اولویتی که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم به آن ورود کرده است تا با تامین این نیاز در کشور، میزان واردات را کاهش دهد.

توسعه تولید بذور با فناوری بالا تلاشی است که با هدف «افزایش تولید محصول»، «کاهش واردات روغن و دانه‌های روغنی»، «کاهش واردات خوراک دام» و «کاهش واردات بذر» در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری دنبال می‌شود.

سال گذشته میزان واردات قانونی بذر حدود ۱۸۲ میلیون دلار و در سال ۹۷ حدود ۱۲۰٫۵ میلیون بود. اگرچه تخمین زده شده که اگر واردات غیرقانونی هم لحاظ شود میزان واردات بذر به کشور بیش از ۲۰۰ میلیون دلار است، اما طبق آخرین اطلاعات رسمی از گمرک در سال ۹۷میزان واردات بذر ۱۲۰٫۵ میلیون دلار بود. این آمار در سال گذشته و براساس اعلام وزارت جهاد کشاورزی حدود ۱۸۲ میلیون دلار تخمین زده شده است.

براساس آمارهای موجود، بیشتر بذر مصرفی کشور در داخل تولید می‌شود و وابستگی ایران برای واردات بذر مربوط به بذور سبزی و صیفی گلخانه‌ای، چغندر قند، ذرت، سیب زمینی، چمن و برخی اقلام دیگر است اما سایر بذور مصرفی اعم از گندم، جو، برنج و سایر گیاهان در داخل تولید می‌شود.

۷۵ الی ۸۰ درصد نیاز کشور به بذر چغندر قند از طریق واردات تامین می‌شود. این نیاز با برنامه‌های حمایتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری احتمالا به ۵۰ درصد کاهش خواهد یافت. آنطور که آمارها نشان می‌دهد در حال حاضر تولیدکنندگان داخلی ۲۵ درصد نیاز بازار داخلی را تامین می‌کنند که اگر این تولیدکننده‌ها حمایت شوند، این عدد به ۵۰درصد می‌رسد.

روی خود را برای مدل اشتراکی پلتفرم مورد ارزیابی قرار
ری در این رابطه در دسترس رسانه‌ها قرار ندهد، بااین‌حال
۲۰۱ که برای سرمایه‌گذاران ارسال کرده برخی توضیحات
ر که در دسترس سرمایه‌گذاران قرار گرفته اعلام می‌کند
رباره روشی جدید برای کسب درآمد را آغاز کرده‌اند تا در
داداشت جدید می‌گوید روش موردبحث ممکن است شامل
وییتر تأکید می‌کند که بررسی این موضوع در مراحل اولیه
یق روش‌های جدید درآمد به جیب بزند. توییتر می‌گوید
ن است اطلاعیه‌های بیشتری در این رابطه منتشر کند یا
تفرم بیاورد.

ل می‌پرسد: Undo Send: پنجره‌ای به‌مدت ۳۰ ثانیه
اید فراخوانی (لغو) کنید، پیش از اینکه کسی بتواند آن را
شته گفته می‌تواند به‌عنوان جایگزینی مناسب برای دکمه
کاربران توییتر از سال‌ها پیش خواستار آن هستند. به‌جای
جلوگیری از سرمایه‌گذاری مهندسی‌محور درخورتوجهی
ی سریع پس از ارسال توییت، غلط املایی‌شان را ببینند

رنگ‌های سفارشی: افزون‌بر حالت تاریک(Night Mode)، خواهید توانست فونت‌ها و رنگ تم توییتر را روی گوشی هوشمند یا رایانه‌های خود تغییر دهید. پس‌زمینه رابط کاربری، لینک‌ها، منشن‌ها، هشتگ‌ها و آیکون‌ها به همان رنگی درخواهند آمد که شما انتخاب می‌کنید. انتشار ویدئو: خواهید توانست ویدئوهایی را که پنج برابر طولانی‌تر از محدودیت فعلی هستند روی پلتفرم ارسال کنید، آن هم با حداکثر وضوح بسیار بالاتر (۱۹۲۰×۸۰ در ۱۹۲۰×۸۰ پیکسل). نشان (تج): شما یک بج در پروفایل خود دریافت خواهید کرد که به کسب‌وکاری که مدیرش هستید یا در آن کار می‌کنید پیوند می‌شود (برای مثال یک روزنامه‌نگار می‌تواند بج خاصی را دریافت کند که نشان‌دهنده رسانه محل کارش است). پاسخ خودکار: خواهید توانست مجموعه‌ای از پاسخ‌های خودکار را بنویسید و ذخیره کنید تا از آنها در بخش ریپلای‌ها بهره بگیرید. این قابلیت احتمالا بیشتر برای برندهایی کاربرد خواهد داشت که می‌خواهند سؤالات مشتریان را مستقیما به کانال‌های رسمی هدایت کنند.

شنفت اجتماعی(Social Listening): خواهید توانست مباحث مربوط به حساب کاربری‌تان در توییتر را با جزییات مشاهده کنید. جزییات موردبحث شامل این موارد هستند: حجم کلی مکالمات، افراد و کسب‌وکارهایی که در اغلب اوقات مشغول صحبت‌کردن می‌شوند و همچنین موضوعاتی که آنها درباره‌شان بحث کرده‌اند. این قابلیت نیز تا حد زیادی به مذاق برندها خوش خواهد آمد، نه کاربران عادی. نظرسنجی‌های برند: خواهید توانست از کاربران درباره تبلیغاتی که به نمایش درمی‌آورید در قالب نظرسنجی سؤال بپرسید تا بهتر بفهمید که آیا تبلیغات شما مورداستقبال قرار گرفته و در ذهن کاربران مانده‌اند یا خیر. همچنین می‌توانید از کاربران بپرسید که آیا پس از دیدن تبلیغ، تمایلی به تهیه محصول یا سرویس‌های یادشده در آن داشته‌اند یا خیر. توییتر امروزه تبلیغات مشابهی را به‌نمایش می‌آورد، بنابراین پیاده‌سازی این قابلیت کار سختی برای توییتر نخواهد بود.

فرصتی برای کارجویان مهیا شد

«کمپ اشتغال کارنو» عنوان رویدادی است که از سوی پایگاه اشتغال نانو تلنت و با همراهی ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود تا شاهد افزایش توانمندی کارجویان جذب شده در شرکت‌های فناور حوزه نانو و ارتقای توانمندی نیروی انسانی آنها باشیم.

این یک برنامه آموزشی است که فرصت‌های شغلی ارائه شده از سوی کارفرمایان در آن تعریف شده است. افراد همزمان با شرکت در این رویداد و گذراندن دوره‌های آموزشی (تئوری و عملی) مهارت نرم در انجام پروژه‌ها مشارکت می‌کنند و توانمندی‌های خود را برای حضور در فضای اشتغال مشخص می‌کنند.

یادداشت

شرکت‌های خلاق ۱۱ خدمت دریافت می‌کنند

تسهیل فضای کسب و کار از جمله اصطلاحات پرتکرار در ادبیات اقتصادی کشور است. در زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان کشور، برای تحقق این مسئله، خدمات مختلفی عرضه می‌شود. ارائه خدمات تسهیل فضای کسب و کار به شرکت‌های خلاق یکی از این برنامه‌ها است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی در کشور برای راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار ممکن است با موانع و سدهای مختلفی رو به رو شوند. دریافت ده‌ها مجوز مختلف از ارگان‌ها و دستگاه‌های دولتی از جمله این موانع محسوب می‌شود. اخذ هر کدام از این مجوزها ممکن است زمان زیادی به طول بینجامد. وجود قوانین مختلف و دست و پاگیر و موازی از جمله دیگر عوامل کاهنده سهولت در فضای کسب و کار در کشور است. شرکت‌های دانش‌بنیان، فناور و خلاق ویژگی خاص خود را دارند، بسیاری از این شرکت‌ها از یک استارت‌آپ یا هسته خلاق دانشگاهی به وجود آمده‌اند. لازم است که شرایط گلخانه‌ای ویژه‌ای برای رشد و تعالی این شرکت‌ها ایجاد شود. در شش سال اخیر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با ده‌ها سازمان و ارگان مختلف، تفاهم‌نامه‌های دوجانبه و چندجانبه به امضا رسانده است تا شرایط کسب و کار برای بیش از ۵هزار شرکت دانش‌بنیان، ۸۰۰ شرکت خلاق و بیش از ۶ هزار استارت‌آپ در کشور تسهیل شود. تسهیل شرایط کسب و کار تنها محدود به تسهیل در تعامل با ارگان‌های دولتی نیست و باید بسترها و حمایت‌های مناسبی در نظر گرفته شود تا این شرکت‌ها بتوانند با شرایط بهینه‌تری کسب و کار خود را به پیش ببرند.

در حوزه صنایع خلاق، ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تاکنون بیش از ۲۴ تفاهم‌نامه مختلف را با ارگان‌ها و نهادهای مختلف منعقد کرده است تا بتواند شرایط بهتری را برای «تسهیل فضای کسب و کار» شرکت‌های خلاق، فراهم کند. برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق نیز با ارائه بسته‌های خدمتی مختلف سعی دارد تا در همین راستا گام بردارد. خدمات تسهیل فضای کسب و کار ارائه شده از سوی این برنامه حداقل ۱۱ خدمت مختلف را شامل می‌شود. استقرار شرکت‌های خلاق در محدوده منازل مسکونی، تسهیلات نظام وظیفه، خدمات بیمه تکمیلی، نشست‌های پرسش و پاسخ، استقرار در پارک‌های علم و فناوری، دوره‌ها و سمینارهای مختلف آموزشی، خدمات طراحی سایت و سئو، خدمات هاست، استقرار در فضای کار اشتراکی، مشاوره‌های حقوقی و خدمات حسابداری، از جمله این خدمات است.

این ۱۱ خدمات به غیر از سبد خدماتی متنوعی است که در حوزه «توسعه بازار» و «پشتیبانی، تامین مالی و جذب سرمایه» به شرکت‌های خلاق ارائه می‌شود.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری برای توضیح اهمیت تسهیل فضای کسب و کار با ارائه مثالی گفت: «برای ایجاد یک دامداری و تولید گوشت نیاز به ۴۰ مجوز است ولی برای واردات گوشت سه مجوز نیاز است و گوشت قاچاق هم این مجوز را نیاز ندارد لذا این ساختار باید تغییر کند.» در واقع این بخش تولید است که باید از سهل‌ترین شرایط برخوردار باشد.

در مجلس شورای اسلامی نیز قانونی تحت عنوان «قانون بهبود محیط کسب‌وکار» تصویب شده است که شامل ۵۳ مورد مشخص برای تسهیل فضای کسب‌و کارهای ایرانی است.

معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری برای اجرایی کردن این قانون و قوانین مشابه و همچنین ایجاد شرایطی متفاوت در راستای «اقدام و عمل» صدها مرکز مختلف مانند شتاب‌دهنده‌ها، مراکز و کارخانه‌های نوآوری، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، صندوق‌های تامین مالی، خانه‌های خلاق، فن‌بازارها و کارگزاری‌های مختلف ایجاد کرده است تا پشتیبان فعالان فناور و شرکت‌های فعال در زیست بوم اقتصاد دانش‌بنیان باشند و آنها را در هر گام از حرکت رو به جلو یاری رساند. مجموع این اقدامات می‌تواند شرایط تسهیل‌شده‌تری را برای ایجاد و مدیریت یک کسب و کار فناور و خلاق، رقم زند.

«پایش محیط کسب وکار» دیگر برنامه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری بیش از ۱۷۰ سفر استانی انجام داده است تا از نزدیک با فعالان فناور و مدیران شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها در ارتباط باشد. این رفتار توسط دیگر مدیران این معاونت نیز تکرار شده است. این ارتباط نزدیک باعث می‌شود که فعالان فناور و استارت‌آپ‌ها دسترسی راحت‌تری به مجموعه مدیران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری داشته باشند و مشکلات و موانعی را که کسب و کار آنها را با چالش مواجه می‌کند را با معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و دیگر مدیران در میان بگذارند.

با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری

۳ سامانه هوش مصنوعی رونمایی شد

سه سامانه هوش مصنوعی ساها، سهاب و هوشیو با حضور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری رونمایی شد. ستاری در این مراسم بر اهمیت توسعه هوش مصنوعی در کشور تاکید کرد و آن را ضامن امنیت ملی دانست.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری از شرکت دانش‌بنیان پارت بازدید و از سه سامانه هوش مصنوعی ساها، سهاب و هوشیو رونمایی کرد. ستاری در این بازدید با تاکید بر اینکه هوش مصنوعی اقتدار کشورها را تامین می‌کند، بیان کرد: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با جدیت به دنبال توسعه این فناوری کاربردی در کشور است. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ایران را مالک بزرگ‌ترین استارت‌آپ‌های منطقه معرفی کرد و گفت: ایران بزرگ‌ترین استارت‌آپ‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و زیست‌فناوری را در منطقه به نام خود ثبت کرده است. تلاش‌ها برای توسعه هوش مصنوعی هم با سرمایه‌گذاری در این حوزه آغاز شده است و با جدیت ادامه دارد. رئیس بنیاد ملی نخبگان ادامه داد: نرم‌افزارهای هوش مصنوعی باید بومی‌سازی شود. به همین دلیل تلاش می‌کنیم با استفاده از توان داخلی این فناوری را در کشور توسعه دهیم. این کار بهره‌برداری از سرویس‌های داخلی را ممکن می‌کند.

ستاری در ادامه با اشاره به رتبه ایران در انتشار مقالات علمی، گفت: ایران از منظر تولید مقالات علمی در دنیا و مجلات معتبر در رتبه ۹ جهان ایستاده است. کسب رتبه ۱۴ جهان در تولید مقالات مرتبط با حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات هم از دیگر افتخارات علمی کشور است. به گفته وی، شرکت پارت از شرکت‌های بزرگ حوزه هوش مصنوعی است که محصولاتی این حوزه تولید می‌کند. این محصولات ظرفیت صادرات دارد. البته با حمایت‌های بیشتر می‌توانیم به توسعه این محصولات کمک کنیم. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری آمادگی کامل برای حمایت از همه شرکت‌های فعال در حوزه هوش مصنوعی را دارد.

در ادامه این نشست، علی رسولی‌زاده، مدیرعامل شرکت پردازش اطلاعات مالی پارت، هم با اشاره به سرمایه‌گذاری هفت‌ساله این شرکت بر روی زیرساخت فناوری و ایجاد تیم‌های متنوع هوش مصنوعی، گفت: «ساها»، سامانه احراز هویت غیرحضوری با استفاده از هوش مصنوعی است و کاربردهای فراوانی برای احراز هویت افراد در بازار سرمایه، بانک‌ها، آزمون‌ها و ... دارد. به گفته وی، «سهاب»، نخستین مارکت‌پلیس (Market Place) حوزه هوش مصنوعی است. علاوه بر ۱۰۰ سرویس هوش مصنوعی مرکز تحقیقات هوش مصنوعی پارت، سرویس‌های سایر فعالان هوش مصنوعی هم در اینجا امکان عرضه دارند.

استارت‌آپ‌ها متنوع می‌شود

تنوع سبد استارت‌آپ‌های فعال حوزه اقتصاد دیجیتال، هم پای فعالان فناور را به این عرصه باز می‌کند و هم مسیر توسعه این اقتصاد را تسهیل. این هدف مهم هم با در نظر گرفتن رویکردهای نیازمحور و مسئله‌محور ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری محقق می‌شود. اقتصاد دیجیتال در کشور هنوز سهم خود را از سبد اقتصادی به خوبی برنداشته است. به گفته آمارها مجموع اندازه اقتصاد دیجیتال کشور در حال حاضر ۶.۵درصد است. این در حالی است که ایران با داشتن جمعیتی بیش از ۸۰ میلیون نفر و متخصصان و سرآمدان علمی خوب، مستعد یک جهش بزرگ در حوزه اقتصاد دیجیتال است. اما این کار تنها از یک گذرگاه شناخته شده می‌گذرد. مسیری که توسط جوانان و متخصصان کشور هموار شده است. زیست بوم فناوری و نوآوری که قرار است ظرفیت‌های ناشناخته علمی کشور را به صنایع معرفی کند؛ کاری که دیر شروع شد اما روند خوبی دارد.

رسیدن به هدف توسعه اقتصاد دیجیتال به زیرساخت‌هایی نیاز دارد. از جمله آن می‌توان به افزایش دسترسی مردم به اینترنت اشاره کرد؛ اتفاقی که در دولت دوازدهم محقق شد و امروز ۷۰ میلیون ایرانی به این ابزار توسعه دسترسی دارند.

ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم با تکیه بر همین زیرساخت‌ها و با همکاری متخصصان و سرآمدان علمی و نهادهای مرتبط در تلاش است تا با متنوع کردن بازیگران و استارت‌آپ‌های موثر در حوزه اقتصاد دیجیتال این عرصه فناورانه را گسترده‌تر کند؛ اتفاقی که ارزش افزوده بالایی برای کشور دارد. بالا بردن تعداد شتاب‌دهنده‌ها، استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، آزمایشگاه‌های زنده و کمک گرفتن از ظرفیت‌های دولتی از جمله مواردی است که در این طرح مدنظر است. قرار است همه این بازیگران در کنار هم و با هم‌افزایی توانمندی‌های خود به حرکت این حوزه فناورانه در کشور شتاب دهند.

رشد ۷/۲۱۲درصدی مبلغ تراکنش‌های اینترنتی در فصل نخست سال

معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران می‌گوید مجموع مبلغ و تعداد تراکنش‌های اینترنتی نسبت به سال گذشته رشد قابل‌توجهی داشته است. به گزارش زومیت، سامانه شاپرک، آمارهای مرتبط با خریدهای اینترنتی، موبایل و پایانه‌های فروش را در فصل اول سال ۱۳۹۹ منتشر کرد که معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران تحلیل آنها را در اختیار رسانه‌ها قرار داد. به‌طور خلاصه آمارها نشان می‌دهد تعداد تراکنش‌های اینترنتی نسبت به فصل مشابه سال گذشته، رشدی ۶/۱۷ درصدی را ثبت کرده و به ۴۲۳ میلیون تراکنش رسیده است. نکته قابل‌توجه برای فعالان کسب‌وکارهای مجازی در گزارش اخیر شاپرک، سهمی است که تراکنش‌های خرید اینترنتی از کل تراکنش‌های انجام‌شده دارند. طبق آمار اخیر، سهم تراکنش‌های اینترنتی به ۸/۵ درصد رسید. آمار مهم دیگر مجموع مبلغ تراکنش‌ها را نشان می‌دهد که با رشد ۷/۲۱۲ درصدی نسبت به سال گذشته به ۱۹۰ هزار میلیارد تومان رسید. آمار مذکور برای فصل اول سال گذشته، ۶۰ هزار میلیارد تومان بود. با وجود افزایش حجم و مبلغ تراکنش‌ها و خصوصا تراکنش‌های اینترنتی، شاهد کاهش تعداد تراکنش‌ها از طریق موبایل بوده‌ایم. تعداد تراکنش‌های موبایل در فصل اول سال ۹۹، کاهش ۳/۲۰ درصدی را تجربه کرد و به ۳۰۶ میلیون تراکنش رسید. البته مبلغ تراکنش‌ها رشد ۵ درصدی را تجربه کرد و به مجموع ۶/۲ هزار میلیارد تومان رسید. در فصل مشابه سال گذشته، ۵/۲ هزار میلیارد تومان تراکنش موبایلی ثبت شده بود. درنهایت تراکنش‌های موبایل از لحاظ تعداد سهم ۲/۴ و از لحاظ مبلغ سهم ۳/۰ درصدی از کل تراکنش‌ها داشته‌اند.

از لحاظ تعداد تراکنش‌های خرید پایانه فروش، در فصل اول سال ۱۳۹۸ آمار ۴۲۳/۵ میلیون تراکنش ثبت شد. این آمار در سال جاری با رشد ۴/۲۰ درصدی به ۵۳۰/۶ میلیون تراکنش رسید. نکته قابل‌توجه اینکه سهم تراکنش‌های خرید پایانه فروش در سه‌ماهه نخست سال ۹۹ از تعداد کل تراکنش‌ها، ۹۰درصد بوده است و از لحاظ مبالغ تراکنش‌ها نیز سهم ۵/۸۰ درصدی ثبت شد. از نظر مبلغ، تراکنش‌های پایانه فروش به رکورد ۶۳۵ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به مجموع ۷۹۲ هزار میلیارد تومان سال گذشته، رشد ۷/۲۴ درصدی را نشان می‌دهد.

کارگاه برندینگ

رایانه‌های گیمینگ اقدام جدید کونامی

به قلم: رایان وایت وان خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

اگرچه اکثـر افراد کونامی را به خاطر حضـور موفق در عرصه تولید بازی‌های رایانه‌ای می‌شناسـند، با این حال واقعیت این اسـت که این برند ژاپنی یک هلدینگ فعال در زمینه تولید انواع لوازم بازی و وسایل ورزشـی بوده و در سـال ۱۹۶۹ تاسیس شده اسـت. جدیدترین اخبار پیرامون آن حاکی از آن است که تولید رایانه‌های گیمینگ، در دستو کار مدیران آن قرار گرفته و پیش‌بینی می‌شود که به مطرح‌ترین برند در این عرصه تبدیل شود. با این حال خبری از تولید لپ‌تاپ نبوده و قرار است که صرفا کیس‌های قدرتمندی برای سیستم‌های خانگی، طراحی شود. به نظر می‌رسد که این امر صرفا طرح اولیه بوده و به زودی شاهد اقدامات بیشتری از سوی این برند باسابقه خواهیم بود، با این حال نکته عجیب این است که هنوز خبری از عرضه جهانی آن منتشر نشده و ممکن است صرفا در کشـور ژاپن شـاهد آن باشیم. ذکر این نکته نیز ضروری است که استقبال از بازی‌های رایانه‌ای در ژاپن طی چند سال اخیر با استقبال بسیار بالایی همراه بوده و به همین خاطر انتخاب این حوزه جدید، بدون شک سودآوری خوبی را به همراه خواهد داشت.

منبع: extremetech.com

ظاهر بد، نتیجه عدم تغییر در دورکاری

بـا تغییر رویکرد جهانیان به سـبک زندگـی دورکاری به دنبال شـیوع کووید-۱۹، عادت‌های شـما در زندگی نیز ممکن اسـت تغییر کنند. از آنجا که دیگر در محیطی سـختگیرانه‌تر کنار سـایر همکاران مشغول انجام کارهای خود نیستید، حالا دیگر کمتر حس می‌کنید که نیاز دارید رفتار حرفه‌ای‌تان را مدام بررسـی کنید. در ادامه اتخاذ این رویکرد زندگی غیرفعال می‌تواند منجر به تغییر در ظاهر شـما بشـود که نه فقط در تماس ویدئویی وجهه بدی دارد بلکه بدتر از آن برای سـلامتی شـما مضر اسـت. اگر هنوز در پی ایجاد تغییرات و اتخاذ یک سـبک زندگی سالم‌تر نسبت به گذشته نیستید، شاید دیدن ظاهرتان پس از ۲۵ سال دورکاری به شیوه‌ای ناسـالم باعث شـود تا به این مسائل خوب توجه کنید. سوزان، یک کاراکتر مدل ۳D، محصول یک پلتفرم کشـف فرصت‌های شـغلی به نام «DirectlyApply» اسـت که آینده یک کارمند دورکار را به تصویر می‌کشـد. در کنار آن، روانشناسـان بالینی و کارشناسان تناسـب اندام پیش‌بینی می‌کنند که افراد دورکار چنانچه تغییرات اساسـی را در عادت‌های کاری خود به وجود نیاورند، ظاهرشان بد می‌شود. کارمندان دورکار اگر سبک زندگی بی‌تحرک خود را ادامه دهند، به مرور زمان به کاراکتر سوزان تبدیل خواهند شد.

ابتدا با ابتلا به «سـندروم خیره‌شـدن به کامپیوتر»، چشـمان‌تان خشک، خون‌آلود و ملتهب می‌شوند و حتی شاید قدرت بینایی خود را نیز کمی از دست بدهند. یکی دیگر از آثار قابل پیش‌بینی نشستن به شـکل نادرسـت و مدت طولانی جلوی کامپیوتر و غفلت از انجام حرکات ورزشـی، گرد شدن شانه‌ها، اعمال فشار بیش از حد بر روی گـردن و در نتیجـه ایجاد خمیدگی بر روی بازوها و کمر اسـت. در ادامه شـاید کمردرد و کوتاه‌شدن همسترینگ به سراغ فرد موردنظر بیاید. برخی افراد شـاید بیشـترین بهره را از دورکاری ببرند، اما این بهره‌وری زیاد و البته تایپ کردن طولانی ممکن اسـت در بلندمدت منجر به واردآمدن صدمات کششـی مکرر به دسـت‌ها و مچ‌های‌تان بشود. حتی وقتی در حال حرکت هستید، چند وقت یک بار به خود استراحت بدهید و کمی نور خورشید دریافت کنید. شما برای جذب ویتامین دی نیاز به نور خورشـید دارید، در غیر این صورت، متوجه ریزش موی خود خواهید شـد، سرعت رشد مو کاهش خواهد یافت یـا چهره‌تان رنگ پریده و کدر خواهد شـد. از یـاد نبرید که در این شرایط احتمالا زیر چشمان‌تان سیاه خواهد شد، چین و چروک‌های صورت‌تان افزایـش خواهد یافت، افزایش وزن پیـدا خواهید کرد و میزان استرس‌تان تا آخرین حد ممکن بالا خواهد رفت.

ورزش را به پای ثابت برنامه روزمره خود تبدیل کنید

دکتر راشل ام آلن، روانشناس مشاوره دارای پروانه کار، برای نخستین بار، پیشـنهاد می‌دهد که دسـت به تهیه و تدوین یک برنامه روزمره «متناسب با سبک زندگی، میزان بهره‌وری و تقاضاهای کارفرما از شما» بزنید. این کار نقشی کلیدی در حفظ سلامت عاطفی‌تان بازی می‌کند.

فعالیت بدنی را وارد برنامه روزمره خود کنید

بسـیاری از افراد تمایلی به شـنیدن این واقعیت ندارند اما خوب اسـت بدانید کـه ورزش، به خصوص در شـرایطی کـه دورکاری شـاید جلوی فعالیت فیزیکی و استنشـاق هوای تـازه را بگیرد نیز از اهمیت فراوانی برخوردار است. در گذشته شما به طور طبیعی از هوای تازه بهره‌مند می‌شـدید. یک مربی شخصی به نام جو میتون توصیه می‌کند که انجام حـرکات یوگا بهترین راه حل برای مقابله با اسپاسم و فشـار آمدن به عضلات گردن حین استفاده از گوشی تلفن، تبلت و کامپیوتر و در نتیجه تجربه احساس سفتی و درد در گردن و شانه (Tech neck) به شمار می‌رود.

تعادل میان کار و زندگی را حفظ کنید

حـالا بیش از هر زمان دیگری، حفظ تعـادل میان کار و زندگی باید به شـعار شما در طول روز تبدیل شـود اگرچه مسلما رعایت این اصل، صرف نظر از شـرایط محیط کار، سـخت و دشوار است. خوشبختانه، امکان تحقق این شعار در خانه وجود دارد. روانشناس بالینی، کیت بریتون، توصیه می‌کند که در صورت امکان یک فضای کار مشـخص را در خانـه ایجاد کنید که به طـور ایده آل می‌توان یـک اتاق جدا باشـد. به هر حال، در صورتی کـه امکان ایجاد این شـرایط وجود نداشـته باشد، در صدد آن باشـید که با استفاده از مبلمـان یا گیاهان در منزل یا یک تکه فـرش، فضای کارتان را از فضای مخصوص استراحت جدا کنید. در ادامه باید به خود یادآوری کنید که بین کار اجازه بدهید تا جسم و ذهن‌تان استراحت داشته باشـند. تنظیم ساعت گوشی تلفن همراه‌تان می‌تواند در این زمینه به شما کمک کند.

چگونه وفاداری مشتریان خود را افزایش دهیم

به قلم: حونل سموئل کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

تفاوتـی ندارد کـه صاحب یک برند جهانی هسـتید و یا در سـطح منطقه‌ای فعالیت دارید. بدون شک شما به وفاداری مشتریان خود نیاز خواهید داشـت. در این رابطه بدون اقدامی از جانب شما، نمی‌توان در ایـن رابطه کاملا موفق ظاهر شـد. درواقع با توجـه به این امر که برای ایجاد مشـتریان جدید، اقدامات بازاریابی مختلفی انجام می‌شود، بدون برنامه‌ریزی برای نگه داشتن آنها و ایجاد وفاداری، عملا تلاش‌های شما با نتیجه لازم همراه نخواهد بود، با این حال این امر نباید باعث ناامیدی شـما شود. درواقع ایجاد وفاداری برای هر برندی کاملا امکان‌پذیر بوده در این راستا تنها کافی است تا به برخی از نکات، توجه داشته باشید.

۱-افزایش ارتباطات

شما باید ارتباطات خود را با مشتری در سطح بسیار خوبی قرار دهید. این امر باعث خواهد شد تا شانس موفقیت بالایی را داشته باشید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که افزایش ارتباطات به معنای پیام دادن مداوم نبوده و شـما در این رابطه باید ظرافت کار بالایی داشـته باشید. برای مثال می‌توانید با حضور در شبکه‌های اجتماعی، انواع مسابقات را ایجاد کنید. این امر باعث خواهد شد تا برند شما بیشتر در ذهن مخاطب باقی بماند و این امر خود مانعی برای ترک برند شما خواهد بود.

۲-ایجاد جوایز

نکته دیگری که باید به آن توجه داشـته باشید این است که مخاطب شـما باید یک مزیت را نسـبت به مشـتریان تازه‌کار شما حس کند تا تمایل به ادامه خرید از شـما را داشـته باشـد. در این رابطه شما باید جوایـزی را مشـخص کنید. این امر می‌تواند کدهـای تخفیف ویژه نیز باشد. نکته مهم دیگری که نباید فراموش کنید این است که در تعیین جوایز، شناخت سـلیقه مشتریان نیز بسیار مهم خواهد بود. برای مثال ممکن اسـت شـما به تقلید از یک برند موفق دیگر، مواردی را تعیین کنیـد که ابدا مورد اسـتقبال افـراد قرار نخواهد گرفت. در این راسـتا پرسش مستقیم از افراد نیز یک راهکار خوب خواهد بود.

۳-ارتقای سطح خدمت‌رسانی به مشتری

بدون شک بهبود سطح محصولات، امری سخت خواهد بود، با این حال در زمینه خدمت‌رسانی به مشتری، شما می‌توانید همواه تغییراتی را داشته باشید. در این رابطه ضروری است تا همواره در سطحی فراتر از حد انتظار افراد ظاهر شـوید. این امر باعث خواهد شد تا افراد تمایل بیشتری را برای وفاداری به شما داشته باشند. آمارها نیز در این رابطه حاکی از آن است که مشتریان راضی، به صورت طبیعی برند را به اطرافیان خود معرفی خواهند کرد. به همین خاطر جلب رضایت آنها دارای اهمیت بسیار زیادی است. در این راسـتا یک راهکار کلی وجود دارد. درواقع هنگامی که خود را به جای مشتری قرار دهید، می‌توانید نیازهای آنها را شناسایی نموده و با رفع آنها، به موقعیت بسیار خوبی دست پیدا کنید.

۴-بیش از حد به تکنولوژی اعتماد نکنید

بسـیاری از برندها اقدامات متنوع خـود را به صورت اتوماتیک انجام می‌دهند. با این حال در زمینه ارتباط با مشـتری، توصیه می‌شـود که بعد انسـانی را بیشـتر مورد توجه قرار دهید. درواقع یکی از اشتباهات رایج حال حاضر این اسـت که افراد پس از تماس با واحد پشتیبانی، با یک سیسـتم گویا مواجه می‌شـوند که در حدود ۱ دقیقه از آنها زمان می‌بـرد. این امر در حالی اسـت که همواره باید راهکارهای سـاده‌تری وجود داشـته باشـد تا افراد بتوانند سریعا نیاز خود را برطرف کنند. در این رابطه توصیه می‌شود که به شیوه‌های رایج توجهی نداشته و همواره از اقداماتی که منجر به پیشرفت خواهد شد، استقبال نمایید. یک اقدام جدیـد، خود مزیت رقابتی فوق‌العاده‌ای برای شـما خواهد بود. درواقع باید پل‌های ارتباطی متنوعی وجود داشـته باشد تا مشتری هیچ‌گاه با اتلاف وقت مواجه نشود.

۵-مشتری را به عنوان مهمترین دارایی خود بدانید

بدون شـک هر فـردی از مهمترین دارایی خـود، بالاترین مراقبت‌ها را انجام می‌دهد و همواره نسـبت به ارزش آن آگاه اسـت. در شـرکت شـما نیز این مسـئله باید به عنوان یک قانون درآورده شـود تا تمامی کارمنـدان، بهترین رفتار ممکن را داشـته باشـند. در این رابطه برخی از شـرکت‌ها اقدام به نظرسـنجی کارمندان از نگاه مشتری می‌کنند و براسـاس آن میزان حقوق افراد را کاهش و یا افزایش می‌دهند. یکی از اقداماتی که در شـرایط حال حاضر به علت شـیوع ویروس کرونا بسیار ضروری اسـت، در اختیار قرار دادن ژل ضدعفونی‌کننده و طب‌سـنجی افراد قبل از حضور در فروشـگاه‌ها اسـت. این امر باعث خواهد شـد تا مشتری شما، احساس امنیت بیشتری داشته باشد و از شما بابت توجه به سـلامت آنها، قدردانـی نماید. درواقع طیف اقدامـات در این زمینه بسیار متنوع بوده و لازم است تا مورد توجه جدی شما قرار گیرد.

۶-ایجاد یک دلیل غیراقتصادی

در نهایت توصیه می‌شـود که به مخاطب خود یک دلیل غیراقتصادی را برای دنبال کردن خود بدهید. برای مثال حمایت از یک طرح زیست محیطی و یا کمک به فقرا، از جمله بهترین گزینه‌ها محسوب می‌شود. این امر باعث خواهد شد تا مشتری خرید از شما را در راستای حمایت از یک طرح ارزشمند دانسته و این امر خود باعث ماندگاری آنها خواهد شد.

منبع: tweakyourbiz.com

بازاریابی در سال ۲۰۲۰ با نهایت صرفه‌جویی

چالش بازاریابی کم‌هزینه زیر سایه کرونا

به قلم: ساهر شادنان کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی در عرصه کسب و کار یکی از گزینه‌های ضروری برای توسعه برند محسوب می‌شود. امروزه تمام کسب و کارها به بازاریابی تاثیرگذار و هیجان‌انگیـز بـرای جلب نظر مخاطب هـدف نیاز دارنـد. بازاریابی جـذاب و جلب نظر مخاطب هدف بدون توجه به توانایی مالی شـرکت امکان‌پذیر نیسـت. بسیاری از کسب و کارها در پی شیوع ویروس کرونا از ابتدای سـال جاری میلادی با مشکلات بسیار زیادی مواجه شده‌اند بنابراین بازاریابی برای بسیاری از برندها در سراسر دنیا بدل به چالشی بزرگ شده است.

صرفه‌جویـی در هزینه‌های بازاریابی از مدت‌های پیش به عنوان یک امر ضروری مدنظر اغلب کسـب و کارها قرار گرفته است. نکته مهم در این میان ناآگاهی بسـیاری از برندها نسـبت به تکنیک‌های بازاریابی با حداقل بودجه موردنیاز اسـت. کسـب و کارهای کوچک در پی شیوع ویروس کرونا بیشـتر ضربه دیده‌اند. این امر تا حد زیادی توانایی کسب و کارهـای کوچک برای صرف هزینه در حوزه بازاریابی را محدود کرده اسـت. ما در این مقاله قصد بررسی هرچه بیشتر راهکارهای بازاریابی با حداقل هزینه موردنیاز را داریم.

سرمایه‌گذاری بر روی رسانه‌های پرطرفدار

امروزه بسـیاری از برندها برای بازاریابی به سراغ شبکه‌های اجتماعی می‌رونـد. این امر بدل به ترنـدی محبوب در میـان برندهای بزرگ و کوچک شـده است. اگر شـما نیز در تلاش برای بازاریابی در حوزه‌های مختلف هستید، باید نسبت به انتخاب آگاهانه پلتفرم هدف توجه داشته باشـید. اگرچه شهرت شبکه‌های اجتماعی بسیار زیاد است، اما این امر به معنای فقدان گزینه‌های دیگـر برای بازاریابی نخواهد بود. هنوز هم شـبکه‌های تلویزیونی یا رادیویی دارای محبوبیت بسیار زیادی هستند. نکته جالب اینکه اغلب شبکه‌های تلویزیونی به دلیل استقبال برندها از شبکه‌های اجتماعی نرخ هزینه تبلیغات‌شان را به شدت کاهش داده‌اند بنابراین شـما امکان همکاری با شـبکه‌های تلویزیونی یا رادیویی برای کاهش هزینه‌های بازاریابی‌تان را خواهید داشت.

همـکاری با شـبکه‌های تلویزیونـی یکی از گزینه‌هـای جذاب برای برندها محسوب می‌شود. با این حال اگر شما قصد ایجاد تنوع در الگوی بازاریابی‌تان را دارید، همکاری با سایت‌های مشهور اینترنتی نیز گزینه مناسـبی خواهد بود. مزیت اصلی این نـوع همکاری تبلیغاتی پرداخت هزینه در ازای هر کلیک کاربران بر روی تبلیغ شما خواهد بود بنابراین دیگر خبری از پرداخت هزینه‌های گزاف برای بازاریابی نیست. بسیاری از برندهای تازه‌کار برای کاهش هزینه‌های بازاریابی‌شان به سراغ چنین الگویی می‌روند. اگر شـما نیـز علاقه‌مند به فعالیت بازاریابی با کمترین هزینه ممکن هستید، باید نسبت به کاربست این شیوه اقدام نمایید.

استفاده از گزینه‌های بازاریابی رایگان

بازاریابـی بدون نیاز به پرداخت هزینه رویای هر بازاریابی محسـوب می‌شود. شـاید در ابتدا چنین الگوهایی از بازاریابی به سختی باورپذیر باشد، اما بسیاری از کسب و کارهای کوچک در عمل از چنین شیوه‌هایی اسـتفاده می‌کنند. یکی از بهترین راهکارهـا برای بازاریابی تاثیرگذاری به صورت رایگان نگارش محتوا به عنوان نویسنده مهمان در سایت‌های مختلف اسـت. توصیه ما در این بخش اسـتفاده از سایت‌های حرفه‌ای است. هرچه سـایت موردنظر شـما ماهیت تخصصی‌تری داشته باشد، توانایـی بیشـتری برای یافتـن مخاطب علاقه‌مند به کسـب و کارتان خواهید داشت.

بسـیاری از سـایت‌های خبری یا تخصصی در حوزه کسـب و کار به دنبال اسـتفاده از محتوای رایگان هسـتند بنابراین همکاری میان شما و آنها دوجانبه خواهد بود. مهمترین مسـئله در این میان برداشتن گام نخسـت از سوی شماسـت. بسـیاری از مدیران و کارآفرینان نسبت به درخواسـت برای نگارش محتوا به عنوان نویسـنده مهمان در سایت‌ها احسـاس خجالت می‌کنند. چنین امری اغلب موجب تاخیر در فعالیت کارآفرینان در حوزه بازاریابی رایگان می‌شود.

سرمایه‌گذاری بر روی استعدادهای جوان

سـالانه شـمار بسـیار زیادی از بازاریاب‌های تازه‌کار از آموزشگاه‌ها فارغ‌التحصیل می‌شـوند. اگر شما بودجه بسیار محدودی برای بازاریابی و تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هدف دارید، همـکاری با بازاریاب‌های تازه‌کار ایده مناسـبی خواهد بود. این امر در کنار برخی از فعالیت‌های جانبـی مانند مدیریت سـئو به شـیوه حرفه‌ای امـکان بهبود وضعیت بازاریابی شرکت در عین کاهش هزینه‌ها را به همراه دارد.

بسـیاری از بازاریاب‌های نسـل جوان آشـنایی بهتری با شبکه‌های اجتماعـی و تکنیک‌های دیجیتال بازاریابی دارنـد بنابراین همکاری با آنها همیشه ایده نامناسبی نخواهد بود. بسیاری از برندهای تازه تاسیس در عمل اقـدام به همکاری با چنین بازاریاب‌هایـی خواهند کرد. نکته مهـم در این میان تلاش بیش از اندازه بازاریاب‌های تازه کار برای ارائه عملکرد بهتر است. دلیل این امر تمایل بالای بازاریاب‌های تازه کار برای کسب شهرت در حوزه کسب و کار است.

استخدام بازاریاب‌های نیمه وقت

اگر کسـب و کار شـما توانایی همـکاری با بازاریاب‌هـای تمام وقت را نـدارد، اسـتخدام بازاریاب‌های نیمه وقت ایده مناسـبی خواهد بود. بسـیاری از برندها نیاز چندانی به تیم‌های بازاریابی حرفه‌ای و پرتعداد ندارند. این امر بیانگر سطح متنوع نیاز برندها به بازاریاب است بنابراین شما باید براساس سطح نیازتان اقدام به همکاری با بازاریاب‌ها نمایید.

یکـی از مزیت‌های همکاری با بازاریاب‌هـای نیمه وقت امکان تغییر آنها در هر زمانی است. بسیاری از شرکت‌ها مسیر دشواری برای اخراج بازاریاب‌ها دارند. این امر در مورد بازاریاب‌های نیمه وقت بسیار ساده‌تر خواهد بود بنابراین شما در تحلیل نهایی توانایی همکاری با بازاریاب‌ها با دست باز را خواهید داشت.

تغییر هنجارهای شرکت

برخـی از عادت‌هـای رفتاری در شـرکت‌ها کارایی تیـم بازاریابی را کاهـش می‌دهد. مهمتریـن دلیل کاهـش کارایی تیم‌هـای بازاریابی همـکاری بسـیار محدود تیم مدیریتی اسـت بنابراین شـما در دوران پسـاکرونا نیازمند همکاری بسـیار نزدیک‌تر با تیم بازاریابی شرکت‌تان خواهید بود. نتیجه این امر جمع‌بندی بسـیار بهتر از وضعیت شرکت و توانایی تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف خواهد بود.

منبع: smallbusinessbonfire.com

بررسی الگویی نوین در حوزه بازاریابی

بازاریابی با استفاده از تکنیک آشناسازی مخاطب هدف

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

شیوع ویروس کرونا وضعیت بسیاری از برندها را تغییر داده است. اکنون اغلب برندها در حال سرمایه‌گذاری بسیار بیشتر بر روی حوزه بازاریابی هستند. این امر با هدف جلب نظر مشتریان بیشتر صورت می‌گیرد. وقتی شما مدت زمان زیادی در طول دوران کرونا فعالیت کاری نداشته‌اید، باید پس از بازگشایی کسب و کارها به سرعت نسبت به بهبود وضعیت‌تان اقدام نمایید. نقش حوزه بازاریابی در این میان بسیار پررنگ است. اغلب کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به حوزه بازاریابی وابسته هستند. بدون تردید امروزه شیوه‌های بازاریابی در سراسر دنیا تغییرات بسیار زیادی کرده است. یکی از شیوه‌های بازاریابی مناسب در این میان براساس الگوی آشناسازی است. برندها در این شیوه نسبت به ارائه هدیه یا پاداش به مخاطب هدف تازه‌شان اقدام می‌کنند. این امر موجب شکل‌گیری تجربه مناسب در مشتریان و تمایل آنها برای بازدید دوباره و حتی معرفی برندمان با دیگران می‌شود.

امروزه بسیاری از برندهای بزرگ در عمل از شیوه بازاریابی آشناسازی استفاده می‌کنند. اگر برند شما توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داشته باشد، سرمایه‌گذاری بر روی شیوه مورد بحث مزیت‌های بسیار زیادی خواهد داشت. اکنون اغلب کاربران در شبکه‌های اجتماعی و روابط دنیای واقعی نسبت به صحبت‌ها و توصیه‌های دیگران، در مقایسه با برندها، واکنش بسیار بهتری دارند. بنابراین مزیت اصلی بازاریابی براساس مدل آشناسازی روشن است.

بدون شک اجرای الگوی بازاریابی آشناسازی، مانند هر شیوه بازاریابی دیگری، همراه با دشواری‌های خاص خود است. ما در این مقاله قصد بررسی برخی از تکنیک‌ها و توصیه‌های کاربردی برای اجرای هرچه بهتر این شیوه را داریم. بنابراین در ادامه به بررسی دقیق تکنیک‌های کارآزموده در این زمینه خواهیم رفت.

۱.انتخاب دقیق هدیه

سرمایه‌گذاری بیش از اندازه در حوزه بازاریابی هرگز ایده مناسبی نیست. سالانه تعداد بسیار زیادی از برندها به دلیل سرمایه‌گذاری نادرست در حوزه بازاریابی با مشکل مالی مواجه می‌شوند. اگر شما به دنبال جلب نظر مخاطب هدف هستید، باید هدیه مدنظرتان در زمینه بازاریابی آشناسازی را هوشمندانه انتخاب نمایید. وقتی یکی از کاربران نسبت به ارائه هدیه از سوی شما با دوستانش صحبت می‌کند، آنها نیز انتظار دریافت هدیه‌ای مشابه را دارند بنابراین شما باید نسبت به بودجه در دسترس‌تان اقدام به ارائه هدیه نمایید.

اشتباه برخی از برندها انتخاب هدیه‌های به نسبت گران است. وقتی شما هدیه‌های بسیار گرانی انتخاب می‌کنید، توانایی ارائه تعداد بالایی از آن را نخواهید داشت بنابراین در عمل با مشکلات بسیار زیادی برای جلب نظر مخاطب هدف مواجه خواهید شد. توصیه ما در این بخش انتخاب هدیه برای الگوی بازاریابی آشناسازی براساس ارزیابی دقیق از وضعیت مالی شرکت است.

۲.شناخت مخاطب هدف

آشنایی با مخاطب هدف در هر حوزه‌ای از بازاریابی ضروری است. بسیاری از برندها در زمینه ارائه تخفیف یا هدیه‌های مناسب عملکرد بدی دارند. این امر به دلیل ناتوانی آنها برای شناخت درست مخاطب هدف است. وقتی ما سلیقه مخاطب هدف را به خوبی بدانیم، دیگر اشتباهات تکراری حوزه بازاریابی را مرتکب نخواهیم شد. امروزه ابزارهای بسیار زیادی برای ارزیابی وضعیت مشتریان در بازار وجود دارد. مسئله اساسی در اینجا فقدان انگیزه در برندها برای ارزیابی رفتار مشتریان هدف در بازار است.

تاکید ما در این بخش بر روی آشنایی هرچه بهتر با مشتریان است. برخی از برندها به دلیل ارتباط نزدیک با مشتریان همیشه توانایی تاثیرگذاری بر روی آنها را دارند. شما نیز در حوزه بازاریابی باید نسبت به ایجاد چنین رابطه‌ای اقدام نمایید. در غیر این صورت به زودی از عرصه کسب و کار حذف خواهید شد.

اگر شما قصد ارائه یک محصول به عنوان هدیه به مشتریان را دارید، باید دقت زیادی به خرج دهید. امروزه اغلب برندها دارای بودجه‌های محدودی هستند. بنابراین اعطای هدیه با استفاده از تکنیک قرعه‌کشی ایده مناسبی خواهد بود. این امر علاوه بر جلب نظر مشتریان از ایجاد هزینه‌های سنگین برای برند نیز جلوگیری خواهد کرد.

هرچه توانایی ما برای شناخت مخاطب هدف‌مان بیشتر باشد، احتمال ارائه هدیه‌های مطابق با سلیقه آنها افزایش خواهد یافت. شاید در نگاه نخست هدیه برندها به مشتریان و مخاطب هدف تاثیر چندانی بر روی ذهنیت آنها نداشته باشد، اما در عمل بسیاری از ارزیابی‌های مشتریان نسبت به برندها با همین هدیه‌های کوچک تغییر می‌کند.

۳.ایجاد شهرت برای کسب و کار

بسیاری از اوقات ارائه هدیه به مخاطب هدف نیازمند دلیل محکمی است. بسیاری از تیم‌های مدیریتی وقتی با پیشنهاد بخش بازاریابی برای ارائه هدیه مواجه می‌شوند، پرسش‌های متعددی را مطرح می‌کنند بنابراین شما به عنوان بازاریاب یک شرکت باید توانایی بالایی در بیان دلیل استفاده از چنین تکنیکی داشته باشید. امروزه بازاریاب‌ها علاوه بر فشار سنگین برای تولید محتوای جذاب، باید قدرت بیان مناسبی برای تعامل با تیم مدیریتی نیز داشته باشند. در غیر این صورت پیشبرد امور براساس طرح و برنامه‌های مشخص بسیار دشوار خواهد شد.

یکی از دلایل اصلی و مناسب برای استفاده از الگوی بازاریابی آشناسازی بهبود شهرت برند است. بسیاری از برندها در حوزه‌های مختلف کسب و کار با کمترین شهرت ممکن در حال فعالیت هستند. وقتی شهرت کسب و کار شما بالا باشد، بدون نیاز به صرف هزینه‌های بازاریابی گزاف امکان جلب نظر مخاطب هدف را خواهید داشت بنابراین در جلسه کاری بعدی به هنگام صحبت پیرامون دلایل استفاده از الگوی بازاریابی آشناسازی بر روی اهمیت افزایش اعتبار کسب و کار تاکید نمایید.

امروزه اغلب برندها به دنبال اعتبار و شهرت بیشتر در حوزه کسب و کار هستند. این امر با استفاده از الگوی بازاریابی آشناسازی به خوبی در دسترس قرار خواهد گرفت. مهمترین نکته در این میان توانایی بازاریاب‌ها برای همراه ساختن تیم مدیریتی به منظور پیاده‌سازی شیوه موردنظر است.

۴. توجه به سایت برند

راه‌اندازی سایت برای جلب نظر مخاطب هدف ایده تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها دارای سایت رسمی هستند. با این حال تعداد اندکی از سایت‌های مربوط به برندها در عمل فعالیت جذابی دارد. اغلب اوقات کاربران حتی حوصله مراجعه به سایت برندها را نیز ندارند. دلیل این امر ذهنیت قدیمی مبتنی بر عدم به روز رسانی سایت برندهاست. مشتریان در این مورد حق دارند. اغلب برندها هیچ توجهی به سایت رسمی‌شان ندارند بنابراین سایت آنها بدل به آرشیوی از پست‌های بسیار قدیمی و فاقد جذابیت برای مخاطب هدف می‌شود. اگر شما در تلاش برای تغییر این وضعیت هستید، باید نسبت به تولید محتوای مداوم در سایت‌تان اقدام نمایید.

امروزه سایت رسمی برندها بهترین مکان برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف است. اهمیت سایت رسمی امکان تعامل نزدیک با مشتریان در فضایی اختصاصی برای برندمان است. این فضا در کنار شبکه‌های اجتماعی ابزارهای اصلی برندها برای بازاریابی محسوب می‌شود. هرچه بازدید سایت رسمی یک برند بیشتر باشد، اجرای الگوی بازاریابی آشناسازی ساده‌تر خواهد بود. ما به هر حال در مرحله نخست نیازمند تعداد مشخصی از کاربران و مشتریان برای معرفی محصولات برندمان هستیم.

۵.استفاده از قانون هفت

استفاده از قانون هفت در بسیاری از تیم‌های بازاریابی و فروش رواج دارد. شما امکان استفاده از چنین قانونی برای حوزه بازاریابی آشناسازی را نیز دارید. تاکید این قانون بر روی ارزیابی دقیق ویژگی‌های مشتریان سایت است. امروزه سایت برندها بازدید بسیار زیادی دریافت می‌کند، اما فقط ۲ درصد از بازدیدها به خرید مشتریان ختم می‌شود بنابراین شمار بالایی از مشتریان بدون خرید و حتی مشاهده محتوای سایت اقدام به ترک آن می‌کنند.

قانون هفت بر روی شناسایی و ارزیابی هرچه دقیق‌تر ویژگی‌های مشتریان سایت‌ها تاکید دارد. شما به این ترتیب امکان سرمایه‌گذاری هرچه بیشتر بر روی تیپ‌های مشتریان واقعی و علاقه‌مند به برندتان را خواهید داشت. اشتباه برخی از برندها در زمینه بازاریابی آشناسازی سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان بی‌علاقه به کسب و کارشان است. بدون شک هیچ کسب و کاری توانایی کسب موفقیت از دل چنین شیوه‌ای را نخواهد داشت بنابراین شما باید شیوه متفاوتی را به کار بگیرید.

ارزیابی وضعیت مشتریان واقعی برند از طریق سایت بدون استفاده از ابزارهای هوشمند کار دشواری خواهد بود. خوشبختانه امروزه ابزارهای بسیار زیادی در دسترس برندها قرار دارد بنابراین شما مسیر دشواری برای ارزیابی وضعیت مشتریان برندتان نخواهید داشت. سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان واقعی برند تاثیرگذاری الگوی آشناسازی را دوچندان خواهد کرد.

۶. ارتقای رابطه برند با مشتریان و تیم بازاریابی

همکاری تیم مدیریت برند با مشتریان و بازاریاب‌ها اهمیت بالایی دارد. اغلب برندها برای جلب نظر مشتریان به توصیه‌ها و عملکرد بازاریاب‌ها وابسته هستند. مشکل اساسی در این بخش تفاوت میان برداشت و نگاه مدیران با بازاریاب‌هاست. بنابراین شما در عمل باید نسبت به ملاحظات بازاریاب‌ها در مورد فعالیت شرکت نیز حساسیت به خرج دهید. در غیر این صورت بازاریاب‌های شرکت توانایی تاثیرگذاری بر روی وضعیت کسب و کار را از دست خواهند داد.

ارتباط مناسب با مشتریان همیشه اهمیت دارد. بسیاری از برندها برای بهبود رابطه‌شان با مشتریان سرمایه‌گذاری‌های هنگفت می‌کنند. مهمترین نکته در زمینه ارتباط مناسب با مشتریان مربوط به شناخت صحیح از آنهاست. بسیاری از برندها در طول مدت زمان طولانی فعالیت هرگز اقدام به‌روز رسانی درک و اطلاعات‌شان از مشتریان نمی‌کنند بنابراین مشاهده بی‌توجهی مداوم مشتریان به چنین برندهایی طبیعی خواهد بود. اگر شما ارتباط مناسبی با مشتریان‌تان دارید، باید ملاحظات بازاریابی را نیز مدنظر داشته باشید. این امر شامل تلاش برای گردآوری اطلاعات تماس و آگاهی از سلیقه مشتریان خواهد بود.

۷.قدردانی از مشتریان

مشتریان همیشه به دنبال رابطه‌ای مناسب با برندها هستند. اگر شما در زمینه فروش واکنش بسیار مثبتی از سوی مشتریان دریافت می‌کنید، باید قدردانی از آنها را مدنظر قرار دهید. بسیاری از برندها به دلیل عدم قدردانی از مشتریان در عمل با مشکلات بسیار زیادی مواجه می‌شوند. یکی از مشکلات اصلی در این میان ریزش تعداد مشتریان است. اگر ما قدردانی لازم از مشتریان را نداشته باشیم، آنها نه تنها نسبت به خرید مجدد از ما ناامید خواهند شد، بلکه ما را به دوستان‌شان نیز معرفی نخواهند کرد بنابراین قدردانی از مشتریان باید همیشه مدنظر برندها قرار گیرد. در غیر این صورت رابطه میان برندها و مشتریان به شدت ضربه‌پذیر خواهد شد.

جمع‌بندی

استفاده از الگوی بازاریابی آشناسازی تاثیر مثبتی بر روی وضعیت برندها دارد. این امر به شرط استفاده درست از الگوی موردنظر امکان کاهش هزینه‌های جاری و جلب نظر شمار بالایی از مشتریان وفادار را خواهد داشت. امروزه مشتریان وفادار به عنوان سرمایه اصلی برندها شناخته می‌شوند بنابراین شما باید در تلاش برای جلب تعداد هرچه بیشتری از مشتریان وفادار با شیوه‌های مختلف بازاریابی باشید.

منبع: noobpreneur.com

ایستگاه بازاریابی

ایده‌های جدید در راستای استفاده تجاری از اینستاگرام

به قلم: آلیس کرنر کارشناس حوزه بازاریابی
مترجم: امیر آل‌علی

بدون تردید اینستاگرام مهمترین شبکه اجتماعی حال حاضر برای انجام انواع اقدامات بازاریابی محسوب می‌شود، با این حال یکی از معضلات موجود، تکراری شدن ایده‌ها است. درواقع بسیاری از افراد در تلاش برای کپی‌برداری از اقداماتی هستند، که دیگر جذابیت لازم را برای مخاطب ندارد. تحت این شرایط آشنایی با موارد جدیدتر، کاملا الزامی خواهد بود. در این راستا به بررسی ۴ ایده جدید خواهیم پرداخت که می‌تواند به مزیت رقابتی شما در برابر سایر رقبا تبدیل شود.

۱-استفاده از اینفوگرافی

ترکیب عکس و متن، همواره برای مخاطب جذابیت بالایی را به همراه داشته است. تولید آنها نیز ساده بوده و امکان فعالیت سریع در این رابطه وجود دارد. با این حال بسیاری از افراد هنوز هم از این نوع محتوا استفاده نمی‌کنند. یکی از دلایل این موضوع، عدم استفاده آن توسط افراد دیگر است. با این حال در راستای ایجاد تمایز، نباید به اقدامات سایر افراد توجه زیادی را داشته باشید. بدون شک شما می‌توانید در حوزه خود، با چنین اقدامی به یک صفحه کاملا جذاب تبدیل شوید. در این راستا به هر میزان که کیفیت کار و موضوعات شما بهتر باشد، نتیجه بالاتری را نیز به دست خواهید آورد.

۲-تست محصول توسط مشتری

یکی از اقدامات رایج برندها این است که محصولات خود را تست کرده و آن را در معرض دید مشتری قرار می‌دهند، با این حال اگر این اقدام توسط خود مشتریان انجام شود، بدون شک باورپذیرتر خواهد بود. در این راستا شما می‌توانید بخشی از اقدامات خود را به نمایش محتواهای تولیدشده مخاطبین خود اختصاص دهید. در این راستا تنها کافی است که از آنها بخواهید از لحظه باز کردن جعبه فیلم گرفته و اولین تجربه استفاده از محصول را با سایرین، به اشتراک بگذارند. در کنار این موضوع بهتر است که ویدئو با نظرات آنها همراه باشد. در این راستا با تگ کردن صفحه افراد، می‌توانید اعتماد بیشتری را تجربه کنید. با این حال توجه داشته باشید که چنین اقدامی باید با حمایت شما همراه باشد. درواقع دلیلی وجود ندارد که مخاطب، چنین اقدامی را برای شما انجام دهد. به همین خاطر لازم است تا یک مسابقه را برگزار کنید تا همه مشتریان، در این زمینه ترغیب شوند. در نهایت رعایت اصل انصاف، بسیار مهم بوده و نباید موارد سفارشی را به اشتراک بگذارید. درواقع این امر طبیعی است که هر برندی، از نقاط ضعف و قدرت برخوردار باشد. به همین خاطر بی‌نقص نشان دادن خود ابدا نتیجه لازم را به همراه ندارد.

۳-نمایش قبل و بعد را جدی بگیرید

شما می‌توانید قبل و بعد تولید یک محصول را به نمایش بگذارید. برای مثال در زمینه تولید کیف، شما در ابتدا می‌توانید یک تصویر از اجناس اولیه و ابزار کار را تهیه کرده و در کنار آن، تصویر نهایی را قرار دهید. این امر منجر به شگفتی مخاطب خواهد شد. درواقع این اقدام، بسیار کم مورد استفاده قرار گرفته و به همین خاطر می‌تواند برای مخاطبین، جذابیت بالایی را به همراه داشته باشد.

۴-ایجاد ورکشاپ در بخش لایو

آموزش مجازی در حال حاضر، بسیار مورد توجه قرار گرفته است، با این حال هیچ فردی تمایل به انجام اقدامات طولانی ندارد. برای مثال ثبت نام در سرویس‌های وبینار، اقدامی زمانبر محسوب شده و این امر می‌تواند باعث کاهش میزان تقاضا شود. در این راستا توصیه می‌شود تا از قابلیت لایو استفاده کنید. اگر خواهان آموزش مجازی هستید، این امر به سادگی امکان‌پذیر خواهد بود. با این حال اگر مبلغی را برای آن تعیین کرده‌اید، توصیه می‌شود که یک صفحه جدید را ایجاد کرده و آن را به حالت شخصی درآورید تا صرفا افرادی که ثبت نام کرده‌اند، حضور پیدا کنند، با این حال به صورت کلی بهتر است که آموزش‌های شما، رایگان باشد. علت این امر به این خاطر است که همواره احتمال ضبط و در اختیار قرار دادن مطالب برای دیگران وجود داشته و به همین خاطر بهتر است که اهداف بلندمدت را مدنظر خود قرار دهید.

منبع: business۲community.com

رهبری

ارزیابی توانایی سازمان‌ها برای تغییر

به قلم: دیوید میشلز کارشناس و مشاور کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

ادامه فعالیت در دنیای کسب و کار بدون ایجاد تغییر در سازمان شرکت امکان‌پذیر نیست. برخی از کسب و کارها در طول ماه‌های اخیر با شیوع ویروس کرونا اقدام به ایجاد تغییرات اساسی در نحوه فعالیت‌شان کرده‌اند. نکته مهم در این میان شروع فرآیند تغییرات اساسی در حوزه کسب و کار حتی پیش از مسئله کروناست. برندهای بزرگ همیشه برنامه منسجمی برای تغییر روندهای جاری‌شان در زمینه مدیریت کسب و کار دارند. همین نکته مزیت اصلی آنها در مقایسه با دیگر برندها محسوب می‌شود. امروزه توانایی کسب و کارها برای ایجاد تغییر در سازمان‌شان نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه‌شان دارد. مسئله اصلی مقاله کنونی نیز همین نکته است.

شاید در نگاه نخست ایجاد تغییرات در سازمان‌ها و شرکت‌ها کار ساده‌ای باشد. با این حال ما باید برنامه مشخصی برای جایگزینی یک روند مدیریتی با شیوه‌ای تازه داشته باشیم. در غیر این صورت تغییر موردنظر در نهایت مخرب خواهد شد. بسیاری از برندها در طول زمان‌های متمادی در زمینه ایجاد تغییرات عملکرد منفی داشته‌اند. اگرچه هیچ معیاری برای ارزیابی توانایی شرکت‌ها برای تغییر وجود ندارد، اما برخی نشانه‌های مشخص برای تحلیل نسبی این امر وجود دارد. بر این اساس هر شرکت یا سازمانی براساس ویژگی‌های خاصی که دارد، سطح توانایی متفاوتی برای ایجاد تغییر خواهد داشت. ما در ادامه به بررسی معیارهای نسبی برای ارزیابی توانایی سازمان‌ها و شرکت‌ها برای ایجاد تغییر در کسب و کارشان خواهیم پرداخت.

محور اول: هدف، مسیر و ارتباطات شرکت

برنامه‌ریزی دقیق برای فعالیت در عرصه کسب و کار امری اجتناب‌ناپذیر است. بسیاری از برندها به دلیل فقدان برنامه‌ریزی مناسب توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نمی‌کنند. ما در این بخش سه عامل حیاتی برای ارزیابی توانایی سازمان‌ها در ایجاد تغییرات کارآفرینانه را شناسایی کرده‌ایم:

• هدف: هدف اصلی یک شرکت در طول زمان ثابت نخواهد بود. نکته مهم در این میان انگیزه سازمان‌ها برای تغییر هدف‌شان در طول زمان است. اگر شرکت شما در طول سال‌های اخیر هدف واحدی داشته است، شاید زمان تغییر آن فرا رسیده باشد. بی‌شک ناتوانی برای تغییر اهداف تازه به معنای توانایی پایین برندها برای تغییر خواهد بود.

• مسیر کسب و کار: هر شرکتی برای موفقیت در عرصه کسب و کار یک مسیر مشخص دارد. در اینجا نیز مسیر موردنظر برندها باید به موازات تغییرات کلی در عرصه کسب و کار تغییر یابد. در غیر این صورت آنها به سرعت از جلب نظر مشتریان باز خواهند ماند. وقتی یک برند در طول دهه‌های متمادی نسبت به تغییر مسیر کسب و کارش اقدام نکند، پیام روشنی در زمینه ناتوانی برای ایجاد تغییرات مخابره کرده است.

• ارتباطات شرکت: میزان ارتباطات شرکت با کارمندان و دیگر شرکا اهمیت بالایی دارد. توانایی تغییر در وضعیت سازمان و شرکت نیازمند ارتباط قدرتمند با دیگران است. هرچه ارتباط‌های یک شرکت با دیگر کسب و کارها بیشتر باشد، توانایی بهتری برای ایجاد تغییرات خواهد داشت.

محور دوم: سازماندهی برای تغییر: توسعه، عمل و انعطاف‌پذیری

محور دوم برای ارزیابی توانایی یک سازمان برای تغییر مربوط به چشم‌انداز و تعریف آن از توسعه، عمل در راستای آن و انعطاف‌پذیری برای اخذ شیوه‌های نوین است.

• توسعه: برنامه توسعه برای شرکت‌ها امر عجیبی محسوب نمی‌شود، اما بسیاری از مدیران ارشد نسبت به طراحی آن توجه لازم را ندارند. این امر موجب کاهش توانایی سازمان‌ها برای ایجاد تغییرات کارآفرینان می‌شود. بنابراین نخستین گام در محور دوم تغییر سازمانی مربوط به طراحی برنامه مشخص خواهد بود.

• عمل برای تغییر: بسیاری از سازمان‌ها فقط برنامه مشخص برای تغییر دارند. با این حال چنین برنامه‌ای هرگز به مرحله عمل نمی‌رسد. سابقه عمل به برنامه تغییر سازمانی اهمیت بالایی در ارزیابی توانایی برای تغییر دارد. این امر به معنای دسترسی سازمان به تجربه قبلی تغییر خواهد بود.

• انعطاف‌پذیری: اخذ رویکردهای تازه و تغییر در شیوه فعالیت برند نیازمند انعطاف‌پذیری نیز هست. بسیاری از برندها انعطاف لازم برای انطباق با برنامه‌ها و رویکردهای تازه را ندارند بنابراین مشاهده ناتوانی چنین برندهایی برای تغییر امری طبیعی خواهد بود.

منبع: forbes.com

چگونه مدیریت زمان بهتری در عرصه کسب و کار داشته باشیم؟

به قلم: پاول اسکرودت کارشناس کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

مدیریت زمان در عرصه کسب و کار مسئله مهمی محسوب می‌شود. اغلب تیم‌های کاری دلیل ناتوانی در زمینه تحویل به‌موقع پروژه‌ها را کمبود زمان توصیف می‌کنند. این امر در گوشه و کنار دنیای کسب و کار به صورت‌های مختلف قابل مشاهده است. وقتی اغلب برندها درگیر مشکلات مدیریت زمان هستند، استفاد از یک راهکار نوین مزیت بزرگی محسوب می‌شود. بسیاری از کسب و کارها سرمایه‌گذاری قابل توجهی بر روی طراحی شیوه‌های مدیریت زمان به صورت کاربردی کرده‌اند. ما در این مقاله برای بررسی راهکارهای مدیریت زمان به شیوه حرفه‌ای به سراغ لورا واندرکام رفته‌ایم. وی تخصص اصلی‌اش در زمینه مدیریت زمان است بنابراین توصیه‌های وی برای استفاده بهینه از زمان در میان کسب و کارها کاملا کاربردی خواهد بود. در ادامه توصیه‌های وی را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱.اولویت پروژه به جای زمان

اغلب کارمندان و مدیران در فرآیند مدیریت زمان بیش از حد بر روی نقش کاهش زمان مورد نیاز تاکید دارند. نکته مهم در این میان توجه به کار در دسترس و شرایط لازم برای مدیریت آن است. اگر ما تمرکزمان فقط بر روی مدیریت بهتر زمان باشد، در عمل کار بی‌کیفیتی تحویل خواهیم داد. بنابراین نخستن توصیه لورا به کارآفرینان تغییر توجه‌شان از زمان به کارهای در دسترس است.

برخی از کارآفرینان تلاش‌های مغایر با واقعیت در راستای مدیریت زمان بهتر انجام می‌دهند. این امر شامل تلاش برای مدیریت ۱۰ کار مختلف در قالب زمان موردنیاز برای یک کار است. بدون تردید چنین تلاش‌هایی با شکست مواجه خواهد شد. شما برای مدیریت بهینه زمان در دسترس‌تان باید ابتدا به دنبال بررسی ویژگی‌های آن باشید. برخی از کارها به طور طبیعی نیازمند زمان زیادی هستند بنابراین تلاش برای کاهش زمان موردنیاز برای مدیریت آنها به صورت غیرمنطقی همیشه با شکست همراه خواهد بود.

نخستین مشکل اساسی برندها برای مدیریت زمان به صورت حرفه‌ای برداشت‌های غیرواقعی از امکان انجام کارها به صورت سریع است. شما تا زمانی که نگاهی واقع‌گرایانه به عرصه کسب و کار نداشته باشید، توانایی مدیریت زمان به صورت کاربردی را نخواهید یافت.

۲.کار در ساعت‌های مناسب برای هر فرد

امروزه بسیاری از شرکت‌ها دیگر ساعت کاری مشخصی برای کارمندان تعیین نمی‌کنند. این امر به معنای امکان حضور در شرکت در بازه‌های زمانی مختلف و ساماندهی پروژه‌های در دسترس است. اگر کار شما نیازمند همکاری تعداد بالایی از کارمندان نیست، انتخاب ساعت‌های مناسب و دلخواه بهترین ایده در راستای کاهش اتلاف وقت خواهد بود. اغلب ما در ساعت‌های خاصی از شبانه روز انرژی و انگیزه بیشتری برای کار کردن داریم. این نکته باید مورد توجه اغلب مدیران کسب و کار قرار داشته باشد. اگر زمان‌های موردنیاز برای حضور در شرکت به صورت غیرمنطقی محدود شود، بخش قابل توجهی از توانایی مدیریت زمان کارمندان از بین خواهد رفت.

فعالیت کاری همراه با انرژی مناسب بهترین توصیه در راستای مدیریت بهتر زمان است. بسیاری از کارمندان در ساعت‌های کاری خشک و انعطاف‌ناپذیر عملکرد نامطلوبی دارند. بدون شک انتخاب زمان دلخواه به هنگام فعالیت در قالب یک تیم امکان‌پذیر نیست بنابراین شما باید راهکاری برای غلبه بر این مشکل نیز پیدا کنید. توصیه ما در این بخش ایجاد هماهنگی در میان اعضای تیم برای انتخاب یک ساعت مناسب است. بدون تردید هم‌اندیشی و دستیابی به زمان مطلوب برای تمام اعضای تیم دشوار خواهد بود. با این حال پس از انتخاب زمان موردنظر کیفیت کاری شما به شدت افزایش خواهد یافت.

۳.کار و سرگرمی در کنار هم

بدون تردید فعالیت کاری برای اغلب مردم در سراسر دنیا بخشی جذاب و شیرین از زندگی‌شان محسوب نمی‌شود. اغلب ما در تلاش برای ساماندهی کارهای پیش روی به سریع‌ترین شکل ممکن و انجام کارهای موردعلاقه‌مان هستیم. این امر اغلب اوقات برای برندها مشکلاتی ایجاد می‌کند. ساعت‌های کاری طولانی اغلب امری اجتناب‌ناپذیر است. بسیاری از برندها کارمندان‌شان را در بازه‌های زمانی شلوغ بیش از ۱۲ ساعت سر کار نگه می‌دارند. بدون تردید کیفیت کاری افراد در ساعت‌های طولانی به شدت کاهش پیدا می‌کند. نکته مهم در این میان تلاش برای افزودن اندکی سرگرمی به زمان کار افراد است.

شرکت‌های بزرگ در زمینه ترکیب کار و سرگرمی پیشرفت قابل توجهی داشته‌اند. این امر در زمینه فعالیت برندهایی نظیر مایکروسافت یا اپل به خوبی قابل مشاهده است. کارمندان در این شرکت‌ها امکان بهره‌مندی از انواع سرگرمی در زمان کار را دارند، بنابراین فشار کاری به طور مناسبی از آنها تخلیه می‌شود. اشتباه اصلی برخی از کسب و کارها اعمال فشار بیش از اندازه به کارمندان است. به این ترتیب دیگر توانی در آنها برای ارائه کیفیت مناسب باقی نخواهد ماند.

شاید در نگاه نخست طراحی برخی از سرگرمی‌ها برای کارمندان عجیب به نظر برسد. شما در این زمینه نیاز به طراحی بازی‌های خاصی ندارید. استفاده از ابزارهای سرگرمی رایج گزینه مطلوبی خواهد بود. برخی از برندها وسایل ساده‌ای نظیر میز پینگ پنگ یا انواع بازی‌های فکری در اختیار کارمندان قرار می‌دهند. شما نیز برای مدیریت بهتر زمان در عرصه کسب و کار باید به چنین گزینه‌هایی فکر نمایید.

۴.توجه مداوم به جایزه بزرگ‌تر

فعالیت در دنیای کسب و کار بدون توجه به نتیجه امر امکان‌ناپذیر است. اغلب کارمندان و حتی مدیران در فرآیند کسب و کار همیشه دچار ناامیدی و خستگی می‌شوند. نکته مهم در این میان توجه به هدف اصلی و نتیجه کار برای تقویت انگیزه‌مان است. وقتی ما انگیزه بالایی داشته باشیم، کیفیت کاری بهتری از خودمان نشان خواهیم داد. این امر به طور طبیعی به معنای مدیریت زمان به طور کاربردی‌تر خواهد بود.

گاهی اوقات مدیران ارشد درخواست رسیدگی به امور براساس شیوه‌های خاص را دارند. آنها کمتر تمایل به توضیح دلیل درخواست‌شان نشان می‌دهند. اگر مدیران ارتباط مناسبی با کارمندان برای توضیح دلیل طرح درخواست‌شان داشته باشند، امکان همکاری هرچه بهتر میان آنها و بهبود وضعیت مدیریت زمان فراهم خواهد شد. اغلب اوقات کارمندان به دلیل عدم اطلاع دقیق از ماهیت کار پیش روی‌شان انگیزه کمی برای ساماندهی سریع‌اش نشان می‌دهند بنابراین با توضیحی ساده امکان بهبود وضعیت فعالیت در شرکت‌ها فراهم می‌شود.

۵ توجه به ارزش بالای زمان

زمان تمام افراد حاضر در یک شرکت دارای اهمیت بالایی است. این امر باید مدنظر تمام اعضا باشد. وقتی ما ارزش زمان را درک کنیم، استفاده بسیار بهتری از آن خواهیم داشت. ارزش زمان فقط معطوف به حوزه کسب و کار نیست. شما باید برای زندگی شخصی‌تان نیز زمان کافی در دسترس داشته باشید. این امر موجب بهبود کیفیت کاری‌تان نیز خواهد شد. اغلب کارمندان پس از توجه به اهمیت زمان به شیوه متفاوتی اقدام به فعالیت در محل کار می‌کنند.

اگر شما به عنوان مدیر مسئول یک بخش از شرکت فعالیت دارید، باید نسبت به تقویت انگیزه اعضای بخش‌تان برای فعالیت بهتر اقدام کنید. این امر اغلب با بیان افق پیش روی آنها در زمینه کسب و کار صورت می‌گیرد. وقتی انگیزه کارمندان برای فعالیت کاری و پیشرفت در محیط کسب و کار بیشتر شود، به صورت خودکار مدیریت زمان بهتری را پیش خواهند گرفت بنابراین دیگر نیازی به مداخله مستقیم شما برای بهبود وضعیت مدیریت زمان شرکت نخواهد بود.

منبع: money.com

الزامی‌ترین اقدامات امنیتی در محیط‌های کاری

به قلم: گابریل کانسر کارشناس حوزه امنیت شبکه
مترجم: امیر آل‌علی

رعایت مسائل امنیتی برای هر برندی، کاملا ضروری بوده و باعث می‌شود تا از درگیر شدن با مشکلات به مراتب بیشتر، در امان نگه داشته شوند، با این حال در موارد بسیاری مشاهده می‌شود که شرکت‌ها از موارد الزامی غافل شده و این امر باعث می‌شود که حتی اقدامات بزرگ امنیتی نیز با ضعف‌های جدی همراه باشد. در این راستا بسیار مهم است که در ابتدا موارد اصلی را مورد توجه قرار دهید.

۱-خطرات احتمالی را شناسایی نمایید

در هر حوزه کاری، خطرات احتمالی متفاوت بوده و بدون شناسایی آنها، قادر به برنامه‌ریزی درست نخواهید بود. به همین خاطر توصیه می‌شود که این موارد را پیدا کرده و به اقدامات سایر برندهای موفق حوزه خود نیز توجه داشته باشید. این امر باعث خواهد شد تا بتوانید بهترین مسیر را طی کنید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که فردی را انتخاب کنید که ضمن انجام اقدامات مرتبط با IT، توانایی حفظ امنیت شرکت را داشته باشد. در این راستا یک دوره آموزشی برای تمامی کارمندان و بررسی پرونده‌های جدید، کمک بسیار خوبی خواهد بود.

۲-به‌روز رسانی را جدی بگیرید

همواره در شرکت‌ها این موضوع مشاهده می‌شود که بهروز رسانی منظمی نسبت به نرم‌افزارها انجام نشده و این امر باعث می‌شود تا هکرها، یک فرصت ایده‌آل را داشته باشند. درواقع یکی از اهداف اصلی به‌روز رسانی‌ها، بهبود وضعیت امنیت نرم‌افزارها است. به همین خاطر نباید تصور کنید که اگر یک ورژن احساس راحتی دارید، دیگر نیازی برای چنین اقداماتی وجود ندارد. با توجه به این امر که اقدام مذکور ممکن است زمانبر باشد، بهتر است که از ابزارهای موجود در این رابطه استفاده کنید. درواقع آنها آپدیت‌های جدید را شناسایی کرده و به صورت خودکار، اقدامات لازم را انجام می‌دهند.

۳-نسخه پشتیبان تهیه کنید

همواره این احتمال را در نظر بگیرید که ممکن است اطلاعات خود را از دست بدهید. درواقع این امر صرفا به خاطر حمله‌های سایبری نبوده و اشتباهات کوچک نیز می‌تواند منجر به از دست رفتن اطلاعات شود. به همین خاطر توصیه می‌شود که از یک هارد با ظرفیت بالا استفاده کرده و از تمامی اطلاعات، نسخه پشتیبان تهیه کنید. مزیت دیگر این امر زمانی است که شما مورد حملاتی قرار گرفته‌اید و بدون از دست دادن زمان می‌توانید تمامی اطلاعات را حذف کنید. این امر باعث می‌شود تا هکرها به اطلاعات موردنظر، دسترسی پیدا نکنند.

۴-از تکنولوژی‌های جدید استفاده کنید

به صورت مداوم، فناوری‌های جدیدی معرفی می‌شود. در زمینه امنیت شبکه نیز همواره ترندها تغییر پیدا کرده و لازم است تا از جدیدترین‌ها استفاده کنید. این امر کمک خواهد کرد تا سطح امنیت شرکت شما، در وضعیت بسیار خوبی قرار گیرد. برای مثل در حال حاضر Firmex امن‌ترین امکان برای انتقال داده‌های مهم، محسوب می‌شود. همچنین ایجاد رمز برای انواع دستگاه‌ها، یکی از موارد ساده‌ای است که کار را برای هکرها سخت خواهد نمود.

۵-از آنتی ویروس استفاده کنید

شما باید یک آنتی ویروس سازمانی را برای شرکت خود تهیه کنید. این موارد از نسخه‌های معمولی، دارای قابلیت و سطح امنیت بالاتری بوده و باعث می‌شود تا دیگر نگران بدافزارها و انواع ویروس‌ها نباشید. در کنار این موضوع عدم استفاده از فلش‌های ناآشنا و عدم اتصال به سایت‌های مشکوک از دیگر موارد الزامی محسوب می‌شود.

منبع: tweakyourbiz.com

اخبار

مدیرعامل شرکت توزیع برق هرمزگان:

مشترکان تنها با ۱۰ درصد صرفه جویی ۲۰ درصد مبلغ قبض برق را کاهش دهند

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان گفت: از ابتدای امسال تاکنون ۲ میلیون و ۶۵۳ هزار مگاوات ساعت برق مصرف شده که حدود یک میلیون و ۷۲۲ هزار مگاوات ساعت معادل ۶۵ درصد کل مصرف برق مربوط به مشترکین خانگی است. مهندس هاجر عبدی افزود: عمده مصرف بخش خانگی نیز در بخشهای سرمایشی است که مشترکان در صورت کاهش ۱۰ درصدی مصرف برق، هزینه برق آنها ۲۰ درصد کاهش می یابد. به گفته وی، اوج مصرف برق امسال در ۲۵ تیرماه اتفاق افتاد و به ۲ هزارو ۳۱۵ مگاوات رسید که با تداوم موج گرما احتمال افزایش بار شبکه همچنان وجود دارد. البته در هفته گذشته اوج مصرف ۲ هزارو ۲۹۵ مگاوات بود که باز هم از سقف تعیین شده برای استان فراتر رفت. مهندس عبدی اضافه کرد: در حال حاضر ۷۱۱ هزار مشترک از خدمات این شرکت استفاده می کنند که مصرف برق آنها نسبت به سال گذشته ۷ درصد رشد داشته است. برای پاسخگویی به این میزان رشد مصرف یکی از راهها، ساخت و توسعه نیروگاه های تولید برق و ایجاد تاسیسات جدید است که برای این کار سرمایه گذاری زیادی لازم است. وی اظهار داشت: راه دوم مدیریت مصرف برق است که باعث می شود با کمترین میزان هزینه، از سرمایه گذاری بیشتر برای ایجاد تاسیسات جدید برای زمان محدودی که تنها در فصل گرم رخ می دهد و افزایش مصرف را باعث می شود، جلوگیری شود. وی افزود: امسال ۱۰ هزار تفاهم نامه همکاری با مشترکان منعقد شده تا مصرف خود را از ساعت های بعداز ظهر به ساعات قبل یا پس از آن منتقل کنند و در ازای آن از مشوق های این شرکت بهره مند شوند. وی تاکید کرد: می توان با روش های بسیار ساده بدون این که رفاه خانواده کاهش یابد، مصرف برق را مدیریت کرد به طوری که اگر در منازل استفاده از وسایل پرمصرف برقی را به ساعت های ابتدایی صبح یا ساعت های پایانی شب موکول کنند، باعث کاهش مصرف برق خواهد شد.

پیشرفت ۷۰ درصدی سازه ی تصفیه خانه فاضلاب چادگان

اصفهان –قاسم اسد: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با اشاره به ضرورت تکمیل تصفیه خانه فاضلاب شهر چادگان گفت: شهر چادگان در مجاورت سد زاینده رود قرار دارد و به منظور دفع سالم و بهداشتی فاضلاب این منطقه، تکمیل هر چه سریع تر این تصفیه خانه ضروری است. مهندس هاشم امینی اظهار داشت: هم اکنون اجرای سازه تصفیه خانه فاضلاب چادگان به ۷۰ درصد پیشرفت فیزیکی رسیده و برای تکمیل ۲۹ کیلومتر شبکه جمع آوری باقیمانده و تصفیه خانه آن، با سیستم یو اف، تجهیزات الکترومکانیکال، ادوات پمپ و سایر ملزومات به حدود ۶۰ میلیارد تومان اعتبار نیاز است که اگر اعتبار مورد نیاز تخصیص یابد، در سال ۱۴۰۰ شاهد بهره برداری آن خواهیم بود. وی ادامه داد: شهرستان چادگان به دلیل داشتن آب و هوای کوهستانی، دارای منابع آبی غنی زیرزمینی است و شرایط اقلیمی این شهرستان موجب گردیده سد زاینده رود در این منطقه واقع شود، بنابراین راه اندازی تصفیه خانه فاضلاب برای جلوگیری از آلودگی آب‌های زیرزمینی و سطحی در این شهرستان از ضرورت بالایی برخوردار است. امینی با بیان اینکه از سال ۹۲ اجرای تصفیه خانه فاضلاب در شهر چادگان آغاز شده است، ابراز داشت: این تصفیه خانه با سیستم فیلتراسیون دو لایه یو اف که یکی از بهترین روش های تصفیه در دنیاست در حال احداث است و ظرفیت تصفیه آن ۲ هزار و ۳۳۰ متر مکعب در شبانه روز است. وی در ارتباط با اجرای شبکه فاضلاب شهر چادگان بیان داشت: تا کنون حدود ۳۳ کیلومتر از ۶۲ کیلومتر شبکه فاضلاب در شهر چادگان اجرا شده است؛ همچنین همزمان با اجرای شبکه فاضلاب کلکتور این شبکه نیز در حال اجراست. مهندس هاشم امینی با اشاره به جمعیت ۳۵ هزار نفری شهرستان چادگان گفت: ۶۱ روستا تحت پوشش آبفا چادگان قرار دارد که از این رقم، ۱۴ روستا در حاشیه رودخانه قرار دارد. مدیرعامل شرکت آبفا استان اصفهان افزود: اجرای تأسیسات و ادامه روند تکمیل و احداث فاضلاب چادگان باید با حساسیت‌های ویژه ای دنبال شود چرا که برخورداری مردم از خدمات شبکه فاضلاب یکی از مطالبات به حق آنهاست و تا کنون برای احداث تصفیه خانه فاضلاب چادگان بیش از ۲۰ میلیارد تومان هزینه شده است.

دومین کنتور آلتراسونیک در ایستگاه CGS شهر ایلام نصب و راه اندازی گردید

ایلام– منصوری– دومین کنتور آلتراسونیک در ایستگاه CGS شهر ایلام نصب و راه اندازی گردید به گزارش روابط عمومی؛ عباس شمس اللهی مدیر عامل شرکت گاز استان ایلام گفت : با نصب کنتور آلتراسونیک ۱۲ اینچ در ایستگاه CGS شهر ایلام و بالا رفتن دقت در ثبت ارقام، خطای اندازه گیری گاز ورودی شهر ایلام به کمتر از یک درصد رسیده است. وی افزود : از مزایای نصب این کنتور، دقت اندازه گیری بالا نسبت به کنتورهای توربینی ، امکان ثبت آرشیو برای چند سال، امکان تحلیل و پایش مصارف در بازه های زمانی مختلف و نیز تأثیر مثبت در کاهش هدر رفت گاز در ایستگاه CGS شهر ایلام می باشد. شمس اللهی اظهار داشت : ظرفیت این کنتور ۱۰۰/۰۰۰ متر مکعب بر ساعت بوده که با هزینه ای بالغ بر ۵ میلیارد ریال خریداری، نصب و راه اندازی گردیده است. وی اظهار داشت : این نوع کنتور بدلیل عدم وجود قطعات دوار مکانیکی نیاز به انجام تعمیرات مداوم و دوره ای ندارد و نیاز به کالیبراسیون این کنتور در یک بازه زمانی ۸ ساله است که نسبت به کالیبراسیون هر ساله در کنتورهای توربینی، صرفه جویی قابل توجهی در زمان و هزینه تعمیر و نگهداری را نیز در پی خواهد داشت. شمس اللهی تصریح کرد اولین کنتور آلتراسونیک در استان ایلام در سال ۹۴ در ایستگاه گاز ورودی پتروشیمی ایلام نصب گردیده است.

رئیس شورای شهر محمدیه:

زیرساخت های خدماتی در ناحیه شهری مهرگان تکمیل شود

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: رئیس شورای اسلامی شهر محمدیه گفت: با افزایش جمعیت ساکنان مسکن مهر در ناحیه شهری مهرگان باید اقدامات زیرساختی و خدماتی در این منطقه به سرعت تکمیل شود.

به گزارش روابط عمومی ناظم اله فرهادی در جلسه بررسی مشکلات شهر محمدیه و ناحیه شهری مهرگان با فرماندار شهرستان البرز که روز دوشنبه در سالن جلسات شورای شهر برگزار شد اظهار داشت: جمعیت شهر محمدیه و ناحیه مهرگان باعث شده این شهر از لحاظ جمعیتی به عنوان دومین شهر استان محسوب شود لذا باید با نگاه ویژه به آن برای تأمین نیازها اقدام کنیم.

وی افزود: یکی از عمده مشکلات شهر محمدیه کمبود فضاهای آموزشی، هنرستان، فنی حرفه‌ای است که موجب شده دانش آموزان برای ادامه تحصیل در برخی مقاطع به دیگر شهرهای استان تردد کنند و با این کار هزینه خانواده‌ها بیشتر شده است.

فرهادی تصریح کرد: با همه محدودیت‌های مالی، شورا و شهرداری مصمم هستند تمام پروژه‌های نیمه تمام را تا پایان سال به اتمام برسانند و هیچ پروژه‌ای به سال آینده موکول نشود. یحیی رحیم لو شهردار محمدیه نیز در این جلسه گفت: شهرداری محمدیه برای اولین بار نسبت به زنده گیری سگ‌های ولگرد سطح شهر اقدام کرده تا ضمن تأمین سلامت و بهداشت مردم نگرانی‌های شهروندان در این زمینه برطرف شود. شهردار محمدیه تصریح کرد: برای جمع آوری سگ‌های ولگرد پیشنهاد انتخاب یک پیمانکار مشترک بین شهرهای استان داده شد تا از تلف شدن سگ‌ها جلوگیری شده و پیامدهای اجتماعی نیز نداشته باشد. رحیم لو در خصوص تکمیل پروژه‌های نیمه تمام و در دست اقدام شهری نیز گفت: شهرداری مصمم است با حمایت اعضای شورا این پروژه‌ها را تا پایان سال تکمیل کرده و آماده بهره برداری کند. شهردار محمدیه با اشاره به اینکه محمدیه از لحاظ جمعیتی یکی از دو شهر مهم استان است افزود: در حال حاضر بسیاری از معابر، کوچه‌ها و خیابان‌های شهر محمدیه به دلیل قدیمی شدن نیازمند روکش آسفالت و مرمت و نوسازی است که این کار به اعتبارات بیشتری نیاز دارد.

۲۰ میلیارد تومان به ساخت مسکن محرومان در مینودشت و گالیکش اختصاص یافت

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بنیاد مسکن گلستان با اشاره به ساخت ۳۰۰ واحد مسکونی در شهرستان‌های مینودشت و گالیکش گفت: برای این واحدهای مسکونی ۲۰ میلیارد تومان تسهیلات و کمک بلاعوض پرداخت می‌شود.سیدمحمد حسینی اظهار داشت: طوفان، سیل و رانش زمین در سال گذشته به حدود یکهزار واحد مسکونی در دو شهرستان مینودشت و گالیکش خسارت وارد کرد که از این تعداد ۶۲۰ واحد احداثی و ۴۲۰ واحد تعمیری هستندوی هم چنین گفت: سهمیه ۴۰ میلیون تومانی طرح ویژه بهسازی و نوسازی مسکن روستایی شهرستان گالیکش نیز برای امسال ۵۱۰ واحد بوده که تا کنون ۴۷۱ واحد به بانک‌های عامل معرفی شده‌اند.مدیرکل بنیاد مسکن استان افزود: در شهرستان مینودشت نیز سهمیه طرح ویژه بهسازی و نوسازی مسکن روستایی ۵۳۵ فقره است که ۴۲۵ واحد به بانک‌ها معرفی شدند و منتظر دریافت تسهیلات هستندوی به ساخت مسکن محرومان در استان اشاره کرد و گفت: ۳ هزار واحد مسکونی قرار است با ۱۹۸ میلیارد تومان تسهیلات و کمک بلاعوض در استان ساخته شود و در دهه فجر به بهره‌برداری برسد.حسینی اظهارداشت: از این تعداد بنیاد مسکن شهرستان‌های مینودشت و گالیکش ۳۰۰ واحد مسکن محرومین را با اعتبار حدود ۲۰ میلیارد تومان در دست اجرا دارد.

رییس کمیسیون انرژی مجلس در بازدید از زادگاه صنعت نفت خاورمیانه عنوان کرد:

توسعه صنعتی و اشتغال پایدار با ایجاد ظرفیت‌های پالایشی و پتروشیمی در جنوب

اهواز– شبنم قجاوند: رییس کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی در آخرین روز بازدید از مناطق نفتخیز جنوب و در سفر به مسجدسلیمان، با اشاره به لزوم حرکت به سمت کاهش خام فروشی نفت، گفت: با ایجاد ظرفیت‌های پالایشی و پتروشیمی، می‌توان ضمن جلوگیری از خام‌فروشی، به ایجاد اشتغال و توسعه‌ی صنعتی، ایجاد ارزش افزوده و کسب درآمدهای بیشتر در مناطق جنوب و جنوب غرب کشور اقدام کرد .

وی نقش مجلس شورای اسلامی را مکمل دولت دانست و گفت: چنانچه به هر دلیل دولت لایحه‌های اثربخش مد نظر مجلس را ارایه نکند، خود نمایندگان و مجلس می‌توانند برای ارتقای سطح رفاه عمومی و به منظور ریل‌گذاری برای حرکت بهتر دولت، با طرح و تصویب قوانین کارشناسی شده به تحولات مثبت اجتماعی کمک نمایند. رییس کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی، استان خوزستان را سرشاراز منابع انرژی دانست و گفت: چون تمرکز صنایع در استان خوزستان است، انتظار این است که این استان و بخصوص شهر اهواز زیرساخت‌ها و امکانات درخوری نظیر بزرگترین بیمارستان فوق‌تخصصی کشور را داشته باشد، اما در عمل می‌بینیم که این استان از مشکلات عدیده به‌ویژه در بخش بهداشت و درمان رنج می برد. دکتر عباسی افزود: مطالبه‌گری و توقع ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی در این حوزه یک توقع بجا است و لازم است قوانین مربوطه توسط مجلس اصلاح و دست دولت و وزارت‌خانه‌ها از جمله وزارت نفت در این خصوص بیشتر باز شود. در این نشست، نماینده مردم مسجدسلیمان ، لالی ، هفتکل و اندیکا در مجلس شورای اسلامی نیز طی سخنانی گفت: این منطقه و حوزه انتخابیه، با وجود این‌که سخاوتمندانه درآمدهای سرشار خود را به کشور اهدا کرده، خود از مصایب بسیاری رنج می برد . عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی ادامه داد: انتظار می رود نگاه و رویکرد در خور شان مردم نجیب این منطقه داشته باشیم و تلاش کنیم در کوتاه مدت برخی از کمبودهای ضروری شهرها و روستاهای این منطقه را مرتفع کنیم. معاون مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران در امور تولید نیز طی سخنانی گفت: مسجدسلیمان نقطه‌ی رویش و مبداء تاریخ نفت است و تاریخ صنعت نفت ایران

با مسجدسلیمان اصالت می‌یابد. دکتر فرخ علیخانی، نیت و تصمیم وزارت نفت را حل مشکلات زادگاه نفت دانست و گفت: در حوادث و مشکلات یک سال گذشته و در بحران‌های جدی مانند سیلاب و زلزله، بدون آنکه کسی متوجه شود در کنار مردم ماندیم و با گسیل و به‌کارگیری تجهیزات لجستیکی، پرداخت هزینه‌ها، و کمک‌رسانی و ارائه خدمات به شهروندان تا حد ممکن آلام آنها را کاهش دادیم . وی افزود: اگرچه حق مسجدسلیمان این نیست و می‌بایست به آن توجه بیشتری شود اما تمرکز انتظارات از وزارت‌نفت درست نیست و سایر وزارتخانه‌ها هم باید در توسعه مسجدسلیمان و رفع مشکلات این شهر نقش آفرینی کنند. علیخانی با اشاره به این‌که طبق قانون، بودجه این وزارت خانه محدود به ۱۴.۵ درصد از درآمد حاصل از فروش نفت است گفت: وزارت نفت هم اکنون با وجود این‌که با مشکل تأمین نقدینگی و درآمد مواجه است، در ارتباط با عمران و آبادانی مناطق نفت خیز و انجام پروژه‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی از هیچ کوششی فروگذار نمی کند. مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب نیز در این نشست طی سخنانی گفت: مشاهده یک‌سری از نیازهای اولیه و بر زمین مانده برخی شهرستان‌ها جای ناراحتی دارد و هیچ مسئولی دوست ندارد که ببیند مردمش با این مشکلات دست و پنجه نرم می‌کنند اما چاره کار، ریشه‌یابی و تشخیص علل و عوامل و ارائه راه‌حل مناسب و قابل اجرا برای رفع اساسی این مشکلات توسط تمامی دستگاههای مرتبط با موضوع است. مهندس احمد محمدی افزود: با وجود همه موانع و محدودیت‌های مالی ناشی از تحریمها، مدیریت عمران مناطق نفتخیز شرکت ملی نفت و شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در حد امکان و در چارچوب مقررات، نسبت به رفع مشکلات مردم مسجدسلیمان و شهرها و روستاهای این منطقه اهتمام ورزیده و از هیچ کوششی دریغ نکرده است. وی همچنین به دستاوردهای طرح توسعه ۲۸ مخزن مناطق نفتخیز جنوب در مسجدسلیمان اشاره کرد و گفت: در اجرای این طرح اهدافی همچون ایجاد اشتغال بومی، توانمندسازی پیمانکاران و سازندگان ملی و محلی، حداکثرسازی کالای ساخت داخل و ایجاد ظرفیت افزایش و نگهداشت تولید، پیگیری می‌شود و لازم است مسئولین محلی در اجرای بهنگام این طرح یاری رسان ما باشند. مهندس محمدی خاطر نشان کرد: افزون بر این طرح، مناطق نفتخیز جنوب با جمع‌آوری گازهای مشعل در مناطق شرق و مرکز خوزستان ضمن حفاظت از محیط زیست به ایجاد ثروت و ارزش افزوده برای کشور اقدام کرده و آمادگی دارد در شمال خوزستان و در گستره ی جغرافیایی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان نیز، این طرح مهم را با کمک بخش خصوصی به سرانجام برساند . شایان ذکر است دکتر عباسی که در این سفر توسط دکتر علیخانی معاون مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران و دکتر احمد محمدی مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب همراهی می‌شد، در محل چاه شماره یک نفت مسجدسلیمان حاضر شد و با ارایه توضیحات مهندس قباد ناصری مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با تاریخچه اکتشاف این چاه که سرآغاز و سرمنشاءِ شکل گیری تحولات صنعتی و فعالیت‌های صنعت نفت کشورمان بود، آشنا شد. وی همچنین در بازدید از بیمارستان امام خمینی (ره) صنعت نفت مسجدسلیمان ، بخش اورژانس این بیمارستان را پس از آسیب دیدگی و تخریب توسط زلزله بزگ تیرماه سال پیش توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان تعمیر و بازسازی شده بود را افتتاح کرد . بازدید از چشمه های طبیعی نفت در منطقه سی برنج به همراه شرکت در جلسه ی بررسی مسایل و مشکلات شهرستان مسجدسلیمان از دیگر برنامه های سفر رییس کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی به زادگاه نفت بود .

برای تنظیم و ارسال الکترونیکی اظهارنامه مالیاتی عملکرد ۱۳۹۸؛

مودیان مالیاتی بخش مشاغل تا پایان مرداد ماه سال جاری مهلت اقدام دارند

آذربایجان شرقی – فلاح: مدیرکل امور مالیاتی آذربایجان‌شرقی اعلام کرد: مودیان مالیاتی بخش مشاغل تا پایان مرداد ماه سال جاری مهلت دارند تا نسبت به تنظیم و ارسال الکترونیکی اظهارنامه مالیاتی عملکرد ۱۳۹۸ اقدام کنند. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، غلامرضا شریفی با تاکید بر اینکه برخورداری از هر نوع تسهیلات و معافیت‌های مالیاتی، منوط به ارایه الکترونیکی اظهارنامه مالیاتی در موعد مقرر قانونی است، اظهار کرد: فعالان اقتصادی به منظور بهره مندی از مشوق‌های قانونی نرخ صفر یا هرگونه تسهیلات دیگر، باید اظهارنامه مالیاتی خود را در مهلت مقرر قانونی ارائه کنند.

کسانی که اظهارنامه ندهند، نمی‌توانند از معافیت استفاده کنند

وی افزود: معافیت مالیاتی برای صاحبان مشاغل اشخاص حقیقی در عملکرد سال ۱۳۹۸، مبلغ ۲۵۸ میلیون ریال سالانه برابر ماده ۱۰۱ قانون مالیات های مستقیم تصویب شده است و کسانی که اظهارنامه ندهند، نمی‌توانند از این معافیت استفاده کنند. شریفی گفت: صاحبان مشاغل (اشخاص حقیقی) که مطابق قانون باید تا ۳۱ خرداد ماه هر سال نسبت به تسلیم اظهارنامه مالیاتی خود اقدام کنند، امسال با توجه به شرایط خاص ناشی از شیوع ویروس کرونا و تاثیری که این معضل بر کسب و کار و مشاغل کشور داشته است، براساس مصوبه ستاد ملی مبارزه با کرونا و شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا، تا ۳۱ مردادماه فرصت دارند اظهارنامه مالیاتی خود را به صورت الکترونیکی به سازمان امور مالیاتی کشور ارسال و مالیات خود را نیز به صورت الکترونیکی پرداخت کنند. وی افزود: نسخه اینترنتی نرم افزار اظهارنامه‌های مالیاتی در پایگاه اینترنتی سازمان امور مالیاتی

کشور به نشانی WWW.TAX.GOV.IR در دسترس فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل قرار دارد و همکاران این اداره کل نیز از ساعت ۷:۳۰ صبح تا ۱۹:۰۰ عصر آماده راهنمایی مودیان مالیاتی می‌باشند. مدیرکل امور مالیاتی آذربایجان شرقی با اشاره به اختیار قانون مالیات های مستقیم گفت: به منظور تکریم مودیان و تسهیل وصول مالیات و ایجاد هماهنگی و وحدت رویه در تعیین مالیات عملکرد سال ۱۳۹۸ برخی از صاحبان مشاغل که در گروه سوم تقسیم بندی مودیان قرار می گیرند و مجموع فروش کالا و خدمات آنها در سال ۱۳۹۸ حداکثر ۳۰ برابر معافیت موضوع ماده ۸۴ قانون مالیات های مستقیم (مبلغ ۹۹۰ میلیون تومان) است، در صورت تکمیل و ارسال فرم موضوع این دستورالعمل که در سامانه سازمان امور مالیاتی کشور قرار داده شده، از نگهداری اسناد و مدارک و تسلیم اظهارنامه مالیاتی موضوع قانون مالیات های مستقیم معاف می باشند.

نحوه تعیین مالیات مقطوع

شریفی در خصوص نحوه تعیین مالیات مقطوع این دسته از مودیان و پرداخت آن، افزود: براساس این دستورالعمل، مالیات صاحبان مشاغل بابت عملکرد سال ۱۳۹۸، بر مبنای مالیات قطعی عملکرد سال ۱۳۹۷ به صورت مقطوع تعیین شده، به این صورت که مودیان با میزان مالیات قطعی تا ۲۵ میلیون ریال، بدون افزایش نسبت به عملکرد سال ۱۳۹۷، مالیات خود را پرداخت خواهند کرد. وی اضافه کرد: بر این اساس، برای مودیان با میزان مالیات قطعی بیش از ۲۵ میلیون ریال تا ۵۰ میلیون ریال با ۴ درصد افزایش، مودیان با میزان مالیات قطعی بیش از ۵۰ میلیون ریال تا ۱۰۰ میلیون ریال با ۸ درصد افزایش و مودیان با میزان مالیات قطعی بالاتر از ۱۰۰ میلیون ریال با ۱۲ درصد افزایش نسبت به عملکرد سال ۱۳۹۷ مالیات تعیین شده است. وی اظهار کرد: مودیانی که تمایل به استفاده از شرایط این دستورالعمل را دارند، باید از طریق سیستم الکترونیکی (طبق فرم مربوط) از طریق پایگاه اینترنتی www.tax.gov.ir مراتب را تا پایان مرداد امسال به سازمان امور مالیاتی کشور ارسال کنند.

مالیات مقطوع حداکثر تا پنج ماه به صورت مساوی تقسیط می شود

شریفی یادآور شد: در خصوص مودیانی که امکان پرداخت مالیات مقطوع موضوع این دستورالعمل را به صورت یکجا در مرداد ماه ۱۳۹۹ را ندارند، مالیات مقطوع فوق حداکثر تا پنج ماه به صورت مساوی تقسیط می شود و عدم پرداخت به موقع مالیات یا در صورت تقسیط، عدم پرداخت اقساط در سررسیدهای مقرر، مشمول جریمه موضوع ماده ۱۹۰ قانون مالیات های مستقیم خواهد بود. فعالان اقتصادی در صورت عدم ارایه اظهارنامه مالیاتی در موعد مقرر قانونی، علاوه بر محرومیت از تسهیلات و معافیت مالیاتی، مشمول جرایم قانونی غیرقابل بخشش خواهند شد.

در یک طرح مطالعاتی بررسی شد؛ احداث «پارکینگ های هوشمند» در قم

قم – خبرنگار فرصت امروز: یزدان پناه با اشاره به طرح مطالعاتی « شناسایی فرصت های سرمایه گذاری در حوزه شهر هوشمند قم»، ادامه داد: احداث «پارکینگ های هوشمند» و «راه اندازی سامانه پرداخت الکترونیکی کلیه عوارض شهرداری» از جمله فرصت های سرمایه گذاری شناخته شده در قم در قالب این طرح است که هم اکنون این طرح مطالعاتی،حدود ۸۰ درصد پیشرفت کرده است.

همایون یزدان پناه رئیس ستاد شهر هوشمند در گفتگویی، با اشاره به اینکه ایجاد یک شهر هوشمند نیازمند سرمایه گذاری های کلان است، بیان کرد: بسیاری از زیرساخت های ارتباطی مانند اینترنت پرسرعت خانگی و.. توسط دولت به وسیله اپراتورهای ارتباطی فراهم شده است اما برای ایجاد شهر هوشمند ای اقدام کافی نیست و سرمایه گذاری در زمینه های دیگر نیز از حد توان مالی دولت و حاکمیت خارج است.

وی افزود: علاوه بر آن، راه اندازی سامانه های الکترونیکی در حوزه حمل و نقل هوشمند شهری و سامانه یکپارچه سازی خدمات الکترونیکی(ESB) و سکوی ارائه خدمات الکترونیکی (SDP) .. توسط شهرداری قم از جمله زیرساخت های نرم افزاری فراهم شده در زمینه تبادل داده و اطلاعات و ارائه خدمات الکترونیکی به شمار می رود.

یزدان پناه گفت: در این شرایط، شهرداری قم جهت فراخوان جذب مشارکت و سرمایه گذاری و استفاده از ظرفیت های بخش

خصوصی ، در قالب یک طرح مطالعاتی با عنوان «شناسایی فرصت های سرمایه گذاری در حوزه شهر هوشمند قم» به این مهم پرداخته است .

مدیر نوسازی و تحول سازمانی شهرداری قم اظهار کرد: شناسایی پروژه های دارای اولویت و توجیه اقتصادی بیشتر جهت هوشمندسازی شهر قم و استفاده از ظرفیت شرکت های خصوصی برای سرمایه گذاری در این پروژه ها با هدف داشتن بازده مطلوب ، این طرح مطالعاتی انجام شده است.

وی گفت: پژوهش و مطالعات طرح «شناسایی فرصت های سرمایه گذاری در حوزه شهر هوشمند قم» بر عهده شرکت سرمایه گذاری موننکو«مهندسین مشاور موننکو ایران» است که در راستای اجرای این طرح با ستاد شهر هوشمند شهرداری قم همکاری می کند.

مشاور شهردار قم در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات گفت: شرکت هولدینگ " موننکو ایران " با داشتن تجربیات بین المللی در چندین کشور از جمله آلمان، نیجریه و عمان شعبه دارد.

یزدان پناه با اشاره به پیشرفت حدود ۸۰ درصدی این طرح مطالعاتی، ادامه داد: احداث «پارکینگ های هوشمند» و «راه اندازی سامانه پرداخت کلیه عوارض شهرداری» از جمله فرصت های سرمایه گذاری شناخته شده در راستای هوشمند سازی قم است که توسط شرکت سرمایه گذاری موننکو در قالب طرح « شناسایی فرصت های سرمایه گذاری در حوزه شهر هوشمند قم» در حال انجام است.

رئیس ستاد شهر هوشمند شهرداری قم با اشاره به احداث « پارکینگ هوشمند »در شهر قم خاطرنشان کرد: قم شهری با عملکرد گردشگری مذهبی و سلامت است که با توجه به برآورد سالیانه حضور بیست میلیون جمعیت زائر و گردشگر در این شهر مقدس، از این رو تقاضا برای پارکینگ افزایش می یابد و لذا راه اندازی سامانه پارکینگ هوشمند در راستای آسان سازی یافتن مکانی برای پارک کردن وسیله نقلیه و رفاه شهروندان و مسافران امری ضروری است.

وی با اشاره به اینکه این طرح مطالعاتی تا اواخر تابستان ۹۹ به پایان می رسد، یادآور شد:نظارت این طرح با ستاد شهر هوشمند شهرداری قم است و اجرای پروژه های هوشمند سازی در مرحله بعد بر عهده شرکت های خصوصی سرمایه گذار تحت نظارت فنی سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری خواهد بود.

سازمان آگهی‌ها
۸۶۰۷۳۱۴۳

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تفکیک وضعیت اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

چون به موجب رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۰۰۱۶مورخ ۱۳۹۹/۰۱/۱۶ صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تصرفات مفروزی و مالکانه زهرا ذوالفقاری کریمی فرزند غلامعلی متقاضی پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۱۴۴ نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۶۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ثبتی ۴۴۱۸ اصلی با حدود اربعه:
شمالا: ۵/۰۵ متر درب و دیوار به گذر
شرقا: ۱۱/۹۴ متر دیوار به دیوار قسمتی از پلاک ۴۴۱۸ اصلی
جنوبا:در دو قسمت اول ۲/۱۳متر دوم ۲/۸۷ متر دیوار به دیوار جزء پلاک ۴۴۱۸ اصلی
غربا: ۱۱/۹۴ متر دیوار به دیوار جزء پلاک ۴۴۱۸ اصلی
مورد ثبت ذیل شماره ۸۶۶۴۶ صفحه ۱۹۳ و دفتر ۵۷۸ واقع در بخش ۷ تهران ثبت و صادر گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵روز در روزنامه آگهی می گردد. طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی متقاضی فوق اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضائی تسلیم نماید بدیهی است پس از انقضاع مهلت قانونی عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام زهرا ذوالفقاری کریمی اقدام خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۹
۱۳۱۲۷ م الف — رییس اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تهران - غضنفری
شناسه آگهی ۹۲۷۱۳۰

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تفکیک وضعیت اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

چون به موجب رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۰۰۱۵مورخ ۱۳۹۹/۰۱/۱۶ صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تصرفات مفروزی و مالکانه ابراهیم حسین زاده فرزند احسان متقاضی پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۱۵۱ نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۶۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ثبتی ۴۴۱۸ اصلی با حدود اربعه:
شمالا: ۵/۰۵ متر درب و دیوار به گذر
شرقا: ۱۱/۹۴متر دیوار به دیوار قسمتی از پلاک ۴۴۱۸ اصلی
جنوبا: در دو قسمت اول ۲/۱۳ متر دوم ۲/۸۷ متر دیوار به دیوار جزء پلاک ۴۴۱۸ اصلی
غربا: ۱۱/۹۴ متر دیوار به دیوار جزء پلاک ۴۴۱۸ اصلی
مورد ثبت ذیل شماره ۸۶۶۴۶ صفحه ۱۹۳ و دفتر ۵۷۸ واقع در بخش ۷ تهران ثبت و صادر گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵روز در روزنامه آگهی می گردد. طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی متقاضی فوق اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضائی تسلیم نماید بدیهی است پس از انقضاع مهلت قانونی عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام ابراهیم حسین زاده اقدام خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۹
۱۳۱۲۸ م الف — رییس اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تهران - غضنفری
شناسه آگهی ۹۲۷۱۳۵

مزایده اموال غیر منقول (اسناد رهنی)

بانک رفاه کارگران شعبه سی سخت بموجب پرونده اجرایی کلاسه ۹۰۰۰۱۲۸ وبه استناد سند شماره ۱۰۳۳۹ مورخه ۱۳۸۸/۰۳/۱۰ تنظیمی دفترخانه اسناد رسمی شماره ۹ باسوج جهت وصول طلب خود به مبلغ ۹۵۷۶۰۰۰۰۰۰ ریال (نه میلیارد وپانصد وهفتاد و شش میلیون ریال) و خسارت تاخیر متعلقه تا روز وصول طلب علیه کرامت اله تقوی مطلق فرزند سید فضل اله اقدام به صدور اجراییه نموده که پس از تشکیل پرونده به کلاسه مذکور و ادامه عملیات اجرایی برابر مقررات ماده ۳۹ اصلاحی قانون ثبت وبه علت عدم پرداخت بدهی از طرف بدهکار و به درخواست بستانکار (وارده شماره ۹۹۰۰۰۲۱۳۱ – ۹۹/۰۴/۲۲ مورد وثیقه که عبارتست از: ششدانگ عرصه و اعیان پلاک ثبتی ۷۲۹/۶۰۲ (ششصد و دو فرعی از هفتصد و بیست و نه اصلی) ثبت شده ذیل شماره ۶۰۰ صفحه۳۶۱ دفتر جلد۴ به مساحت ۳۸۸ مترمربع واقع در بخش ۲۶ فارس بنام آقای کرامت اله تقوی مطلق واقع در باسوج – خیابان ۱۲ متری منتشعب از خیابان منتظری-کوچه بلال با حدود اربعه : شمالا: بطول ۱۹/۴۰ متر به باقی مانده پلاک ۷۲۹ اصلی شرقا: بطول ۲۰ متر پی است به باقیمانده پلاک ۷۲۹ اصلی جنوبا : بطول ۱۹/۴۰ متر پی است به باقیمانده پلاک ۷۲۹ اصلی غربا: بطول۲۰ متر پی است به پیاده روی خیابان ۱۲ متری که برابر نظریه مورخه ۹۹/۰۴/۱۰ هیات کارشناسی رسمی به مبلغ ۲۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال (بیست ویک میلیارد ریال) ارزیابی شده و برابر گزارش کارشناسی، اعیانی ملک ساختمانی است ، قدیمی ساز و بالای ۲۵ سال ساخت فاقد اسکلت سازی (مصالح بنایی فاقد شناژ بندی) که در یک طبقه با سقف طاق ضربی نمای پلاستر سیمانی ، درب و پنجره معمولی و فلزی کف موزاییک پوشش داخلی دیوارها وسقف اندود سفید کاری گچی وتاسیسات مکانیکی و برقی معمولی احداث شده است دارای انشعابات آب و برق وگاز می باشد. بنا به گزارش مامور اجرا ملک در اختیار مالک است . پلاک فوق الا اشاره از ساعت ۹ الی ۱۲ روز شنبه مورخ ۹۹/۰۶/۰۱ در اداره اجرای اسناد رسمی باسوج واقع در خیابان هجرت ۳ از طریق مزایده به فروش می رسد. مزایده از مبلغ ۲۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰ریال (بیست و یک میلیارد ریال) شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی (با پرداخت ۱۰ درصد مبلغ پایه ارزیابی در روز مزایده در ساعت برگزاری مزایده و واریز مابقی فروش حداکثر ظرف ۵ روز پس از مزایده) فروخته می شود. لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به آب، برق، گاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد» وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقداً وصول می گردد. ضمناً چنانچه روز مزایده مصادف با تعطیل رسمی غیرمترقبه گردد، مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد. ضمناً برابر اعلام بستانکار پرونده ملک مورد وثیقه فاقد هر گونه بیمه ای می باشد. شایان ذکر است شرکت در مزایده منوط به پرداخت ۱۰درصد مبلغ مزایده در ساعت برگزاری مزایده می باشد وچنانچه ظرف مهلت مقرر مانده فروش را به حساب سپرده ثبت واریز نکند ، مبلغ مذکور قابل استرداد نبوده وبه حساب خزانه واریز خواهد شد.
تاریخ انتشار : ۹۹/۰۵/۱۴
رئیس اداره اجرای اسناد رسمی باسوج حشمت اله زمانی زاده

مفقودی

سند برگ سبز و برگ کمپانی وسیله نقلیه نوع: سواری پراید سایپا برنگ نقره ای متالیک مدل ۱۳۸۵ به شماره موتور ۱۵۳۴۶۱۶ به شماره شناسایی S۱۴۸۲۲۸۵۱۵۷۸۲۶ به شماره پلاک خودرو ۲۷۴ ق ۳۴ ایران ۷۹ بنام آرزو صباغ محمدی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.
شهرستان قزوین

مفقودی

سند برگ سبز وسیله نقلیه نوع: وانت پیکان ۱۶۰۰OHV برنگ سفید شیری روغنی مدل ۱۳۹۳ شماره موتور ۱۱۸P۰۰۶۴۰۴۱ به شماره شناسایی NAAA۳۶AA۵EG۶۶۴۲۶۰ به شماره پلاک خودرو ۵۳۷ ج ۶۸ ایران ۹۷ بنام علی شهبازی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.
شهرستان قزوین

آگهی موضوع ماده ۳قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۱۶۱۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حجت بیلچی کنگرلو فرزند عزت الله بشماره شناسنامه ۱ صادره از در ششدانگ یک قطعه زمین بابنای احداثی در آن ساز پلاک شماره ۳۱۱۴ فرعی از ۱۱۱-اصلی قسمتی ازقطعه ۱۷ تفکیکی۳۲۹۸-۴۷۵.۹ به مساحت ۹۱.۶۵ متر مربع واقع در قریه شهر ورامین تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین ،از مالکیت مشاعی حجت بیلچی کنگرلو ، محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹.۵.۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹.۵.۲۹
م الف ۱۵۱ محمد رحیم پور راینی - رئیس ثبت اسناد و املاک

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تفکیک وضعیت اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

براساس موجب رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۰۰۰۶ مورخ ۹۹/۱/۱۶صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک جنوب شرق تصرفات مفروزی و مالکانه اسمعیل مختاری کامل فرزند محمد علی متقاضی پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۳۱۷ نسبت ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۵۰ متر مربع قسمتی از پلاک ثبتی (۱۱۵۹)- ۴۴۱۸ با حدود اربعه: شمالا بطول ۵ متر درب و دیوار به گذر شرقا بطول ۱۰ متر دیوار بدیوار ملک مجاور جزء از پلاک ۷۶۱۲ فرعی جنوبا بطول ۵ متر دیوار به گذر غربا بطول ۱۰ متر دیوار بدیوار ملک مجاور جزء از پلاک ۴۴۱۸ صفحه ۵۸۹ و ۵۹۳دفتر ۵۸۷ واقع در بخش ۷ تهران به ثبت گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه آگهی می گردد طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی متقاضی فوق اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضائی تسلیم نماید بدیهی است پس از انقضاع مهلت قانونی عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام اسمعیل مختاری کامل اقدام خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۴
تاریخ نتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۹
۱۳۱۲۲ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تهران - غضنفری
شناسه آگهی ۹۲۷۱۱۸

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تفکیک وضعیت اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

چون به موجب رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۰۰۱۳مورخ ۱۳۹۹/۰۱/۱۶ صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تصرفات مفروزی و مالکانه ولی اله تدینی طورزنی فرزند محمد متقاضی پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۱۵۵نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۷ متر مربع در قسمتی از پلاک ثبتی ۴۴۱۸ اصلی با حدود اربعه:
شمالا: ۱۱ متر دیوار به دیوار قسمتی از پلاک ۴۴۱۸ اصلی
شرقا: ۳/۴۷ متر درب و دیوار به گذر
جنوبا: ۱۱ متر دیوار به دیوار جزء پلاک ۴۴۱۸ اصلی
غربا: ۳/۲۵ متر دیوار به دیوار جزء پلاک ۴۴۱۸ اصلی
مورد ثبت ذیل شماره ۹۵۳۷۱ صفحه ۱۲۱ و دفتر ۶۳۹ واقع در بخش ۷ تهران ثبت و صادر گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵روز در روزنامه آگهی می گردد. طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی متقاضی فوق اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضائی تسلیم نماید بدیهی است پس از انقضاع مهلت قانونی عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام ولی اله تدینی طورزنی اقدام خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۹
۱۳۱۲۳م الف — رییس اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تهران- غضنفری
شناسه آگهی ۹۲۷۱۲۲

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تفکیک وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

براساس موجب رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۰۰۱۸ مورخ ۹۹/۱/۱۶صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک جنوب شرق تصرفات مفروزی و مالکانه خانم زینب صنمی مقدم قلعه شیری فرزند محمد متقاضی پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۱۵۰ نسبت ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۶۰/۳۰ متر مربع قسمتی از پلاک ثبتی (۷۴۸)- ۴۴۱۸ با حدود اربعه: شمالا بطول ۶ متر درب و دیوار به گذر شرقا بطول ۱۰ متر دیوار بدیوار ملک مجاور جزء پلاک ۴۴۱۸ جنوبا بطول ۶ متر دیوار به گذر غربا بطول ۱۰ متر دیوار بدیوار ملک مجاور جزء پلاک ۴۴۱۸ صفحه ۵۲۵ دفتر ۵۲۰ (صفحه ۲۴۲ دفتر ۳۲) واقع در بخش ۷ تهران به ثبت گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه آگهی می گردد طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی متقاضی فوق اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضائی تسلیم نماید بدیهی است پس از انقضاع مهلت قانونی عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام خانم زینب صنمی مقدم قلعه شیری اقدام خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۴
تاریخ نتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۹
۱۳۱۲۴ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تهران - غضنفری
شناسه آگهی ۹۲۷۱۲۴

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تفکیک وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

براساس موجب رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۰۱۸۰ مورخ ۹۹/۲/۲ صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک جنوب شرق تصرفات مفروزی و مالکانه آقای عباسعلی سرخه فرزند علی اصغر متقاضی پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۱۵۲ نسبت ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۵۹/۴۸ متر مربع قسمتی از پلاک ثبتی (۱۳۸۷)- ۴۴۱۸ با حدود اربعه: شمالا بطول ۴/۹۱ متر درب و دیوار به گذر شرقا بطول ۱۲/۱۲ متر دیوار بدیوار قسمتی از پلاک ۴۴۱۸ جنوبا بطول ۴/۹۱ متر دیوار بدیوار جزئی از پلاک ۴۴۱۸غربا بطول ۱۲/۱۲ متر دیوار بدیوار جزئی پلاک ۴۴۱۸ صفحه۵۳۳ دفتر ۶۱۲ واقع در بخش ۷ تهران به ثبت گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه آگهی می گردد طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی متقاضی فوق اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضائی تسلیم نماید بدیهی است پس از انقضاع مهلت قانونی عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام آقای عباسعلی سرخه اقدام خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۴
تاریخ نتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۹
۱۳۱۲۵ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تهران - غضنفری
شناسه آگهی ۹۲۷۱۲۵

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تفکیک وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

براساس موجب رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۰۰۱۹ مورخ ۹۹/۱/۱۶صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک جنوب شرق تصرفات مفروزی و مالکانه خانم گلزار روحی فرزند محمدتقی متقاضی پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۱۴۹ نسبت ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۶۱ متر مربع قسمتی از پلاک ثبتی (۴۸۹)- ۴۴۱۸ با حدود اربعه: شمالا بطول ۶ متر درب و دیوار به گذر شرقا بطول ۱۰/۱ متر دیوار بدیوار ملک مجاور جزء پلاک ۴۴۱۸ جنوبا بطول ۶ متر دیوار به گذر غربا بطول ۱۰/۱ متر دیوار بدیوار ملک مجاور جزء پلاک ۴۴۱۸ صفحه ۲۴۱ دفتر ۴۸۳ واقع در بخش ۷ تهران به ثبت گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه آگهی می گردد طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی متقاضی فوق اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضائی تسلیم نماید بدیهی است پس از انقضاع مهلت قانونی عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام خانم گلزار روحی اقدام خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۴
تاریخ نتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۹
۱۳۱۲۶ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تهران - غضنفری
شناسه آگهی ۹۲۷۱۲۸

آگهی ابلاغ اخطاریه ماده ۱۰۱ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

سمیه خراسانی فرزند اوسط ش ش ۴۲۵۸ صادره از قزوین کد ملی۴۲۲۲۳۵۴۵۵۶ و اقایان مهدی شفیع خانی فرزند علی اصغر به ش ش۵۲۰ صادره از ضیاآباد به کد ملی ۵۵۹۹۳۱۹۱۶۴ و کریم مرادی نیائی فرزند کریم ش ش :۳۷ صادره از کد ملی:۳۳۵۹۸۷۴۷۱۴ همگی به آدرس قزوین اقبالیه خیابان نبوت کوچه کوثر۸ پلاک۲۲ با توجه به اعلام مامور ابلاغ مبنی بر عدم شناسادی آدرس بدینوسیله به شما ابلاغ میگردد: در خصوص پرونده اجرایی کلاسه ۹۸۰۰۰۷۹ له صندوق قرض الحسنه مهر امام رضا علیه شما طبق گزارش مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۱۷ کارشناس رسمی دادگستری پلاک ثبتی ۱۴۴۶۴-فرعی از ۱- اصلی بخش ۶ واقع در تاکستان مورد وثیقه سند رهنی شماره ۵۴۵۶۶ تنظیمی دفتر خانه ۴۰ قزوین به مبلغ ۷۵۰۰۰۰۰۰۰ (هفتصد وپنجاه میلیون) ریال ارزیابی گردیده لذا چنانچه به مبلغ ارزیابی پلاک مذکور معترض میباشد می اعتراض کتبی خودرا ظرف مدت ۵ روز از تاریخ انتشار این اخطاریه به ضمیمه فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدید نظر به مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰(سه میلیون) ریال به دفتر این اجرا تسلیم نمائید. ضمنا به اعتراضی که خارج از موعد و یا فاقد فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدید نظر باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.
مسئول واحد اجرای اسناد رسمی تاکستان - قزوین

هرخانه یک پایگاه سلامت
Each Home As a Health Post (HAHP)
iec.behdasht.gov.ir behdasht.gov.ir

روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی مازندران در راستای اطلاع‌رسانی و ارتقاء سطح آگاهی مردم دیار همیشه‌سبز مازندران نسبت به میزان سلامتی خود و حفظ این گوهر ارزشمند دست به امری مهم زده و با ترویج فرهنگ خود مراقبتی سعی بر بالا بردن سطح سلامت مردم مازندران دارد. در گزارشی که می‌خوانید اجرای طرح کشوری هر خانه یک پایگاه سلامت در سطح استان مازندران مورد بررسی قرار گرفته است.

در گفت‌وگو با دکتر حامد روحانی زاده معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران

هر خانه یک پایگاه سلامت در مازندران

ارتقای سلامت خانواده ، با اجرای طرح هر خانه یک پایگاه سلامت

ساری – دهقان : برنامه‌ریزی و آموزش رکن اساسی در ارتقای سلامت اجتماعی و فردی به‌شمار می‌رود و طرح ملی «هر خانه یک پایگاه سلامت» اقدامی عملی برای تحقق این راهبرد است . طرح ملی هرخانه یک پایگاه سلامت در واقع اقدامی برای ارتقای سواد سلامت خانواده‌ها برای تغییر شیوه و اصلاح زندگی و در نتیجه انتخاب‌های سالم برای زندگی سالم است.

در واقع می‌توان گفت گام برداشتن برای ارتقای سلامت جامعه، آموزش و تعالیمی لازم است که طرح هر خانه یک پایگاه سلامت یکی از اقدام‌های ارزشمند انجام شده در این حوزه است.

سفیران سلامت با اصول پیشگیری از بیماری‌ها واگیر و غیر واگیر، تغذیه سالم، بازتوانی افراد سالمند و بهبود کیفیت زندگی، کنترل سوختگی یا مثلا سقوط از ارتفاع و درمان های اولیه آشنا می شوند و تا زمانی که نیروهای حرفه ای و آموزش دیده به بالین افراد نیازمند به خدمات پزشکی برسند، می توانند اقدامات اولیه را انجام دهند.

اکنون جذب سفیران سلامت و مشارکت حداکثری مردم در طرح ملی هر خانه یک پایگاه سلامت با توجه به مزیت‌هایی که دارد نیازمند تبلیغ و اطلاع‌رسانی و استفاده بیش از پیش از ظرفیت رسانه است.

جزئیات اجرای طرح «هر خانه یک پایگاه سلامت» در استان مازندران

دکتر حامد روحانی زاده معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران در گفت‌وگو با تیرنگ در تشریح اقدام این معاونت برای آغاز طرح «هرخانه یک پایگاه سلامت» در استان گفت: این برنامه بعد از انجام پایلوت در ۴ استان، در سراسر کشور از جمله در سطح استان مازندران اجرایی می شود.

دکتر حامد روحانی زاده ، با بیان اینکه ایده هر خانه یک پایگاه سلامت به دنبال گسترش مشارکت آگاهانه مردم در عرصه تامین ،حفظ وارتقای سلامت با خودمراقبتی در تمامی خانه های کشور است، ضمن ارائه تعریفی از خودمراقبتی به بیان جزئیات اجرای این طرح پرداخت.

به گفته وی خودمراقبتی رویکردی نوین در عرصه سلامت است که شامل مجموعه اعمالی است اکتسابی، آگاهانه و هدفدار که مردم برای خود، فرزندان و خانواده شان انجام میدهند تا تندرست بمانند، از سلامتشان حفاظت کنند، نیازهای جسمی، روانی و اجتماعی خود را برآورده کنند و از بیماری ها، حوادث و بیماری های مزمن پیشگیری کنند و یا از سلامت خود بعد از ترخیص از بیمارستان حفاظت کنند، به بیانی دیگر علم آگاهی نسبت به زمان مراجعه به پزشک، اقدامات اورژانسی پیش از مراجعه به پزشک، مراقبت از خود در زمان بیماری‌های مزمن غیرواگیر و... که فرد به شکل اکتسابی کسب می کند تا به اقدامات پیشگیرانه و مراقبتی مبادرت ورزد.

رئیس مرکز بهداشت استان مازندران گفت: طبق برآوردهای صورت گرفته ۶۵ تا ۸۵ درصد تمام مراقبت‌ها از جنس خودمراقبتی است. با توجه به تغییراتی که در الگوی ابتلای بیماری ها از حاد به مزمن صورت پذیرفته و ضرورت توجه و همچنین تمایل مردم به کنترل شخصی بر مسائل بهداشتی شان و عوامل متعدد دیگر، توجه به رویکرد خودمراقبتی و ترویج آن تبدیل به یک نیاز ضروری در مسیر حفظ، نگهداشت و ارتقا سلامت جامعه شده است.

معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران با اشاره به روند بیماری فشارخون و دیابت به عنوان بیماری‌های غیرواگیر که می‌توان با اصلاح سبک زندگی از بروز آن پیشگیری کرد، افزود: با داشتن تغذیه سالم، کاهش مصرف نمک، مدیریت وزن، مدیریت استرس، افزایش فعالیت و تحرک بدنی می‌توان جلوی آن را گرفت. این بیماری ها و بیماری های واگیر با خود مراقبتی قابل کنترل و مدیریت هستند .

وی با تاکید بر نقش افزایش سواد سلامت در دستیابی به موفقیت در خودمراقبتی، تصریح کرد: سواد سلامت، قدرت جذب، درک، نقد و تحلیل اطلاعات است برای اینکه انسان‌ها به سلامت خود اهمیت دهند؛ چراکه ما معتقدیم سلامت هدیه‌ای نیست که توسط پرسنل بهداشتی به مردم داده می‌شود؛ بلکه سلامت محصول انتخاب‌های مردم است و خودشان خالق سلامت هستند. فردی که آگاهانه سراغ مصرف دخانیات نمی‌رود یا آگاهانه میزان نمک مصرفی خود را کاهش می‌دهد در حال خلق سلامت برای خود و اطرافیانش است. البته عوامل متعددی می‌تواند در انتخاب افراد برای دستیابی به اهداف سلامت نقش داشته باشد.

دکتر روحانی زاده با اشاره به اینکه گزینه‌های سلامت را عادلانه برای همه مردم فراهم کرده‌ایم، خاطرنشان کرد: باید قدرت تشخیص، تمایز و سواد سلامت کافی را هم در اختیار مردم بگذاریم تا انتخاب کنند و در زندگی روزمره سلامت را برای خود برگزینند. شاید پیش از این تصور میشد اگر به اندازه کافی پزشک، پیراپزشک، دندانپزشک، ماما، بیمارستان، تجهیزات و... داشته باشیم، سلامت در جامعه افزایش یابد؛ در حالی که اکنون گفته می‌شود وجود این موارد صرفا به معنی تامین و حفظ سلامت جامعه نیست و باید بر آگاهی‌رسانی به مردم و ارتقا سواد سلامت آنها تاکید بیشتری داشته باشیم تا ضمن خلق سلامت، نیازشان به مراجعه به پزشک و مصرف دارو کاهش یابد.

معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران در ادامه در خصوص برنامه‌های وزارت بهداشت برای اجرای برنامه‌های خود مراقبتی در سطح کشور، بیان کرد: با کمک همه همکاران بهداشتی و درمانی تلاش کردیم با اجرای برنامه ملی خودمراقبتی و استفاده از راهنماهای خودمراقبتی و تربیت سفیران سلامت خانوار، دانشجویی و دانش‌آموزی، در جهت نیل به جامعه ای سالم و حامی سلامت گام برداریم.

وی در ادامه افزود برنامه کشوری هر خانه یک پایگاه سلامت تاکید دیگری بر ضرورت مشارکت مردم در حفظ و ارتقا سواد سلامت خودشان است، در این برنامه با انتخاب و آموزش سفیران سلامت خانوار که مسئولیت حفظ سلامت خود و اعضای خانواده‌شان را دارند، تلاش شده است تا مردم به حداکثر مشارکت در حوزه سلامتشان دست پیدا کنند. در این طرح از هر خانوار یک نفر به عنوان سفیر سلامت خانواده انتخاب، توسط تیم سلامت دوره های آموزشی را می گذرانند و به صورت داوطلبانه مسئولیت انتقال مطالب آموخته شده را به اعضای خانواده و جامعه به عهده‌میگیرند.

رئیس مرکز بهداشت استان مازندران ادامه داد: رابطین سلامت نیروهای مردمی هستند که در برنامه هرخانه یک پایگاه سلامت از ظرفیت آنها برای آموزش، استفاده می‌شود. طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته به ازای هر ۴۰ خانواری که سفیر سلامت خانواده در آنها تربیت می‌شود، یک رابط سلامت خانواده داریم که ارتباط بین این سفیران را با خانه‌های بهداشت، پایگاههای سلامت و مراکز خدمات جامع سلامت شهری و روستائی برقرار می‌کنند. همچنین در خانواده‌هایی که فرد واجد شرایط به عنوان سفیر سلامت ندارند، توسط رابط سلامت، تحت پوشش آموزش‌ها قرار می گیرند.

وی با تاکید بر اینکه طرح هرخانه یک پایگاه سلامت بر آموزش خانواده‌ها تکیه دارد، اظهار کرد: با آموزش درست، قدرت انتخاب و تحلیل به مردم می‌دهیم و می‌توانند یاد بگیرند چگونه بیمار نشوند تا نیازی کمتری به مراجعه های غیر ضروری به پزشک، دریافت دارو، بستری در بیمارستان و پرداخت هزینه های بهداشتی و درمانی داشته باشند

دکتر روحانی زاده با اشاره به ۳ جز اساسی برنامه هر خانه یک پایگاه سلامت شامل سفیران سلامت خانوار، رابطین سلامت (سفیر سلامت محله) ودانشجویان بیان کردند که آموزش و توانمند سازی این ۳ جزء با استفاده از ظرفیت های معاونت های مختلف دانشگاه، گروههای فنی معاونت بهداشتی/شبکه بهداشت/مراکز خدمات و خانه های بهداشت همچنین استفاده از ظرفیت های بین بخشی مدنظر است.

معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران ادامه داد : توانمند سازی این سفیران سلامت در ۳ حیطه ارتقای سلامت و پیشگیری ، درمان های اولیه و توانبخشی با استفاده از بسته های آموزشی کشوری مدنظر است. علاوه بر این از راهنماهای ۴ گانه ناخوشی های جزئی، سبک زندگی سالم، خطرسنجی سکته های قلبی و مغزی و هفته به هفته بارداری در جهت توانمند سازی این سفیران استفاده شده است

به گفته وی در حال حاضر بالغ بر ۲۶۰ هزار نفر در سطح استان، مفتخر به عنوان سفیر سلامت خانوار هستند و بیش از۴۵ درصد خانوارهای استان دارای سفیر سلامت خانوار می باشند. که با شروع این طرح قدم های اساسی در جهت ارتقای جذب سفیران سلامت خانوار و توانمند سازی آنان برای مشارکت در مراقبت از سلامت خود،خانواده وجامعه برمی داریم.

رئیس مرکز بهداشت استان مازندران در پایان از همه خانواده ها خواست:

با مراجعه به مراکز خدمات جامع سلامت،پایگاه های شهری وخانه های بهداشت در سراسر استان و با داشتن حداقل ۸ کلاس سواد خواندن و نوشتن سفیر سلامت خانواده خود باشند و با یادگیری راهنماهای خودمراقبتی از سلامت خود و اعضای خانواده مراقبت کنند. همچنین با توانمند شدن در انجام درمان های اولیه می توانند جان اعضای خانواده و دوستان خود را در شرایط اورژ انس نجات دهند و با یادگیری راهنماهای خودمراقبتی در ناخوشی های جزیی، بار مراجعه غیر ضروری به مراکز درمانی را کاهش دهند.

دکتر روحانی زاده اظهار امیدواری کرد: با ترویج خودمراقبتی و اجرای برنامه هر خانه یک پایگاه سلامت، ضمن ارتقا سلامت آحاد جامعه، از «ایجاد درد بیماری» پیشگیری شود، وی تاکید کرد «کیفیت زندگی مردم» با توانمندسازی آنها برای خودمراقبتی و رعایت سبک زندگی سالم برپایه آموزه های اسلامی و ایرانی افزایش می یابد و نیروی انسانی سالم، بانشاط، خلاق، مسئول و مولد و مفتخر به ایرانی بودن برای توسعه پایدار ایران اسلامی فراهم می گردد.

معیارهای مهم برای ارزیابی موفقیت کسب و کار

به قلم: کریس کریستوفر نویسنده و کارشناس حوزه کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

فعالیت در دنیای کسب و کار همیشه همراه با تلاش برای توسعه برند و بهبود وضعیت در بازار است. اغلب کسب و کارها در این مسیر به دنبال راهکارها و تکنیک‌های تازه هستند. مسئله مهم در این میان نحوه ارزیابی پیشرفت و موفقیت کسب و کار در بازار است. بسیاری از برندها با صرف هزینه‌های گزاف توانایی ارزیابی دقیق میزان موفقیت‌شان در بازار را ندارند. با این حساب امکان برنامه‌ریزی هرچه بهتر برای توسعه مداوم سخت خواهد شد. ما در دنیای کسب و کار همیشه به معیارهای مشخص برای ارزیابی میزان موفقیت کسب و کارمان نیاز داریم. شاید این امر در ابتدا بسیار ساده به نظر برسد، اما یافتن یا ایجاد معیارهای مناسب برای ارزیابی وضعیت کسب و کار به هیچ وجه کار ساده‌ای نیست.

امروزه معیارهای بسیار زیادی برای ارزیابی وضعیت کسب و کار مورد استفاده قرار می‌گیرد. همین امر سردرگمی بسیار زیادی برای صاحبان کسب و کار ایجاد کرده است بنابراین شما باید در تلاش برای یافتن معیارهای مطمئن و مورد توصیه کارشناس‌های حرفه‌ای باشید. در غیر این صورت امکان توسعه پایدار و بی‌دردسر کسب و کارتان را نخواهید داشت.

ما در این مقاله به بررسی برخی از مهمترین معیارها برای ارزیابی وضعیت موفقیت کسب و کار خواهیم پرداخت. این امر با بررسی توصیه‌های مختلف و تجربه کارشناس‌های کسب و کار گوناگون همراه است بنابراین ما در ادامه نتیجه بررسی‌های مختلف کارشناس‌ها در سایت Business.com را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

رتبه باز کردن ایمیل‌ها از سوی کاربران

بازاریابی ایمیلی یکی از راهکارهای قدیمی و مطمئن برای موفقیت در دنیای بازاریابی محسوب می‌شود. بسیاری از کسب و کارها در این مسیر اعتماد بسیار زیادی به توانایی‌های‌شان دارند. نتیجه این امر عدم تلاش برای تغییر الگوی بازاریابی یا حتی به روز رسانی آن است. وقتی نحوه بازاریابی ما در طول مدت زمانی طولانی بدون تغییر باشد، توجه مخاطب هدف به آن کاهش خواهد یافت. معیار مورد بحث ما در این بخش برای ارزیابی میزان موفقیت کسب و کارها رتبه باز کردن ایمیل‌ها از سوی کاربران است. این امر به طور معمول از طریق خدمات سرویس‌های ایمیل برای برندها قابل دسترسی است.

بدون شک هرچه رتبه باز کردن ایمیل‌ها از سوی کاربران بیشتر باشد، برند ما موفقیت بیشتری برای جلب نظر مخاطب هدف دارد. این امر باید همیشه مدنظر برندها قرار داشته باشید. البته باز کردن ایمیل به معنای مطالعه دقیق آن نیست. بنابراین ما باید به معیارهای جانبی نظیر مراجعه کاربران به سایت برند نیز توجه داشته باشیم.

بسیاری از برندها پس از هزینه‌های گزاف امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق محتوای ایمیلی را ندارند. این نکته بار مالی بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه دارد بنابراین پیش از ساماندهی کمپین تازه بازاریابی‌تان اقدام به ارزیابی وضعیت مشاهده ایمیل‌های قبلی از سوی کاربران نمایید. چنین اطلاعاتی فرصت مناسبی در اختیار برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار خواهد داد.

کیفیت بازخوردهای کاربران

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و مدیریت سایت رسمی برند همیشه همراه با دریافت بازخوردهای مختلف از سوی کاربران است. اغلب برندها همیشه به دنبال بازخوردهای مثبت از کسب و کارشان هستند. این امر موجب واکنش شدید و منفی آنها در برابر نظرات منفی می‌شود. اگرچه مشاهده نظرات منفی دشوار است، اما بیانگر برخی از واقعیت‌های کسب و کار شما خواهد بود. موفقیت کسب و کارها در جلب نظر مخاطب هدف اهمیت بسیار ویژه‌ای دارد. یکی از معیارهای مهم در این زمینه میزان تمایل کاربران برای ارائه بازخورد به هر برند است. شاید این امر عجیب باشد، اما حتی ارائه بازخورد منفی نیز بیانگر اهمیت برند شما در نگاه مشتریان است. شمار بالایی از مشتریان بدون ارائه هرگونه نظری اقدام به نادیده گرفتن برندها می‌کنند بنابراین شما باید بر روی نظرات کاربران سرمایه‌گذاری قابل توجهی نمایید.

استفاده از نظرات کاربران برای به روز رسانی فرآیندهای کاری اهمیت دارد. ما همیشه نیازمند اطلاعات تازه برای ارزیابی وضعیت کسب و کارمان و ایجاد تغییرات کاربردی هستیم. هیچ منبع اطلاعاتی بهتر از مشتریان هدف امکان بهبود وضعیت کسب و کار را ندارد بنابراین شما باید در وهله نخست کانال‌های ارتباطی مناسبی بین برندتان و مشتریان ایجاد نمایید. گام بعد استفاده از نظرات مشتریان برای بهبود عملی وضعیت کسب و کار است.

هرچه تعداد بازخوردهای دریافتی یک برند بیشتر باشد، بیانگر اهمیت کسب و کار آن برای مشتریان است. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای دریافت بازخوردهای بیشتر هستند بنابراین اگر شما بازخوردهای زیادی پیرامون کسب و کارتان دارید، مسیر کسب موفقیت را به خوبی طی کرده‌اید.

منابع مراجعه به سایت

مراجعه به سایت رسمی برند به شیوه‌های مختلفی صورت می‌پذیرد. اغلب برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به بازاریابی و تبلیغ سایت رسمی‌شان به شیوه‌های مختلف می‌کنند. یکی از نکات مهم برای ارزیابی موفقیت کسب و کار در زمینه بازاریابی و تبلیغات دسترسی به منابع مراجعه کاربران به سایت است. معنای این امر مشاهده میزان تاثیرگذاری هر کدام از کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات بر روی مراجعه کاربران به سایت رسمی است.

گوگل به عنوان بزرگترین موتور جست‌وجو در سراسر دنیا امکانات بسیار زیادی برای برندها فراهم کرده است. یکی از امکانات جذاب در این میان بررسی وضعیت مراجعه کاربران به سایت است بنابراین شما به عنوان مدیر یک کسب و کار امکان مشاهده نحوه دسترسی کاربران به سایت‌تان را خواهید داشت. اگر شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در هدایت کاربران به سوی سایت شما دارد، باید سرمایه‌گذاری‌تان در این بخش را بهبود بخشید. این امر نقش مهمی در موفقیت کسب و کارها خواهد داشت.

مدیریت رتبه سایت در گوگل اهمیت بسیار زیادی در افزایش ترافیک دارد. بسیاری از کاربران فقط نتایج صفحه نخست جست‌وجوی‌شان را مشاهده می‌کنند. این امر به معنای ضرورت کاربست شیوه‌های مختلف برای بهبود رتبه سایت است. آگاهی استفاده از تکنیک‌های مدیریت سئو نقش مهمی در بهبود رتبه سایت‌ها دارد بنابراین شما باید آگاهی هرچه بهتر از این حوزه کسب نمایید.

مدت زمان حضور کاربران در سایت

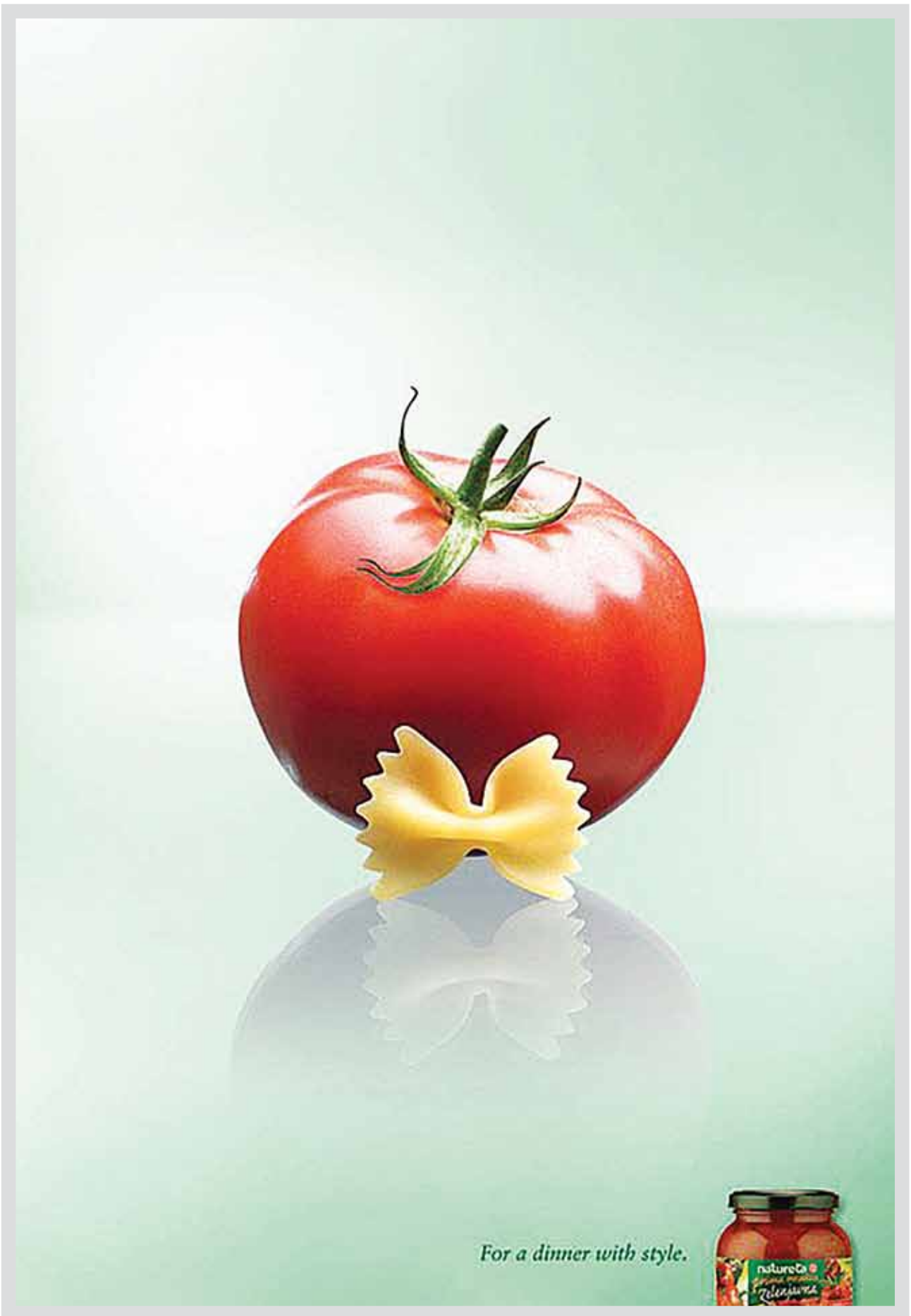
معیار نهایی برای ارزیابی وضعیت برندها مربوط به میزان حضور کاربران در سایت‌شان است. بدون شک هر برندی تمایل به حضور کاربران برای مدت زمانی طولانی در سایت‌شان دارد، با این حال در عمل کاربران برای حضور در سایت‌ها بسیار سختگیر هستند. شما به عنوان مدیر یک کسب و کار باید محتوای جذاب و هیجان‌انگیزی برای مخاطب هدف حاضر نمایید. در غیر این صورت کاربران مدت زمانی اندک در سایت شما حضور خواهند داشت.

امروزه گوگل برای رتبه‌بندی سایت‌ها به معیارهای مختلفی توجه دارد. یکی از معیارهای مهم برای گوگل مدت زمان حضور کاربران در سایت‌هاست. هرچه کاربران حضور بیشتری در سایت شما داشته باشند، الگوریتم گوگل رتبه بهتری به شما خواهد داد. این امر یک گرایش طبیعی از سوی برندها برای رتبه‌بندی سایت شما محسوب می‌شود بنابراین باید وضعیت برندتان را با توجه به این نکته ساماندهی نمایید.

مدت زمان حضور کاربران در سایت با ارزیابی سلیقه‌شان و تلاش برای تولید محتوا براساس آن افزایش می‌یابد. متاسفانه بسیاری از برندها حوصله کافی برای ارزیابی سلیقه مخاطب هدف را ندارند بنابراین مشاهده بازدید اندک از سایت برندها امری طبیعی در چنین شرایطی خواهد بود. هرچه توانایی شما برای تولید محتوای جذاب برای مخاطب هدف بیشتر باشد، میزان و مدت زمان حضور کاربران در سایت‌تان افزایش خواهد یافت.

منبع: business.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| سه‌شنبه | ۱۴ مرداد ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۹۷ | صفحه ۱۶ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM



۸ کاری که افراد موفق قبل از صبحانه انجام می‌دهند

بر کسی پوشیده نیست که نوآوران موفق و رهبران کسب و کار، کارها را به شیوه خود انجام می‌دهند. این به آنها یک مزیت رقابتی می‌بخشد و به آنها در پیروز شدن بر مشکلات کمک می‌کند.

اما این به آن معنا نیست که این افراد موفق، عادات مشترک ندارند. به عنوان مثال آنها هر روز مدیتیشن می‌کنند و از تعریف داستان‌های موفقیت و شکست خود لذت می‌برند. آنها هر روز حتی قبل از خوردن صبحانه کارهای زیر را انجام می‌دهند.

۱. آنها پیش از همه از خواب بیدار می‌شوند

افرادی مثل جک دورسی، مدیرعامل جنرال‌الکتریکز جف ایملت، مدیرعامل زیراکس اورسلا برنز، تیم کوک و ریچارد برانسون تنها برخی از افراد موفقی هستند که به خاطر بسیار زود از خواب بلندشدن معروف هستند. آنها می‌دانند که باید صبح را زودتر از بقیه آغاز کنند و حتی یک ثانیه هم برای تلف کردن وجود ندارد. از همه مهمتر آنها پیش از همه بیدار می‌شوند بنابراین هیچ حواس‌پرتی نیست که بر سر راه آنها و افکارشان قرار بگیرد.

۲. آنها ورزش می‌کنند

ورزش یکی دیگر از روتین‌های مرسوم بین افراد موفق است. برانسون، کوک، گری واینرچاک و باب ایگر از شرکت دیزنی بسیار زود از خواب بیدار می‌شوند تا ورزش کنند. دکتر تراویس بردبری می‌گوید: تنها به اندازه ۱۰ دقیقه فعالیت کردن باعث رها شدن نروتنزمیتوری به نام GABA می‌شود که باعث آرام شدن ذهن می‌شود و واکنش‌های شما را تحت کنترل‌تان قرار می‌دهد و باعث ایجاد بهبودهایی در رفتار می‌شود که می‌توان آنها را با آزمون هوش احساسی سنجید.

۳. آنها دوش می‌گیرند

علم ثابت کرده است که بهترین ایده‌های ما هنگام دوش گرفتن به سراغ ما می‌آیند. به علت وجود آب گرم، وضعیت آرام ذهن و نبود حواس‌پرتی در اطراف ما، دوپامین در ما ترشح می‌شود، همچنین وقتی ذهن ما آرام باشد خلاقیت ما افزایش می‌یابد.

۴. آنها با خانواده خود وقت می‌گذرانند

زمانی که من بزرگ می‌شدم به من گفته می‌شد که شام خوردن با اعضای خانواده مهم است، در حقیقت، اگر برنامه دیگری نداشتیم، الزامی بود. با این حال افراد موفق، باور دارند که شروع کردن روز با عزیزان‌شان به همان اندازه مهم است، چه خواندن باشد، چه صحبت کردن و چه درست کردن صبحانه در کنار هم. اگر رئیس‌جمهور اوباما می‌تواند کاری کند که هر روز با اعضای خانواده‌اش صبحانه بخورد، ما چه بهانه‌ای داریم؟

۵. آنها روی پروژه‌های مربوط به علاقه‌مندی‌های خود کار می‌کنند

همه ما جدا از کار چیزهایی داریم که برای آنها هیجان‌زده می‌شویم، اما افراد موفق متوجه شده‌اند که پروژه‌های مورد علاقه شخصی آنها می‌تواند باعث کم شدن فشار، افزایش خلاقیت و بهبود مهارت و دانش فعلی آنان شود. به همین علت است که شرکت‌هایی مثل گوگل به کارکنان خود پیشنهاد می‌کنند تا پروژه‌های شخصی داشته باشند و در نتیجه Gmail و AdSense متولد شدند. با محدودبودن زمان، اکثر افراد موفق تا جایی که بتوانند اوایل روز به این پروژه‌ها می‌پردازند، زمانی که چیزی مخل توجه آنان نیست و زمان اضافه دارند. این به افرادی مثل خود من کمک می‌کند تا از فشار روی خود بکاهند.

۶. آنها اخبار را دنبال می‌کنند

دنبال کردن اخبار به افراد موفقی مثل بیل گیتس، وارن بافت، جک دورسی و مدیر ویرجین آمریکا، دیوید کوش کمک می‌کند تا فرصتی برای پیگیری اوضاع جهان داشته باشند تا بدانند که چه تاثیری روی کسب و کار آنها گذاشته می‌شود و چطور می‌توانند راهکارهایی توسعه دهند تا جهان را تبدیل به جایی بهتر کنند.

۷. آنها چیزهایی که به خاطرشان سپاسگزار هستند را می‌نویسند

ثابت شده است که وقتی چیزهایی را که به خاطرشان سپاسگزار هستید را یادداشت می‌کنید، به شما کمک می‌کند متمرکز شوید و از زوایای مختلفی به زندگی نگاه کنید.

تیم فریس، یک کارآفرین و مولف کتاب هفته کاری چهار ساعته، هر روز پنج دقیقه صرف انجام این کار می‌کند.

«دفترچه یادداشت پنج دقیقه‌ای یک مداخله درمانی است، حداقل برای من که اینطور است، چون من چنین آدمی هستم. این به من اجازه می‌دهد نه‌تنها در طول روز کار بیشتری انجام دهم بلکه باعث می‌شود در تمام طول روز احساس بهتری داشتم، فرد خوشحال‌تری باشم، فردی قانع‌تر باشم، این چیزی نیست که به طور طبیعی برای من اتفاق بیفتد.» من شروع به انجام این کار در وبلاگ شخصی خودم کرده‌ام. اگرچه هر روز اتفاق نمی‌افتد، اما وقتی انجامش می‌دهم روز بسیار مولدتری دارم.

۸. خواندن و فرستادن ایمیل

طبق یک تحقیق از سوی سازمان مدیریت منابع رابرت هالف، اکثر مدیران (۵۰ درصد) روز خود را با چک کردن ایمیل‌های خود آغاز می‌کنند. از سوی دیگر، تنها یک سوم (۳۹درصد) کارکنان سطح پایین روز خود را با بررسی ایمیل آغاز می‌کنند.

دلیل این امر چیست؟

افراد موفق دوست دارند اولین کاری که صبح انجام می‌دهند سازماندهی و برنامه‌ریزی بقیه روزشان باشد. همچنین، خواندن و فرستادن ایمیل‌ها اول صبح به شما اجازه می‌دهد در طول روز روی چیزهای مهم‌تر تمرکز کنید.

منبع: Entrepreneur/ucan