روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۲۰ مرداد
۱۳۹۹

Mon. 10 Aug 2020
۲۰ ذوالحجه ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۶۰۰ - ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

بازار سرمایه، اولین روز کاری هفته را با چراغ سبز آغاز کرد

رشد ۴۴ هزار واحدی شاخص بورس

فرصت امروز: بورس تهران، نخستین روز کاری هفته جاری را با چراغ سبز آغاز کرد و شاخص کل بیش از ۴۴ هزار واحد در این روز صعود کرد. شاخص کل بورس...

۵

یادداشت

بخش خصوصی از شفاف‌سازی استقبال می‌کند

سعید اشتیاقی
عضو اتاق بازرگانی تهران

در ماه‌های اخیر و با افزایش نرخ ارز، نظرات زیادی در این باره ارائه شده است. دولت بخش خصوصی را خطاب قرار می‌دهد که ارز حاصل از صادرات را وارد سیستم اقتصادی کشور نکرده است و با کاهش عرضه در سامانه نیما توسط بخش خصوصی و افزایش تقاضا در بازار باعث افزایش نرخ دلار شده است. این عدد تا رقم باور نکردنی ۲۵ هزار تومان رسیده است که رسیدن این عدد در هیچ یک از دولت‌های گذشته سابقه نداشته است. نباید از حق گذشت که این افزایش نرخ ارز در کشور دلایل زیادی از قبیل سیاسی و اقتصادی و حتی مهمان ناخوانده این روزهای دنیا، کرونا دارد. اما به نظر می‌رسد سکاندار ساختمان شیشه‌ای میرداماد در انتهای سال ۹۸ باید متوجه افزایش نرخ ارز در سال ۹۹ می‌شد. زمانی که بانک مرکزی سرگرم نوسان‌گیری با نرخ دلار و سایر ارزها بود و با افزایش نرخ دلار و کاهش آن در زمان کوتاه از نوسان ایجادشده سود می‌گرفت، باید تمهیدات لازم را...

۴

ارائه کارت اعتباری به اندازه ۵۰درصد ارزش سهام عدالت

سهام عدالت وثیقه وام می‌شود

۴

اقتصاد ایران دهه ۹۰ را چگونه به پایان می‌رساند؟

مدار صفر درجه

تصویر اقتصاد ایران در آخرین سال از دهه ۱۳۹۰، آنچنان بهم ریخته است که تقریبا نمی‌توان هیچ شاخص امیدوارکننده‌ای از میان آن بیرون کشید. این روزها افزایش نقدینگی به عنوان متهم اصلی تورم بالا در اقتصاد ایران معرفی می‌شود اما این شاخص نیز زمانی آثار مخرب خود را بروز داده که اصلی‌ترین شاخص‌ها در فضای اقتصاد به مرحله ناکامی رسیده‌اند. پیش از آنکه ویروس کرونا از راه برسد و آثار اقتصادی آن نمایان شود، تحریم‌ها، اقتصاد ایران را در تنگنا قرار داده بود. رشد اقتصادی از سال ۱۳۹۷ به زیر صفر تنزل کرده و احتمالا تا سال ۱۴۰۰ از این محدوده خارج نخواهد شد. تجربه سه سال رشد منفی متوالی در اقتصاد تنها در سال‌های ابتدایی پس از انقلاب و سال‌هایی از جنگ تحمیلی رقم خورده بود. در دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ با تمام دشواری‌های اقتصادی، هرگز چنین شرایطی تجربه نشده بود. تحمل رشد منفی برای اقتصاد در سه سال پایانی دهه ۱۳۹۰ در شرایطی دشوارتر جلوه می‌کند که در طول این دهه دو بار دیگر تجربه لغزیدن نرخ رشد اقتصاد به زیر صفر تجربه شده بود و تنها در دو سال میانی...

۳

چالش‌های پیش روی بازار نفت در ۶ ماهه دوم سال ۲۰۲۰ چیست؟

آینده مبهم طلای سیاه

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- ملاحظات اساسی در طراحی استراتژی کسب و کار
- نکاتی برای موفقیت‌های آتی کسب و کارهای کوچک
- برندسازی شخصی برای افراد بالای ۵۰ سال
- واقعیت‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی
- بازاریابی و فروش دیجیتال محصولات با تکنیک‌های تازه
- مدیریت سئو بهینه با انتخاب هوشمندانه کلیدواژه‌ها

۸ تا ۱۶

بیل گیتس خرید تیک تاک را برای مایکروسافت به هدیه‌ای سمی تشبیه کرد

روحانی در جلسه ستاد ملی مدیریت کرونا:

عزاداری و سلامت مردم قابل جمع است

رئیس جمهور در جلسه ستاد ملی مدیریت کرونا گفت نه می‌توانیم فعالیت‌های اقتصادی، آموزشی، فرهنگی و اجتماعی را به طور کامل تعطیل کنیم و نه می‌توانیم مانند گذشته این فعالیت‌ها را برگزار کنیم؛ باید حد وسطی را انتخاب کنیم و آن مسیر را طی کنیم.

حجت‌الاسلام والمسلمین حسن روحانی صبح یکشنبه در جلسه ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا با تاکید بر لزوم رعایت پروتکل‌های بهداشتی در ایام محرم گفت: از مردم و مسئولان استان‌هایی که از حالت پیک عبور کرده‌اند تشکر می‌کنم. براساس آماری که امروز ارائه شده، تقریبا از آغاز مرداد تغییری آغاز شده و امیدواریم تا پایان مرداد شاهد روزهای بهتری باشیم.

او با اشاره به کاهش رعایت پروتکل‌های بهداشتی، افزود: زمانی مراعات مردم ۷۷درصد بود و در سایه آن شاهد کاهش فوتی‌ها به تعداد دو رقمی بودیم، اما این مراعات به ۱۷درصد رسید و مردم فکر کردند دوران بیماری پایان یافته و دومرتبه دچار یک موج شدیم.

رئیس جمهور با بیان اینکه در کشورهای دیگر موج دوم کاملا مشاهده می‌شود و ممکن است در آنجاها هم پس از مدتی دستورات بهداشتی کمتر رعایت شده باشد، اضافه کرد: ما هم با موج دوم مواجه شده‌ایم. شاید این بالا و پایین رفتن مربوط به اعمال مسئولان و مردم می‌شود؛ جایی که مراعات می‌کنیم در شرایط ثبات هستیم و تا زمانی که مراعات‌ها عادی می‌شود یک مرتبه آمار افزایش می‌یابد.

روحانی ادامه داد: در مجموع در هفته‌های اخیر در ایران و دنیا شاهد افت و خیزهایی بوده‌ایم؛ واقعیت این است که شش ماه است با این ویروس مواجهیم و شاید روزهای اول به مردم می‌گفتیم ماه و سال معیار است و نه روز و هفته، اما برخی می‌گفتند ما در چند هفته این ویروس را از پا درمی‌آوریم، اما امروز شش ماه از آغاز شیوع کرونا گذشته است و بخش‌های درمانی، صنعتی و علمی عملکرد خوبی داشتند و مردم نیز در جاهایی که نیاز بوده همراهی کردند. با این وجود باید بدانیم حداقل تا شش ماه دیگر با این شرایط مواجهیم و باید خود را آماده کنیم، تا روزی که واکسنی به دستمان برسد و به اندازه کافی در اختیارمان قرار بگیرد و بتوانیم آن را تولید کنیم؛ تا آن زمان که خیلی روشن نیست همه باید مراعات کنیم.

وی با اشاره به در پیش بودن ایام سوگواری محرم خاطرنشان کرد: این روزها دو طرف را می‌بینیم؛ یک مرتبه عده‌ای نامه می‌نویسند و اظهارنظر می‌کنند که چرا محدودیت‌ها را زیاد می‌کنید و ماه محرم و ماه عزاداری است و از طرف دیگر عده‌ای نامه می‌نویسند و می‌گویند امسال حج که واجب بود، برگزار نشد و محرم که مستحب است هم نباید مراسمی برگزار شود. عده‌ای هم می‌گفتند که مغازه‌ها نباید باز شوند و مردم از خانه‌های خود نباید خارج شوند؛ این کارها شاید برای مدتی لازم بود اما ما نه می‌توانیم فعالیت‌های اقتصادی، آموزشی، فرهنگی و اجتماعی را به طور کامل تعطیل کنیم و نه می‌توانیم مانند گذشته این فعالیت‌ها را برگزار کنیم. باید حد وسطی را انتخاب کنیم و آن مسیر را طی کنیم.

رئیس جمهور تصریح کرد: ادامه اعمال محدودیت‌های شدید امکان‌پذیر نیست، چراکه این کار جامعه را دچار التهاب و اضطراب و افسردگی می‌کند و اگر افسردگی در مردم ایجاد شود، نفس کشیدن برای آنها سخت می‌شود. در دنیا هم هر کسی که به سمت اعمال شرایط سخت رفت، موفق نبود و آنها هم که رها کردند دچار گرفتاری شدند، بلکه آنهایی که معتدلانه رفتار کردند، موفق بودند. ما نیز باید معتدلانه رفتار کنیم و بدانیم این ویروس برای مدتی خواهد بود. باید تا یک سال دیگر برای زندگی، سازگاری و تعامل با این ویروس برنامه‌ریزی کنیم.

روحانی با تاکید بر اینکه کسی فکر نکند کرونا به زودی خواهد رفت، گفت: این ویروس همچنان وجود دارد و باید برنامه‌ریزی متناسب با این ویروس کنیم؛ همه می‌دانیم رعایت یکسری پروتکل‌ها سخت است، اما چاره‌ای جز رعایت آنها نداریم.

وی با بیان اینکه باید برای شرایط پیش رو رعایت اصل «شفا» را در دستور کار خود قرار دهیم، گفت: شست و شوی دست و نظافت و بهداشت فردی، فاصله‌گذاری اجتماعی و پرهیز از تجمع، استفاده از ماسک و اجتناب از ترددهای غیرضروری و اجتناب از تجمعات بزرگ، راه‌های نجات از کروناست. پروتکل‌های بهداشتی برای هر بخشی متفاوت است و باید همه آنها را رعایت کنیم.

رئیس‌جمهور همچنین با تاکید بر لزوم توجه به بیماریابی، افزود: زمانی بیمار مراجعه می‌کند و زمانی ما او را پیدا می‌کنیم؛ باید به روش‌هایی روی آوریم تا زمانی که بیمار را یافتیم، نزدیکان او را هم مورد آزمایش قرار دهیم. همه مردم باید دستورالعمل‌ها را رعایت کنند و زمانی که نتیجه تست آنها مثبت اعلام می‌شود، دوران قرنطینه خود را رعایت کنند و اگر رعایت نکردند در دستورالعمل‌های مجازاتی که وزارت کشور هفته آینده اعلام می‌کند، لحاظ شود.

به گفته وی، مردم عمدتا با روش‌هایی اقناعی پروتکل‌های بهداشتی را رعایت می‌کنند. نیازی به اعمال مجازات نبوده اما افرادی هستند که رعایت نمی‌کنند و باید با تنبیه آنها از تخلف در این زمینه جلوگیری کنیم، لذا اعمال قانون بسیار مهم است و باید موردنظر قرار دهیم و ان‌شاءالله جلسه شنبه آینده این مجازات‌ها برای سه بخش اصناف، ادارات و بخش عمومی جامعه تبیین و ابلاغ می‌شود.

رئیس جمهور با تاکید بر اینکه سبک زندگی تغییر کرده است، گفت: باید بپذیریم که از پایان بهمن پارسال زنگی به صدا در آمد و به ما گفت که سبک زندگی اجتماعی شما باید تا اطلاع ثانوی تغییر یابد؛ هر کسی این زنگ را نشنیده، ضرر کرده است. نمی‌شود در این ایام مهمانی برگزار کنیم و مشاهده می‌کنیم که در برخی کشورها مجازات‌های سنگینی برای برگزارکنندگان مهمانی‌ها در نظر گرفته شده است. همچنین باید ترددهای غیرضرور را کم کنیم و بدانیم در شرایطی ویژه هستیم و اگر زمانی سفری ضرورت دارد، باید آن را کوتاه کنیم و همه دستورالعمل‌های بهداشتی را مراعات کنیم.

روحانی ادامه داد: برای سالمندان و کسانی که بیماری زمینه‌ای دارند باید فکر جداگانه‌ای کنیم و از آنها مراقبت کنیم تا گرفتار این بیماری نشوند.

او با بیان اینکه نظام دیجیتال باید در کشور توسعه فزاینده و روزافزون پیدا کند، خاطرنشان کرد: امروز وضعیت کشور خوب است اما به نظر من با توجه به این بیماری به نسبت وضعیت کند است؛ باید همه کارهای ما از طریق سیستم دیجیتال انجام شود و از مراجعات کم کنیم. اگر کاری از طریق الکترونیک امکان‌پذیر است اما مسئول اداری ارباب رجوع را مجبور به حضور می‌کند باید برای مدتی انفصال از خدمت شود. در این زمینه موارد مشخصی بوده که تذکر دادم که کار ساده‌ای که می‌شده از طریق فضای مجازی انجام شود، فرد را به مرکز کشاندند و او را چهار روز در سفر نگه داشتند و اتفاقا او در این مدت به کرونا مبتلا شده است.

رئیس جمهور همچنین با بیان اینکه دولت از شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در زمینه دارو و واکسن حمایت می‌کند، افزود: یافتن دارو و واکسن برای ما اولویت دارد و اشکالی ندارد در این زمینه کار موازی انجام شود.

روحانی در ادامه صحبت‌های خود با اشاره به مصوبات جلسه ستاد ملی کرونا گفت: در جلسه امروز هم روی دستورالعمل‌های ماه محرم تاکید شد؛ مجدداً تاکید می‌کنم که باید اعتدال در دستور کار ما باشد اگر بگوییم ماه محرم عزاداری نباشد نادرست است و مردم را دلگیر می‌کند و اضطراب و افسردگی برای مردم ایجاد می‌کند؛ باید این مراسم‌ها با جمعیت‌های کمتر برگزار شود؛ ما عدد را کم می‌کنیم اما اصل عزاداری را باید انجام دهیم. امسال باید دقیقاً سلامت مردم و سوگواری مردم را در کنار هم قرار دهیم؛ این کار شدنی است و دستورالعمل‌های لازم صادر شده است.

وی افزود: برای این کار اولین قدم اطلاع‌رسانی است و همه باید بدانند که چه کار باید بکنند. ما در حال نزدیک شدن به ماه محرم هستیم و همه باید بدانند که دستورات چیست و چگونه باید عزاداری‌ها برگزار شود؛ این کار از طریق رسانه‌ها باید انجام و هماهنگی‌های لازم میان برگزارکنندکان، ناظران و استانداران و مسئولان بهداشت و سلامت استان‌ها ایجاد شود. ممکن است امسال روزها و ساعات عزاداری کمتر باشد و پذیرایی از عزاداران ممنوع شود.

روحانی در پایان با اشاره به تدوین دستورالعمل‌های مجازاتی برای بخش ادارات، اصناف و بخش عمومی نیز گفت: ان‌شاءالله همه دست به دست هم دهیم و سلامت جامعه را تامین و تخت‌های بیمارستانی را خالی کنیم.

نوبت اول

جمهوری اسلامی ایران
قوه قضائیه

فراخوان مناقصه عمومی
همزمان با ارزیابی فشرده یک مرحله ای خرید تجهیزات امنیتی و شبکه های محلی و گسترده

قوه قضائیه در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای خرید تجهیزات امنیتی و شبکه های محلی و گسترده به شماره (۲۰۹۹۰۰۴۸۱۳۰۰۰۰۰۸) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir 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. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۹۹/۵/۲۰ می باشد.
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : ازساعت ۱۰صبح روز دوشنبه تاریخ ۹۹/۵/۲۰لغایت۱۹ روز سه شنبه تاریخ ۹۹/۵/۲۱
مهلت زمانی ارسال پیشنهاد : ساعت۱۰ صبح روز یکشنبه تاریخ ۹۹/۶/۲
زمان بازگشایی پاکتها : ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه تاریخ۹۹/۶/۴
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکتها
آدرس : تهران، بلوار کشاورز، خیابان عبداله زاده، ساختمان ستاد مرکزی قوه قضائیه – طبقه اول-اداره دبیرخانه تلفن:۴۲۱۳۱۱۱۵
-مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: ۴/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (چهار میلیارد و ششصد میلیون) ریال می باشد.
توجه:پرداخت هزینه دو نوبت آگهی بر عهده برنده مناقصه می باشد.
م.الف ۱۵۹۶

اداره کل پشتیبانی و خدمات قوه قضائیه

دریچه

«فارین پالیسی» بررسی کرد

آیا انفجار بیروت، چرنوبیل لبنان است؟

سهل‌انگاری و فساد، فاجعه‌ای ویرانگر در لبنان ایجاد کرد. در خبرها دیدیم و شنیدیم که مروان ابود، فرماندار بیروت در حالی که جست‌وجو برای یافتن بقایای آتش‌نشان‌های مفقودشده در آوارهای ناشی از انفجار در بیروت ادامه داشت، با خبرنگاران صحبت می‌کرد و اشک می‌ریخت. او با بیان اینکه این اتفاق یک فاجعه ملی است، گفت: «شرایط فعلی در بیروت مرا به یاد ویرانی‌های ناشی از انفجارها در هیروشیما و ناکازاکی انداخت.»

به گزارش «فارین پالیسی»، اما استعاره هسته‌ای مناسب‌تری برای آنچه که بیروت را لرزاند، وجود دارد و آن فاجعه چرنوبیل است. به نظر نمی‌رسد که انفجار در بندر بیروت بر اثر درگیری یا عمل خشونت‌آمیز آگاهانه‌ای رخ داده باشد، بلکه به نظر می‌رسد این مشکل مانند فاجعه چرنوبیل اتحاد جماهیر شوروی بر اثر بی‌کفایتی مقامات، فساد و غفلت آنان رخ داده است.

تأثیر فوری اقتصادی این فاجعه ویرانگر بود. بر اثر این انفجار دست کم ۱۳۵ نفر کشته و هزاران نفر زخمی شده‌اند. همچنین بین ۲۵۰ تا ۳۰۰ هزار نفر بی‌خانمان شده‌اند که تقریبا ۱۰درصد جمعیت شهر را تشکیل می‌دهند. هزاران نفر نیز نیاز به معالجه در بیمارستان‌هایی دارند که قبل از بروز این حادثه با قربانیان کووید-۱۹ پر شده‌اند. برآورد می‌شود که حدود ۳ میلیارد دلار به دارایی‌ها در این شهر خسارت وارد شده باشد.

انفجارهای اخیر بیروت یک بار ناتوان‌کننده بر دوش کشوری است که مردمش با فقر دست و پنجه نرم می‌کنند و درگیر مشکلات اقتصادی هستند. حتی قبل از انفجارها هم لبنان در آستانه شکست قرار داشت. بحران پناهندگان ناشی از جنگ در سوریه تقریبا وارد دهمین سال خود می‌شود. در حال حاضر لبنان در تلاش است تا نیازهای ۳۰درصد از جمعیت خود را که از جنگ سوریه آواره شده‌اند و به این کشور پناه آورده‌اند، برآورده کند.

البته فقط پناهندگان در لبنان برای رفع نیازهای خود تلاش نمی‌کنند، بلکه براساس گزارش‌های سازمان برنامه جهانی غذا، تقریبا نیمی از مردم لبنان در تلاش برای رفع نیازهای اساسی غذایی خود هستند. در ماه ژوئن مارتین کولِرتز، استادیار دانشگاه آمریکایی بیروت گفت که «تا پایان سال، ۷۵ درصد از جمعیت لبنان نیاز به بسته‌های کمکی مواد غذایی خواهند داشت»، اما سوال اینجاست که آیا این مواد غذایی در دسترس آنها خواهد بود یا نه؟

واقعیت این است که بیماری کرونا، بیمارستان‌های لبنان را به زانو درآورد و کووید-۱۹ همزمان با دوره‌ای از بی‌ثباتی اقتصادی بی‌سابقه در لبنان بروز کرد، در شرایطی که مردم به شدت درگیر بدهی و مشکلات اقتصادی هستند. قیمت مواد غذایی در حال حاضر ۲۴۷درصد در لبنان افزایش یافته و با انفجارهایی که موجب انهدام مواد غذایی باقیمانده در بندر بیروت شد و زیرساخت‌ها را ویران کرد، وضعیت به سرعت رو به وخامت می‌رود. حتی قبل از انفجارها نیز برخی از معترضان لبنانی تا حد خودسوزی پیش رفته بودند. ناصف هیتی، وزیر امور خارجه لبنان هم یک روز قبل از انفجارها استعفا کرد و هشدار داد که لبنان امروز به سمت تبدیل شدن به یک کشور شکست‌خورده می‌رود.

با توجه به تاریخچه لبنان، بسیاری از مردم از جمله دونالد ترامپ اعتقاد دارند که تروریسم عامل ایجاد این شرایط در لبنان است، اما باید گفت که دلیل اصلی این بحران، خشونت نیست، بلکه فساد است. در حالی که جزییات انفجارهای بندر بیروت هنوز کاملا آشکار نشده، اما آنچه دولتمردان اعلام کرده‌اند، این است که آتش‌سوزی بر اثر انفجار یک محموله توقیفی نیترات آمونیوم ایجاد شده است. این مواد از سال ۲۰۱۳ تاکنون در بندر انبار شده و باعث بروز چنین حادثه‌ای گردید.

نکته مهم این است که نیترات آمونیوم توسط تروریست‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. مثلا تروریست ملی‌گرای سفیدپوست به نام تیموتی مک وی در سال ۱۹۹۵، دو تن از مواد شیمیایی صنعتی را در شهر اوکلاهما منفجر کرد و باعث کشته شدن ۱۶۸ نفر و آسیب رساندن به ۳۰۰ ساختمان شد، اما به یاد داشته باشید که حالا در سال ۲۰۲۰ شاهد شرارت فردی مانند مک وی در بیروت نبودیم، بلکه سهل‌انگاری کشنده‌ای را از سوی مقامات لبنان شاهد هستیم که اجازه داده است، ۲ هزار و ۷۵۰ تن نیترات آمونیوم به میزان بیش از هزار برابر مقدار استفاده شده توسط مک وی در قلب شهر بیروت انبار شود.

حال این سوال پیش می‌آید که آیا ممکن است مسئولان در برابر رشوه حاضر شده باشند که این مواد خطرناک انفجاری در این بندر انبار شود؟ برخی روزنامه‌نگاران لبنانی پس از کشف اسناد مربوط به توقیف محموله‌ای که منفجر شد، این سؤال را مطرح کرده‌اند.

عکسی که در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شده و گفته می‌شود انبار موردنظر است، کارگران را در مقابل یک انبار مملو از کیسه‌های هزار کیلوگرمی نیترات آمونیوم با مهر «Nitroprill HD» نشان می‌دهد. نیتروپریل موادی خطرناک است که از آنها در ساخت بمب استفاده می‌شود. نکته مهم این است که میزان استاندارد برای ذخیره ایمن نیتروپریل طبق گفته سازنده آن، فقط ۴۰۰ تن است.

ممکن است هرگز متوجه نشویم که فساد یا سهل‌انگاری یا ترکیب آنها موجب این انفجار شده، اما آنچه مسلم است، اینکه مطمئنا این انفجار بر اثر ناتوانی کارگران بندری در انجام کنترل‌های اساسی یا رشوه گرفتن آنها رخ نداده است. این مشکل مربوط به کارفرماها و سیستم فاسدی است که ساخته‌اند. در حالی که جنگ داخلی لبنان به طور رسمی در سال ۱۹۹۰ به پایان رسید، بسیاری از جنگ‌سالاران باقیمانده به سادگی تغییر چهره دادند و کنترل دولت شکننده لبنان را پس از جنگ عهده‌دار شدند.

طبقات حاکم لبنان، با مصونیت کامل طی سال‌های متمادی کشور را با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو کرده‌اند. فساد و حرص آنها بارها و بارها لبنان را به بحران کشانده و فرقه‌گرایی شایع در میان نخبگان حاکم را هم باید به این موارد اضافه کرد. به طور کلی، لبنان درگیر عدم نظارت و بی‌کفایتی مداوم حاکمان است.

لبنان امروز، درگیر بحران‌های مختلفی است که از آن جمله می‌توان به بحران بهداشتی اشاره کرد که طی آن، زباله‌های انباشته‌شده به آلودگی هوا منجر شده‌اند. اقتصاد نفتکش نیز دیگر بحران پیش روی لبنانی‌هاست. این شرایط بر فقر شهروندان افزوده و آنها را تا مرز گرسنگی پیش برده است. با توجه به این مسائل، بروز یک قحطی در لبنان پیش‌بینی می‌شود.

چالش‌های پیش روی بازار نفت در ۶ ماهه دوم سال ۲۰۲۰ چیست؟

آینده مبهم طلای سیاه

بازار نفت در سال ۲۰۲۰ روزهای پرتنشی را سپری کرده و قیمت نفت هم‌اکنون در مرز ۴۰ دلار باقی مانده است. در این سال همچنین برای اولین بار در طول تاریخ، قیمت فروش آتی نفت آمریکا به کمتر از صفر رسید. عامل اصلی این تنش‌ها، افت تقاضای نفت بود. پاندمی کرونا باعث تعطیلی فعالیت‌های اقتصادی شد و تقاضا برای نفت و فرآورده‌های نفتی کم شد. از طرف دیگر، بسته شدن مرزها و توقف پروازها هم باعث شد تا تقاضا برای سوخت هواپیما که یکی از اصلی‌ترین فرآورده‌های نفتی است، کاهش یابد. منطق در این شرایط حکم می‌کرد که تولید نفت متناسب با تقاضا در جهان کاهش یابد، اما درست در همین زمان دو کشور عربستان و روسیه جنگی قیمتی را در بازار نفت آغاز کردند؛ جنگی که در بدترین زمان ممکن اتفاق افتاد و بازار نفت را ویران کرد. به گزارش « اویل پرایس»، در نتیجه این جنگ قیمتی، عربستان تولید خود را بیشتر کرد و محصولاتش را با قیمت پایین‌تر به بازار عرضه کرد. مدتی نگذشت که کشورها انبار کردن نفت مازاد را آغاز کردند و تمامی انبارهای استراتژیک نفتی پر شد و حتی نفتکش‌های زیادی روی آب به عنوان انبار نفت استفاده شد. زمانی که ظرفیت انبارهای نفتی در دنیا در حال تکمیل شدن بود، قیمت نفت در بازار روند کاهشی به خود گرفت و این کاهش قیمت تا آنجا ادامه پیدا کرد که به دلیل بالاتر بودن هزینه انبار کردن نفت نسبت به هزینه برهم زدن قراردادهای نفتی، قیمت نفت آمریکا برای فروش در بازار آتی منفی شد. این قیمت منفی نشان می‌داد که خریداران تنها در صورتی می‌توانستند نفت را دریافت کنند که فروشنده هزینه انبار آن را نیز متحمل شود. این اتفاق در ماه آوریل سال جاری رخ داد و زنگ خطری را برای اقتصادهای نفتی و کشورهای تولیدکننده نفت به صدا درآورد و آنها به تکاپو افتادند تا بازار را کنترل کنند.

«آوریل سیاه» و تجربه تاریخی بازار نفت

اوج تنش در بازار نفت در ماه آوریل سال ۲۰۲۰ اتفاق افتاد و باعث شد تا فعالان صنعت نفت، تعبیر «آوریل سیاه» را برای این ماه به کار ببرند؛ ماهی که به دلیل اوج‌گیری شیوع کرونا، فعالیت‌های اقتصادی در بسیاری از کشورهای دنیا تعطیل شد و تجارت و تولید هم کاهش یافت. اما تیرگی در بازار نفت باقی نماند و به تدریج قیمت طلای سیاه در بازار افزایش یافت.

سوالی که این روزها در محافل اقتصادی به گوش می‌رسد، این است که آیا می‌توان بازار نفت سال ۲۰۲۰ را بازاری باثبات و قابل اعتماد دانست یا اینکه شوک‌های دیگری در شش ماهه دوم امسال در راه است؟ در پاسخ این سوال باید گفت، بازار جهانی نفت، وضعیت شکننده‌ای دارد و هر تحول کوچک یا بزرگی می‌تواند آن را تحت تأثیر قرار دهد. در این شرایط پرتنش، دو نگرانی بزرگ برای بازار نفت وجود دارد. اول، احتمال شیوع موج‌های بعدی ویروس کرونا که زمینه را برای تعطیلی فعالیت‌های اقتصادی فراهم کند و دوم، احتمال عدم پایبندی اوپک پلاس به تعهد کاهش تولید.

به گفته «اویل پرایس»، اقتصادهای نفتی بزرگ خاورمیانه یعنی عربستان، امارات و کویت مصمم هستند که سیاست کاهش تولید را ادامه دهند، زیرا ادامه اجرای این سیاست مانع از کاهش چشمگیر قیمت نفت می‌شود، ولی آیا دیگر کشورهایی که در این تعهد با اوپک همراه شده بودند هم می‌توانند به تعهدشان پایبند باشند؟ آیا روسیه به عنوان یکی از قدرتمندترین تولیدکنندگان نفت برای قدرت‌نمایی در بازار تولید خود را افزایش نمی‌دهد یا آمریکا برای حفظ صنعت نفت و کسب درآمد در روزهای بعد از کرونا تولید خود را بیشتر نخواهد کرد؟

همه‌گیری ویروس کرونا، همان‌طور که اقتصاد جهانی را دچار سردرگمی و عدم اطمینان در مورد آینده کرده، صنعت نفت را هم با بحران روبه‌رو کرده است. نگرانی در مورد احتمال بروز موج‌های بعدی کرونا در دنیا، تعطیلی دوباره فعالیت‌های اقتصادی و توقف پروازهای بین‌المللی، مسئله‌ای است که در تمامی محافل نفتی مورد بحث قرار می‌گیرد.

آیا طلای سیاه روی آرامش را می‌بینند؟

آژانس بین‌المللی انرژی اخیرا پیش‌بینی خوش‌بینانه‌تری در مورد میزان تقاضای نفت در سال ۲۰۲۰ ارائه داده است. طبق پیش‌بینی ماه مه در سال ۲۰۲۰ تقاضای نفت در دنیا روزانه ۸٫۶ میلیون بشکه کمتر از مدت مشابه سال قبل خواهد بود. این در حالی است که یک ماه قبل پیش‌بینی شده بود میزان تقاضا در سال جاری ۹٫۳ میلیون بشکه در روز کمتر از سال قبل باشد.

این آمار نسبتا خوش‌بینانه در دنیای پرتنش امروز تنها در صورتی محقق می‌شود که دنیا بتواند از موج دوم همه‌گیری کرونا برهد و خبری از افزایش نرخ مرگ و میر و تعطیلی اقتصاد نباشد. آژانس بین‌المللی انرژی از این احتمال به عنوان خطر بزرگی که اقتصاد متزلزل و آسیب‌دیده دنیا را تهدید می‌کند، نام برده است.

شاید این سؤال پیش بیاید که چرا کاهش ۸٫۶ میلیون بشکه‌ای تقاضای نفت در هر روز به عنوان یک آمار خوش‌بینانه و امیدوارکننده معرفی شده است؟ پاسخ این سؤال را می‌توان با توجه به وضعیت بازار در فصل اول و دوم سال جاری مشاهده کرد. در فصل اول سال ۲۰۲۰ تقاضای نفت در دنیا بالغ بر ۱۸ میلیون بشکه در روز کاهش یافت و در فصل دوم هم افت ۱۹٫۹ میلیون بشکه‌ای تقاضا در هر روز را رخ داد. البته انتظار می‌رود در فصول انتهایی امسال بازار وضعیت بهتری داشته باشد، ولی سال ۲۰۲۰ به عنوان یک سال سخت برای صنعت نفت در تاریخ ثبت خواهد شد.

در پایان باید گفت بازار نفت در سال ۲۰۲۰ روزهای پرتلاطمی را طی کرده و نااطمینانی در مورد آینده با وجود شیوع ویروس کرونا باعث شده است تا تصمیم‌گیری‌ها سخت‌تر از قبل باشد. به نظر می‌رسد بازار نفت هم برای درمان نیاز به واکسن کرونا دارد و کشف این واکسن است که می‌تواند حال بازار نفت را مانند حال اقتصاد دنیا بهتر کند.

«پراجکت سیندیکیت» گزارش داد

کرونا، ترامپ را در انتخابات شکست می‌دهد؟

«رفتار نادرست دونالد ترامپ در مقابل بحران کرونا باعث شده تا محبوبیتش در بین افراد مستقل و میانه رو جامعه آمریکا از بین برود. همچنین با خارج شدن کنترل کووید-۱۹ از دستان ترامپ، او گزینه‌های زیاد و متنوعی در انتخابات ماه نوامبر پیش رو ندارد.»

«پراجکت سیندیکیت» در مقاله‌ای به قلم میشاییل اسپنس (Michael Spence) برنده نوبل اقتصاد و دیوید دبلیو بریدی (David W.Brady) استاد علوم سیاسی دانشگاه استنفورد نوشت: «با توجه به اختلافات بین دونالد ترامپ و جو بایدن، نتیجه انتخابات ریاست جمهوری ماه نوامبر، پیامدهای گسترده‌ای نه فقط برای آمریکا بلکه برای سایر کشورها به همراه خواهد داشت. سوال این است که آیا باید چهار سال دیگر در مقابل کارهای ترامپ تاب بیاوریم یا اینکه تغییری در راه است؟

در شرایط دو قطبی امروز، بعید به نظر می‌رسد که رأی دهندگان متعهد به هر یک از نامزدها، هواداری خود را به نفع دیگری تغییر دهند، اما تعداد بسیار کمی از هر دو طرف هستند که می‌توانند نتیجه انتخابات را تعیین کنند. این یعنی میانه روها و افراد مستقلی که نسبت به هویت خود آگاهی دارند، نتیجه انتخابات را مشخص خواهند کرد. از این منظر، به نظر می‌رسد که ترامپ دچار مشکل شده است.

درست پنج ماه پیش، هنگامی که بحران کووید-۱۹ برای اولین بار در آمریکا بروز کرد، ترامپ با چنین مشکلی روبه‌رو نبود. در آن زمان، شیوع کرونا در ایتالیا در صدر عناوین خبرها قرار داشت. در آن زمان، هیچ محدودیتی در آمریکا وجود نداشت و سیستم بهداشتی و درمانی آن خوب اداره می‌شد. بنابراین این تصور ایجاد شده بود که آمریکا به خوبی مدیریت بحران را در دست دارد. براساس آمارها، رتبه محبوبیت ترامپ در ماه مارس افزایش یافت و طی آن تعداد قابل توجهی از جمهوری‌خواهان و میانه‌روها و همچنین دموکرات‌ها واکنش او به بحران کرونا را تأیید کردند.

اما از آن زمان تاکنون موارد ابتلا به کرونا و مرگ و میر آن در آمریکا زیاد شده و ترامپ نیز از پوشیدن ماسک خودداری کرد و حتی بایدن را به خاطر این کار مسخره نمود. در همین حال، بیکاری افزایش یافته و در حالی که برخی حمایت‌ها از کارگران و مشاغل به عمل آمده است، بسیاری انتظار دارند موجی از اخراج به دنبال انقضای آن اقدامات رخ دهد. تولید ناخالص داخلی ۹٫۵ درصد در سه ماهه دوم سال و ۳۲٫۹ درصد در کل سال کاهش یافته که نشان‌دهنده بدترین عملکرد آمریکا از سال ۱۹۴۷ تا به حال است.

با توجه به این شرایط، جای تعجب نیست که نگرش رأی‌دهندگان تغییر کرده است. از پایان ماه مارس تا اواسط ژوئیه، تأیید عملکرد ترامپ و نحوه رسیدگی وی به بحران کرونا در بین همه گروه‌ها کاهش یافته است. برای افراد میانه‌رو در هر دو طرف، نوسان زیاد است و همچنین برای افراد مستقل که الگوهای رأی دهی آنها از عوامل نوسانی متأثر می‌شود، تغییر زیاد بوده است.

همزمان با عدم پذیرش ترامپ و در حالی که او درگیر بحران کروناست، تعداد آمریکایی‌هایی که قصد دارند در ماه نوامبر به بایدن رأی دهند، زیاد شده است، چنانچه از اواخر ماه مارس تا اواسط ژوئیه، تعداد افراد مستقلی که قصد رأی دادن به بایدن را دارند، ۲۳ درصد رشد کرد. تعداد دموکرات‌هایی که از بایدن حمایت می‌کنند نیز ۴ درصد افزایش یافت، در حالی که تعداد جمهوری‌خواهانی که قصد رأی دادن به ترامپ را دارند ۳ درصد کاهش داشت.

اگرچه کرونا، تنها عاملی نیست که بر حمایت از بایدن تأثیر گذاشته، اما عامل مهمی است. اگر کسی با عوامل متعارف به بررسی آمارها بپردازد، می‌تواند به این نتیجه برسد که کووید- ۱۹ و ابعاد بهداشتی و اقتصادی آن، ۲۰ درصد از تغییرات از مارس تا ژوئیه را شکل داده است.

از بین ۸۴ درصد جمهوری‌خواهان که نحوه رسیدگی ترامپ به بحران کووید-۱۹ را تأیید می‌کنند، ۹۷ درصد می‌گویند که به او رأی خواهند داد. با این حال، در بین ۱۵ درصد مخالفان در ماه ژوئیه، تنها ۴۰ درصد تصمیم دارند که به او رأی بدهند، در حالی که ۳۶ درصد تصمیم دارند به بایدن رأی دهند که افزایش ۸ درصدی را از اواخر ماه مارس به نفع بایدن نشان می‌دهد.

در میان ۲۵ درصد میانه رو که نحوه پاسخگویی ترامپ به کووید-۱۹ را تأیید می‌کنند، ۸۵ درصد به او رأی خواهند داد، اما از ۷۵ درصد مخالفان فقط ۷ درصد قصد رأی دادن به وی را دارند. در مورد مستقل‌ها هم ۶۸ درصد از عملکرد ترامپ در مدیریت کرونا در ماه ژوئیه ناراضی بودند، که از ماه مارس ۲۵ درصد افزایش یافته است. از این تعداد، ۶۴ درصد قصد رأی دادن به بایدن را دارند و فقط ۱۱ درصد از مستقل‌هایی که پاسخ ترامپ به کووید-۱۹ را تأیید نمی‌کنند به وی رأی می‌دهند.

در مجموع، ترامپ به خاطر نحوه پاسخگویی به کووید-۱۹، در حال از دست دادن حمایتش در میان افراد مستقل و میانسال است، اما سه ماه تا انتخابات باقی مانده و به نظر می‌رسد ترامپ در تلاش است تا شرایط را تغییر دهد. در همین راستا او در اواخر ماه ژوئیه، نشست‌های خبری در مورد کووید-۱۹ را از سر گرفت، شروع به تبلیغ ماسک زدن کرد و گردهمایی ملی جمهوری‌خواهان را برای ماه اوت در جکسون ویل ایالت فلوریدا لغو کرد.

با این وجود، هنوز مشخص نیست که آیا این اقدامات کافی خواهد بود یا نه، زیرا ترامپ همچنان به حمایت از «حقایق جایگزین» درباره کووید-۱۹ ادامه می‌دهد. یکی از درس‌های مهمی که می‌توان از سایر نقاط جهان آموخت، این است که پاسخ سریع برای مهار ویروس و به حداقل رساندن آسیب اقتصادی ضروری است، حال آنکه پاسخ ترامپ به کرونا سریع نبود. درس دیگر این است که محدود کردن جابه‌جایی افراد و سفرها برای مهار بیماری ضروری است. هنگامی که شمال ایتالیا درگیر کووید-۱۹ شد، دولت تمام سفرهای غیرضروری را متوقف کرد، اما در آمریکا تصمیم‌گیری در مورد چنین موضوعی به عهده فرمانداران ایالتی گذاشته شد و تنها معدودی از ایالت‌ها محدودیت سفر را با تأخیر اعمال کردند. به نظر می‌رسد، با خارج شدن بیماری از کنترل مقامات در چندین ایالت، اقدامات قوی‌تری برای محافظت از سلامت عمومی لازم است. شواهد نشان می‌دهد که هیچ گزینه جذابی پیش روی مقامات قرار ندارد. تعطیلی کسب و کارها باعث نابودی اقتصادی خواهد شد، در حالی که بازگشایی آنها احتمالا به طولانی‌تر شدن دوره شیوع بیماری می‌انجامد و بر مشکلات می‌افزاید. در هر صورت، با اطمینان می‌توان گفت که ضرر ترامپ به سود بایدن خواهد بود.

ترامپ می‌تواند به درستی ادعا کند که برخلاف بحران مالی سال ۲۰۰۸، همه‌گیری ناشی از خطاهای سیاست داخلی نبود، اما واقعیت این است که این بحران بر اثر سیاست‌های داخلی تشدید شد. آمریکا در زمینه مقابله با کرونا با بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته دیگر مقایسه می‌شود و نتیجه این است که جایگاه جهانی آمریکا که قبلا هم ضربه خورده بود، الان به واسطه نحوه پاسخگویی به اپیدمی آسیب جدی دیده است. اگرچه این موضوع ممکن است در حال حاضر نگرانی عمده‌ای برای اکثر آمریکایی‌ها نباشد، اما اگر محدودیت‌های بین‌المللی برای مسافران آمریکایی ادامه یابد، ممکن است شرایط تغییر کند. در هر صورت، ترامپ تا ماه نوامبر با شرایط سختی روبه‌رو خواهد بود.»

اقتصاد ایران دهه ۹۰ را چگونه به پایان می‌رساند؟

مدار صفر درجه

تصویر اقتصاد ایران در آخرین سال از دهه ۱۳۹۰، آنچنان بهم ریخته است که تقریبا نمی‌توان هیچ شاخص امیدوارکننده‌ای از میان آن بیرون کشید. این روزها افزایش نقدینگی به عنوان متهم اصلی تورم بالا در اقتصاد ایران معرفی می‌شود اما این شاخص نیز زمانی آثار مخرب خود را بروز داده که اصلی‌ترین شاخص‌ها در فضای اقتصاد به مرحله ناکامی رسیده‌اند. پیش از آنکه ویروس کرونا از راه برسد و آثار اقتصادی آن نمایان شود، تحریم‌ها، اقتصاد ایران را در تنگنا قرار داده بود. رشد اقتصادی از سال ۱۳۹۷ به زیر صفر تنزل کرده و احتمالا تا سال ۱۴۰۰ از این محدوده خارج نخواهد شد. تجربه سه سال رشد منفی متوالی در اقتصاد تنها در سال‌های ابتدایی پس از انقلاب و سال‌هایی از جنگ تحمیلی رقم خورده بود. در دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ با تمام دشواری‌های اقتصادی، هرگز چنین شرایطی تجربه نشده بود. تحمل رشد منفی برای اقتصاد در سه سال پایانی دهه ۱۳۹۰ در شرایطی دشوارتر جلوه می‌کند که در طول این دهه دو بار دیگر تجربه لغزیدن نرخ رشد اقتصاد به زیر صفر تجربه شده بود و تنها در دو سال میانی دهه، مفهوم واقعی رونق در شاخص رشد اقتصادی نمایان شده است.

برآیند رشد اقتصادی در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸، واقعیت تکان‌دهنده‌ای را نشان می‌دهد. رشد اقتصادی در مجموع این سال‌ها تقریبا صفر بوده، به این مفهوم که اقتصاد ایران در طول این سال‌ها هرگز بزرگ‌تر نشده است. اگر رشد اقتصاد در سال ۱۳۹۹ نیز طبق برآوردها، منفی شود، عملا دهه ۹۰ را باید برای اقتصاد ایران، «دهه ناکامی» قلمداد کرد. ۱۰ سالی که در آن اقتصاد نه‌تنها به جلو گام برنداشته، بلکه کمی به عقب رفته و برآیند همه نمودارهای مثبت و منفی آن به زیر صفر رسیده است. از همین رو برخی از پژوهشگران اقتصادی عنوان «دهه خاموش» را به اقتصاد ایران در ۱۰ سال اخیر، نسبت داده‌اند.

برنامه‌های ۵ ساله پنجم و ششم، رشد اقتصادی متوسط ۸درصدی را برای هر سال هدف‌گذاری کرده بود، اما متوسط رشد اقتصادی در این سال‌ها تقریبا صفر بوده است. از سوی دیگر، تلاطم و نوسان در اقتصاد ایران به قدری بالا بوده که کمترین رشد اقتصادی ثبت شده به گفته مرکز آمار ۸,۳- درصد بوده است و بالاترین نرخ رشد نیز ۱۴ درصد بوده است. نوسان حدود ۲۵ درصدی رشد اقتصادی از دیدگاه اقتصاددانان و اقتصادگردانان، ضربه بیشتری را نسبت به نرخ متوسط صفر در این سال‌ها وارد کرده است.

بررسی وضعیت رشد اقتصادی در ۶۰ سال گذشته نشان می‌دهد که این نرخ کاهنده همراه با نوسانات زیاد و وابسته به نفت بوده است. بررسی وضعیت سایر شاخص‌های کلیدی نیز واقعیت‌های تکان‌دهنده‌ای را درباره «دهه خاموش اقتصاد ایران» نمایان می‌سازد. نرخ تورم نیز در این سال‌ها وضعیت ناخوشایندی را تجربه کرده تا دهه ۹۰ در اقتصاد ایران هم سیل آمده باشد و هم توفان.

به طور کلی، دهه ۹۰ از همان ابتدا برای اقتصاد ایران پر از تنش بود. اولین دور از تحریم‌های بانکی و نفتی در سال ۱۳۹۰ از راه رسید و علاوه بر تعیین سقف برای صادرات نفت، دریافت پول حاصل از این صادرات با ممانعت مواجه شد. سایر نقل و انتقالات مالی نیز به چالش کشیده شد تا موج تنش وارد اقتصاد شود. بهای ارز در اواخر سال ۹۰ و اوایل سال ۹۱ افزایش یافت و التهاب به سایر بازارها سرایت کرد. دلار از یک هزار و ۲۰۰ تومان تا نزدیکی ۴ هزار تومان پیش رفت. تنش در بازارهای مالی، فضای اقتصاد را به سوی سوداگری هدایت کرد و بخش‌های مولد درگیر تبعات تحریم شدند. اولین شوک در رشد اقتصادی در سال ۱۳۹۱ اتفاق افتاد و این شاخص تا ۸,۳ درصد در محدوده زیر صفر پیش رفت و کمترین نرخ رشد اقتصادی پس از پایان جنگ تحمیلی، رقم خورد. اقتصاد در این دو سال وابسته به سیاست خارجی و به بن‌بست خوردن مذاکرات هسته‌ای، وارد رکود شد اما در سال ۹۲ سیاست داخلی تا حدودی به داد اقتصاد رسید. برگزاری انتخابات ریاست جمهوری در این سال، امیدهای تازه‌ای را ایجاد کرد و آغاز مذاکرات هسته‌ای با رویکرد جدید، امیدواری‌ها را افزایش داد. سیاست‌ها نیز به سوی ثبات‌بخشی در فضای اقتصاد کلان حرکت کرد تا بازارهای مالی به آرامش برسند و فعالیت‌های مولد نیز منتظر پایان تحریم‌ها بمانند. هرچند این انتظار دو سال طول کشید اما در همین دو سال رشد اقتصاد به بالای صفر رسید و تورم نیز کاملا مهار شد.

رشد اقتصادی در سال برجام و پایان تحریم‌ها همچون فنری آزاد شد و در سال ۱۳۹۵ به اوج خود یعنی ۱۴ درصد رسید. در سال ۹۶ نیز رشد اقتصاد حدود ۴ درصد شد تا امیدواری‌ها در جهت رشد پایدار اقتصاد تقویت شود. سال ۱۳۹۷ اما با خروج آمریکا از برجام، شوک تازه‌ای به اقتصاد وارد شد. بازگشت تحریم‌ها شرایط را پیچیده‌تر کرد و قیمت دلار به نحو کم‌سابقه‌ای جهش پیدا کرد.

این بار دیگر از اتفاق امیدوارکننده در دنیای سیاست هم خبری نبود که نقطه پایانی بر التهابات بگذارد. با وجود روی کار آمدن مجلس جدید هم فضای اقتصاد آرام نگرفت. رشد اقتصاد در سال ۹۷ به نزدیکی ۵- درصد رسید و در سال ۹۸ نیز بیشتر در محدوده زیر صفر پیش رفت و به حدود ۷- درصد تنزل کرد. البته نرخ رشد اقتصادی بدون احتساب نفت در سال ۹۸ اندکی بالای صفر ایستاد اما فضای کلی اقتصاد تعریفی جز رکود پیدا نکرد.

در سال ۹۹ نیز که قرار بود رشد اقتصاد، روند نزولی خود را متوقف کند، ویروس کرونا از راه رسید. قیمت جهانی نفت به واسطه کاهش تقاضای جهانی افول کرد و درآمدهای وابسته نفت را کاهش داد. بخش‌های غیرنفتی نیز ناشی از این بیماری به سوی رکود بیشتر پیش رفت تا جایی که برآوردها از نرخ رشد ۶- درصد در سال ۹۹ حکایت دارد. طبق پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول، رشد اقتصاد در ایران در سال ۱۴۰۰ مثبت خواهد شد. شاید دهه ابتدایی قرن آینده برای اقتصاد ایران خوش‌یمن آغاز شود تا نقطه شروعی دوباره برای رشد و توسعه باشد.

گزارش نهاد پژوهشی مجلس از وضعیت اقتصاد ایران که به بررسی تغییرات نرخ رشد اقتصادی از دهه ۱۳۴۰ تا اواخر دهه ۱۳۹۰ پرداخته است، نشان می‌دهد که به غیر از یک دهه‌ای که سال‌های ابتدایی انقلاب و تمام سال‌های جنگ تحمیلی را در خود جای داده، بدترین دوره نرخ رشد اقتصادی در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ رقم خورده است. برآیند نرخ رشد در این سال‌ها ۰,۲ درصد بوده است. در سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۹۱ برآیند نرخ رشد اقتصادی ۵ درصد برآورد شده است. این شاخص در طول یک دهه ۱۳۵۷ تا ۱۳۶۷ برآیندی در حدود ۴,۸- درصد داشته است. در طول سال‌های ۱۳۴۱ تا ۱۳۵۶ نیز برآیند ۱۱,۴ درصدی برای شاخص رشد تولید ناخالص ملی به ثبت رسیده است.

همچنین طبق گفته مرکز پژوهش‌های مجلس، بالاترین نرخ تورم نقطه به نقطه ثبت شده از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۸ مربوط به سال ۱۳۷۴ با نرخ ۵۹درصد بوده است؛ پس از آن نرخ تورم نقطه به نقطه ۵۰ درصدی در میانه سال ۱۳۹۸ به عنوان بالاترین رقم این شاخص به ثبت رسیده است. سومین نرخ بالای تورم نقطه به نقطه در طول ۲۸ سال گذشته نیز در دهه ۹۰ به ثبت رسیده که ۴۴ درصد در سال ۹۲ بوده است. در سال ۱۳۸۷ نیز نرخ تورم نقطه به نقطه به ۲۸ درصد رسید بنابراین در میان ۴ قله ثبت شده برای تورم، ۲ قله در دهه ۹۰ ثبت شده است که هر دو بار در پی التهاب شدید ارزی و افت ارزش پول ملی بوده است. این گزارش نشان می‌دهد که دهه ۹۰ از نظر شاخص تورم نیز شرایط سختی را سپری کرده است.

راهکاری برای ایجاد شفافیت و انضباط اقتصادی

آسیب‌شناسی انتشار اوراق بدهی در اقتصاد ایران

ایجاد بازار اولیه فروش اوراق بدهی دولتی، اقدامی است که بانک مرکزی با توجه به اجتناب‌ناپذیری کسری بودجه دولت متأثر از کاهش درآمدهای نفتی و عدم امکان افزایش فشار مالیاتی و همچنین رفع پیامدهای رکودی شیوع کرونا، با هدف دستیابی به کنترل تورم و کمک به رشد اقتصادی کشور از نیمه خردادماه امسال آغاز کرده است. راهکاری که تاکنون توانسته حدود ۵۰هزار میلیارد تومان به رفع کسری بودجه کمک کند.

در این زمینه، علی سعدوندی، کارشناس بانکی با بیان اینکه انتشار اوراق بدهی دولتی، مانعی برای بی‌انضباطی مالی دولت و باعث ایجاد ثبات در اقتصاد خواهد شد، گفت: فروش این اوراق کاهش اجرای پروژه‌های زیان‌ده و ریخت‌وپاش‌ها را به دنبال داشته و نظارت عمومی را تقویت می‌کند.

او با مرور سنت حاکم بر اقتصاد کشور برای رفع کسری بودجه دولت، به ایرنا گفت: استقراض از بانک مرکزی روشی بسیار تورم‌زاست که در کشور ما به صورت سنتی همواره انجام شده است. در این سال‌ها معمولا درآمد ارزی نفت به بانک مرکزی فروخته می‌شد و این بانک پایه پولی ایجاد می‌کرد که دقیقا معادل استقراض از بانک مرکزی است یا در روشی دیگر درآمد نفت در صندوق توسعه ملی واریز می‌شد و بعد هم منابع این صندوق به صورت غیرشفاف به برخی افراد حقیقی و حقوقی اختصاص داده می‌شد که زمینه فساد را فراهم می‌ساخت یا آنکه به منظور تامین کسری بودجه دولت، به بانک مرکزی فروخته می‌شد که مجددا منجر به ایجاد پایه پولی می‌گشت.

این کارشناس اقتصادی اضافه کرد: راهکار دیگر که بدترین راهکار برای رفع کسری بودجه است و متاسفانه حتی امروز هم هوادارانی دارد به این صورت است که ارزی را که قبلا به بانک مرکزی فروخته شده است، دولت مجددا با قیمتی بالاتر به بانک مرکزی می‌فروشد!

این متخصص برنامه‌ریزی استراتژیک بانکی با اشاره به پدیده ارزپاشی برای کنترل تورم در دهه‌های گذشته کشور، گفت: امروز از طرفی دسترسی به ارز نفتی کاهش پیدا کرده است و امکان ارزپاشی وجود ندارد و از سوی دیگر کسری بودجه، که تاکنون به دلیل وجود درآمد نفتی پنهان می‌شد، همچنان برقرار است بنابراین پیش‌بینی شرایط بحرانی برای اقتصاد کشور وجود دارد.

سعدوندی ضمن مزمن دانستن مشکل کسری بودجه در اقتصاد ایران، افزود: راهکاری که سایر کشورهای جهان برای رفع کسری بودجه دارند، شفافیت این کسری است. با اتکا به شفافیت است که دولت‌ها می‌توانند از طریق بازار اقدام به تامین کسری بودجه کنند. در همین راستا انتشار اوراق بدهی دولتی یکی از راهکارهای موثر و کارا برای انجام این مهم است. در این سیستم دولت به صورت شفاف در بازار، اوراق می‌فروشد و موظف است در سررسید، این اوراق را تامین و بازپرداخت کند. البته در سررسید دولت‌ها مجددا اوراق جدید می‌فروشند و چون دولت نکول (ناتوانی در ایفای تعهدات) نمی‌کند، در نزد فعالان بازار این اوراق بدهی، اوراق بدون ریسک محسوب می‌شود. این شرایط باعث می‌شود تا در این کشورها، کسری بودجه نه تنها موجب تورم نشود که بلکه حالت ضدتورمی داشته باشد.

سعدوندی با اشاره به شروع انتشار و فروش اوراق بدهی در ایران از ۱۳ خردادماه گفت: میزان اوراق منتشرشده تاکنون میزان معقولی است، اما کل کسری بودجه دولت باید از این محل تامین شود و به هیچ‌وجه به سراغ افزایش پایه پولی نباید رفت. فعلا روند خوبی صورت گرفته و اقدام وزارت اقتصاد شایان تقدیر است، چون مقاومت در مقابل این اقدام جدی است. البته بانک مرکزی باید اقدام به بازارسازی بازار اوراق کرده و در بازار ثانویه اقدام به خرید و فروش اوراق کند.

این کارشناس اقتصادی درباره اظهارات منتقدان این شیوه توضیح داد: منتقدین معتقدند انتشار اوراق تورم‌زا خواهد بود، ادعایی دقیقا معکوس تجربه جهانی است. علت دیگری که آنان برای مخالفت بیان می‌کنند این است که اگر دولت به این وسیله تامین مالی خود را انجام دهد، در اتخاذ سیاست‌های مالی بی‌مهابا خواهد شد. در حالی که در پاسخ به این افراد می‌توان یادآور شد؛ اتفاقا در حال حاضر دولت دستش برای تامین هر میزان کسری از محل بانک‌ها یا بانک مرکزی باز است، چراکه مدیران بسیاری از بانک‌های کشور مستقیما از سوی دولت مشخص می‌شوند، بنابراین انتشار اوراق نه‌تنها تاثیری در قدرت گرفتن دولت در تامین مالی پروژه‌های زیان‌ده و ریخت‌وپاش‌ها ندارد بلکه نظارت عمومی را در پی دارد. سعدوندی با تاکید بر اینکه انتشار اوراق، مانعی برای بی‌انضباطی مالی دولت و مسبب ایجاد ثبات در اقتصاد خواهد بود، گفت: انتشار اوراق تا زمانی که کسری بودجه ادامه دارد به عنوان یک درمان باید ادامه پیدا کند. اختلاف موافقان این روش با منتقدان در این است که ما می‌گوییم برای درمان بیماری اعتیادگونه اقتصاد کشور باید از متادون استفاده کرد، اما منتقدان می‌گویند، متادون چون خود یک ماده مخدر است، تزریق آن باید متوقف شود، اما آنها نمی‌دانند چون بیمار معتاد است، در صورت قطع متادون، مجددا بیمار به سراغ هروئین باز خواهد گشت بنابراین تا ساختار اقتصادی کشور اصلاح نشده است و ما همچنان دچار این کسری بودجه مزمن هستیم، صلاح نیست به سراغ بدترین روش تامین کسری بودجه، یعنی استقراض از بانک مرکزی و افزایش پایه پولی برویم.

او با تاکید بر ضرورت مدرن‌سازی سیستم بازار سرمایه و لزوم اصلاح در ساختار بازار اولیه و ثانویه در فروش اوراق بدهی دولتی، گفت: اینکه در ایران فرابورس در فروش اوراق بدهی دولتی نقش داشته باشد، امری غیرمنطقی است و بایستی با تغییر این ساز و کار، هزینه انتشار اوراق کاهش پیدا کند. ما برای معاملات اوراق دولتی نیاز به بازاری مشابه با بازار بورس داریم با این تفاوت که بایستی آن بازار در اختیار دولت باشد. در حالی که بازار بورس در اقتصادهای پیشرو، نهادی مستقل و مجزا از بخش‌های دولتی و حکومتی است.

نگاه

گمانه‌زنی‌ها درباره گفته رئیس‌جمهور ادامه دارد

نگاه بخش خصوصی به وعده گشایش اقتصادی

پس از آنکه رئیس‌جمهور در جلسه هفته گذشته هیات دولت از یک گشایش اقتصادی جدید سخن گفت، گمانه‌زنی‌های فراوانی درباره این گفته او شکل گرفت. هرچند حسن روحانی جزییات دقیقی از سازوکارهای این گشایش اقتصادی اعلام نکرد، اما تصویب FATF، آزادسازی دلارهای بلوکه‌شده در کره جنوبی، آغاز مذاکرات دیپلماتیک برای رفع تحریم‌ها، انتشار اوراق سلف نفتی، برنامه دولت برای جاماندگان سهام عدالت و افزایش عرضه اولیه در بازار سهام، ازجمله مهم‌ترین گمانه‌هایی است که در این چند روز در رسانه‌ها و افکار عمومی شکل گرفته است. در این بین، واکنش حسام‌الدین آشنا، مشاور رئیس‌جمهور به گمانه‌زنی‌ها و «دعوت او به یک هفته صبر» باعث افزایش انتقادها از نحوه اطلاع‌رسانی در این باره شد. همچنین فعالان بخش خصوصی اعتقاد دارند که «گشایش در اقتصاد» مقوله‌ای نیست که ظرف چند روز یا یک هفته به وجود آید، به‌خصوص در شرایطی که علاوه بر بحث تحریم‌ها، شیوع کرونا هم اقتصاد ایران را در تنگنای مضاعف قرار داده است.

در این زمینه، کامران ندری، کارشناس بانکی می‌گوید: صحبت از گشایش در اقتصاد، مقوله‌ای است که در بلندمدت و با برنامه‌ریزی حاصل خواهد شد و تنها راهکاری که در کوتاه‌مدت می‌تواند منجر به تحقق این موضوع شود، ایجاد خوش‌بینی در مردم است تا اطمینان از آینده کشور در مسیر بهبود شکل گیرد.

به اعتقاد ندری، تنها اتفاقی که در کوتاه‌مدت اثرگذار خواهد بود ایجاد نوعی خوش‌بینی در آینده اقتصادی کشور است تا مردم مطمئن شوند قرار است مسئولانی با طرز فکر متفاوت، زمام امور را در دست گیرند و اقتصاد به سمت مطلوب تغییر جهت دهد. مشابه اتفاقی که در پایان دولت دهم و تغییر دولت شاهد بودیم که این خوش‌بینی ایجاد شد که قرار است تغییر اساسی در مسیر اداره کشور شکل گیرد و امید به همین بهبود بود که باعث شد تا قبل از اینکه حتی دولت به آقای روحانی تحویل داده شود، متغیرهای اقتصادی جهت مثبتی را به خود گیرد.

ندری خاطرنشان می‌کند: یکی از بزرگ‌ترین مشکلات ما در اقتصاد، نگاه مسئولان به مسائل اقتصادی است. به همین جهت است که اگر قرار باشد هر تغییری در اقتصاد به وجود بیاید، در گام اول باید مسئولان با تغییر نگرش خود ثابت کنند که نگاه‌شان به حوزه اقتصاد و مسائل آن، متفاوت با کسانی است که تا پیش از این بر سرکار بوده‌اند. طبعاً وقتی نگرش متفاوت باشد، برنامه‌ها هم در جهت با همین بینش جدید شکل و ساختاری متناسب با بهبود اقتصادی شکل خواهد گرفت.

ندری سپس گمانه‌زنی‌های موجود را درباره انتشار اوراق ارزی بر پایه فروش نفت را غیرمحتمل عنوان می‌داند و می‌گوید: به نظر نمی‌رسد که تأمین کسری بودجه نیاز به این‌همه روش‌های پیچیده داشته باشد. به باور ندری، انتشار اوراق با سررسید کوتاه‌مدت، متناسب با نرخ بازار نه نرخ تحمیلی و دستوری، البته در کنار مجموعه اصلاحاتی که باید لحاظ شود، خواهد توانست کسری بودجه را جبران کند.

میرمحمد صادقی دیگر عضو باسابقه اتاق ایران نیز درباره وعده گشایش اقتصادی دولت از نگاه بخش خصوصی می‌گوید: مهمترین چیزی که بخش خصوصی انتظار دارد این است که بیش از این تصمیم‌ها به روند کارشان ضرر و زیان نرساند؛ بیشترین زیان بخش خصوصی ناشی از توهم‌هایی است که با تصمیم‌های دولت و بانک مرکزی به آنها تحمیل می‌شود. انتظار بخش خصوصی ثبات در تصمیم‌گیری‌ها، ثبات در سیاست‌های کلان اقتصادی، ثبات در بازار و در نتیجه ثبات اقتصادی است که بخش خصوصی بتواند براساس آن برنامه میان‌مدت برای کارهای خود داشته باشد.

نایب‌رئیس اتاق بازرگانی تهران ادامه می‌دهد: وقتی وعده گشایش اقتصادی می‌دهند، انتظار بخش خصوصی حتما ثبات در تصمیم‌گیری‌ها، ثبات در سیاست‌های کلان اقتصادی، ثبات در بازار است و در نتیجه ثبات اقتصادی است که بخش خصوصی بتواند براساس آن برنامه میان‌مدتی برای کارهای خود داشته باشد وگرنه هیچ گشایشی در بی‌ثباتی و تصمیم‌های خلق‌الساعه نیست و این نوع تصمیم‌گیری پاسخگوی مشکلات امروز نیست.

همچنین مهرداد عباد، عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران با انتقاد از نحوه برخورد برخی مسئولان با اطلاع‌رسانی درباره اخبار اقتصادی به مردم، می‌گوید: با توجه به مشکلاتی که اقتصاد ایران در ماه‌های گذشته با آن رو به رو بوده، الان زمان مناسبی برای سورپرایز کردن جامعه نیست. وقتی جامعه سال‌های موفقی را از نظر اقتصادی پشت سر گذاشته و شرایط روحی خوبی دارد، آنگاه می‌توان با سورپرایز و خبرهای شگفت‌آور، فضایی مفرح را به وجود آورد اما در شرایط فعلی امکان این موضوع وجود ندارد.

او ادامه داد: در ماه‌های گذشته چه تحت تاثیر تحریم‌ها و چه در تحت تاثیر مشکلات داخلی، فشار اصلی به دوش مصرف‌کننده نهایی و اقشار کم‌درآمد جامعه بوده و با شیوع ویروس کرونا، عملا امروز فشار بر جامعه بالاست. از این رو مردم بیش از آنکه به دنبال تفریح و خبرهای پنهانی باشند، در انتظار یک گشایش واقعی و گره‌گشا به سر می‌برند و این امر را نه در خبرها که در عمل دنبال می‌کنند.

عضو اتاق بازرگانی تهران با اشاره به گمانه‌زنی‌هایی که درباره گشایش اقتصادی احتمالی رئیس جمهور مطرح شده، گفت: گزینه‌ای مانند اف ای تی اف که با توجه به برگزاری جلسه این گروه در بهمن ماه عملا ملغی بود. بحث‌هایی مانند فروش اوراق نفتی نیز در بهترین حالت به عنوان یک مسکن در شرایط فعلی به کار می‌آیند و اگر واقعا بناست در زندگی مردم گشایشی صورت گیرد، باید بحث‌ها کلان‌تر باشد.

عباد با بیان اینکه برطرف کردن مشکلات دیپلماتیک امروز اولویت مهم اقتصاد ایران است، گفت: اگر ما بتوانیم همزمان با حفظ عزت ایران، شرایطی را فراهم کنیم که مشکلات بینالمللی و تحریم‌ها برطرف شود، آنگاه می‌توان به یک گشایش جدی و همه‌جانبه امیدوار ماند. امروز سیاست با اقتصاد گره خورده و باید تلاش کرد در این مسیر گره‌ای از مشکلات اقتصادی مردم را باز کرد.

یادداشت

بخش خصوصی از شفاف‌سازی استقبال می‌کند

سعید اشتیاقی
عضو اتاق بازرگانی تهران

در ماه‌هـای اخیر و با افزایش نرخ ارز، نظرات زیادی در این باره ارائه شده است. دولت بخش خصوصی را خطاب قرار می‌دهد که ارز حاصل از صادرات را وارد سیستم اقتصادی کشور نکرده است و با کاهش عرضه در سامانه نیما توسـط بخش خصوصی و افزایش تقاضا در بازار باعث افزایش نرخ دلار شده است. این عدد تا رقم باور نکردنی ۲۵ هزار تومان رسـیده است که رسـیدن این عدد در هیچ یک از دولت‌های گذشته سـابقه نداشته است. نباید از حق گذشـت که این افزایش نرخ ارز در کشور دلایل زیادی از قبیل سیاسی و اقتصادی و حتی مهمان ناخوانده این روزهای دنیا، کرونا دارد. اما به نظر می‌رسـد سـکاندار ساختمان شیشـه‌ای میرداماد در انتهای سال ۹۸ باید متوجه افزایش نرخ ارز در سال ۹۹ می‌شـد. زمانی که بانک مرکزی سرگرم نوسان‌گیری با نرخ دلار و سایر ارزها بود و با افزایش نرخ دلار و کاهش آن در زمان کوتاه از نوسان ایجادشده سـود می‌گرفت، باید تمهیدات لازم را پیش‌بینی می‌کرد. از وظایف بانک مرکزی این اسـت که مانع افزایش نرخ ارز در کشور شود و باید ثبات نسـبی ایجاد کند تا صادرکننده و واردکننده بـا فراغ بال به وظیفه اصلی خود که بـه کار انداختن موتور اقتصادی کشـور و جهش تولید اسـت، بپردازد. بانک مرکزی به عنوان متولی بازار پولی-مالی کشـور باید جلوی سفته‌بازی و عدم تقاضای مولد را می‌گرفت، چون در زمان بیماری کرونا که مرز کشورها بسته بود، ما با کاهش تقاضای واقعی به دلیل بسته بودن مرزها روبه‌رو بودیم. در آن زمان صادرات و واردات بسیار محدود بود و حتی کشورها مرزهای خود را به مسـافران نیز بسـته بودند و تقاضا برای ارز مسافرتی که در آخر هر سال ایجاد می‌شد، وجود نداشت. در ابتدای سال ۹۹ بانک مرکزی در نظر غیرکارشناسـی پیش‌بینی کرده بود نرخ تورم در سـال جاری ۲۲درصد با دایره نوسان ۲درصد است که این موضوع در هیچ جای دنیا مرسوم نیست. جناب همتی بعد از گذشت پنج ماه از سال به اهداف از پیش تعیین‌شده خود نرسیده است و به احتمال قریب به یقین نخواهد رسـید، چون اهداف بانک مرکزی با عملکردش به هیچ‌وجه همخوانی ندارد. دولت در انتهای تیرماه امسال ضرب‌الاجل اعلام کرد که تمامی صادرکنندگان باید ارز حاصل از صادرات را وارد چرخه اقتصاد کنند و در هفته اول مرداد ماه نرخ ارز کاهش نسبی داشته که به نظر می‌آید دلیل اقتصادی پشت آن نبوده، اما مجددا نرخ دلار افزایش یافته است.

اتاق بازرگانی در پایشـی که از کارت‌های بازرگانی فعالان اقتصادی انجام داد، اعلام کرد از ۲۷ میلیارد دلار ارزی که صادرشده و به سیستم اقتصادی کشـور بازنگشـته، فقط ۲.۵ میلیـارد دلار آن برای بخش خصوصی بوده و مابقی آن برای بخش دولتی و یا خصولتی‌هاست که باید وارد سیستم نیما می‌شد، ولی این کار هنوز صورت نگرفته است.

بخش خصوصی هیچ ترسـی از افشـای نام افرادی که ارز حاصل از صادرات را به سیسـتم وارد نکرده‌اند، ندارد و از شفاف‌سـازی در این زمینه اسـتقبال می‌کند. به نظر می‌آید دولت بایـد با دیده باز ببیند چه شـخص یا اشـخاصی از پول بیت‌المال برای منافع شخصی خود سوءاسـتفاده می‌کند و بـا معرفی این افـراد به قوه قضائیه، بسـاط سـودجویان را جمع کرده و این تنش به وجود آمده را در بازار پولی-مالی کشور از بین ببرد و ارز در اختیار کسانی قرار دهند که باعث رشد و شکوفایی اقتصاد می‌گردند؛ نه سودجویانی که منافع ملی را به منافع شخص ترجیح می‌دهند.

در نوزدهمین روز مردادماه رقم خورد

کاهش اندک قیمت سکه و طلا

در دومین روز هفته در بازار سکه و طلا قیمت‌ها اندکی کاهش داشت و در حالـی که نرخ خریـد دلار و یورو ثابت مانده بود، نرخ فروش این دو نوع ارز هم با کاهش قیمت مواجه شـد. بعد از تعطیلات روزهای جمعه و شـنبه، هر قطعه سـکه تمام بهار آزادی طرح جدید در روز یکشنبه با کاهش قیمت همراه شد و به ۱۰ میلیون و ۳۲۵ هزار تومان رسید. همچنین هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم ۱۰ میلیون و ۲۰۰ هـزار تومان قیمت دارد. براسـاس اعلام اتحادیه طلا و جواهر تهران، هر قطعه نیم سـکه هم ۵ میلیـون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد و هر قطعه ربع سـکه هم ۳ میلیون تومان فروخته شـد. سکه یـک گرمی نیز یک میلیون و ۶۳۰ هزار تومان داد و سـتد گردید. در طلافروشی‌ها همچنین هر گرم طلای ۱۸ عیار یک میلیون و ۳۶ هزار تومان خرید و فروش شد. همچنین صرافی‌های بانکی هر دلار آمریکا را در روز یکشنبه به قیمت ۲۲ هزار تومان خریدند و معادل ۲۲ هزار و ۱۰۰ فروختند که نرخ خرید دلار نسبت به آخرین روز معاملات هفته گذشـته ثابت ماند، درحالی که نـرخ فروش آن ۹۰۰ با کاهش قیمت مواجه شـد. صرافی‌های بانکی هر یورو را نیز معـادل ۲۶ هزار تومان خریـداری کرده و به قیمت ۲۶ هـزار و ۱۰۰ تومان فروختند که نرخ خرید یورو نیز ثابت ماند، اما نرخ فروش آن ۶۵۰ تومان کاهش یافت. بانک‌ها نیز هر دلار آمریکا را به قیمت ۲۰ هزار و۱۹۶ تومان و هر یورو را معادل ۲۳ هزار تومان خریداری کردند.

مدیرعامل بورس تهران اعلام کرد

افزایش ساعات معاملات بورسی

مدیرعامل بورس تهران از افزایش ساعات معاملات بورسی خبر داد و گفت تا پایان هفته جاری انجام معاملات تا ساعت ۱۵ افزایش می‌یابد.

علی صحرائی در یک برنامه رادیویی گفت: اوضاع بورس خوب است و مردم هم استقبال خوبی داشته‌اند؛ البته پول‌های خرد مردم جریانی متفاوت از نقدینگی را فراهم کرده و به توسـعه طرح‌های کشـور هم کمک می‌کند. مردم به واسـطه شـرایط فرهنگی علاقه‌مند هستند که مسـتقل باشـند اما فردی که که دانشی هم ندارد وارد این فضای بورسی می‌شود و چشم بسته عمل می‌کنند؛ همچنین دنباله رو دیگران می‌شود. به گفته صحرائی، مردم باید اطلاعات مالی داشته باشند و به متخصص این کار مراجعه کنند زیرا ورود مستقیم ممکن است ضرر و زیانی هم داشته باشد. ویژگی بورس این است که شفافیت حداکثری دارد اما هیچ‌کس نمی‌تواند سـرمایه‌گذاری در بورس را تضمین کند. کشورمان همچنین مشتری محور است. در حال حاضر ۱۰۸ کارگزاری و بیش از ۲۰۰۰ ایستگاه معاملاتی در کشور وجود دارد تا پایان هفته نیز ساعت‌های معاملاتی تا ساعت ۱۵ افزایش پیدا می‌کند.

ارائه کارت اعتباری به اندازه ۵۰درصد ارزش سهام عدالت

سهام عدالت وثیقه وام می‌شود

فرصت امروز: اولین گام برای ارائه کارت اعتباری به دارندگان سـهام عدالت برداشـته شـد و با توافـق بانک‌ها، دارندگان سـهام عدالت به پشـتوانه سـهام خود کارت اعتباری دریافت می‌کنند. این خبر را روز گذشته معاون امور بانکی وزیر اقتصاد اعلام کرد و گفت: تمامی بانک‌ها توافق کرده‌اند تا حداقل ۵۰درصد ارزش روز سـهام عدالت را برمبنای کارت اعتباری در اختیار مشتریان خود بگذارند.

عباس معمارنژاد روز یکشنبه در نشست خبری «ارائه کارت اعتباری با وثیقه‌گذاری سهام عدالت» از ارائه کارت اعتباری به اندازه ۵۰درصد ارزش سـهام عدالت خبـر داد و نحـوه ارائه و مکانیسـم فعالیت این کارت‌های اعتباری را توضیح داد.

معمارنـژاد با بیان اینکـه امکان خرید با این کارت‌هـای اعتباری از تمامی مراکز خرید امکانپذیر است، گفت: بازپرداخت این تسهیلات سه ساله و مطابق با مصوبه شورای عالی پول و اعتبار ۱۸درصد پیش‌بینی شـده و وثیقه این تسـهیلات سـهام عدالت است و مشـتریان نیاز به ارائه هیچ ضمانت دیگر یا سـپرده‌گذاری پیش یـا پس از دریافت وام نخواهند داشت.

او با تاکید بر اینکه تلاش بر این اسـت کـه تمام فرآیند اعطای این تسهیلات به صورت الکترونیک انجام شود، ادامه داد: اکنون بانک ملی ایران تمامی مراحل اعطای این تسـهیلات را برای مشـتریان خود به شـکل الکترونیک انجام می‌دهد. سامانه بانک ملت هم به زودی آماده خواهد شـد. بانک‌های صادرات، تجارت و سـپه هم در فرآیند تکمیل الکترونیکی‌سازی تمامی مراحل اعطای این تسهیلات هستند.

همچنیـن محمدرضـا حسـین‌زاده، مدیرعامل بانک ملـی در ادامه این نشسـت با بیان اینکه سیسـتم ارائه این کارت‌های اعتباری مشابه «کردیـت کارت» در سیسـتم بانک‌های بین‌المللی اسـت، گفت: باید توجـه داشـت که دارندگان ایـن کارت اعتبـاری در صورتی که مبلغ خریداری شـده خود به وسـیله ایـن کارت در بازه زمانـی یک ماهه، تسویه کنند، آن مبلغ مشمول تسهیلات ۱۸درصد نخواهد شد و برای این گروه از مشتریان سود صفر درصد در نظر گرفته خواهد شد و آنان می‌توانند به طور مداوم با این شیوه از اعتبار کارت‌های خود به صورت ماهانه بهره ببرند.

حسین فهیمی، سخنگوی سـتاد آزادسازی سهام عدالت نیز در این نشست به سازوکار شناسایی دارندگان سهام عدالت اشاره کرد و گفت: بنابر تصمیم شـورای عالی بورس، شناسـایی دارندگان سهام عدالت با ارائه یک شماره شبای معتبر و فعال و همچنین ارائه یک شماره تلفن همراه به نام فرد مشمول در سایت سهام عدالت امکان‌پذیر خواهد شد.

او با اشـاره بـه پرداخت ۵ هزار و ۶۰۰ میلیـارد تومان به متقاضیان فروش سـهام عدالت تاکنون، افزود: بدون انجام این فرآیند، شناسایی اعطای تسـهیلات برمبنای سـهام عدالت و همچنین فروش این سهام امکان‌پذیر نخواهد شد.

ویژگی‌های مهم کارت‌های اعتباری در دنیا چیست؟

کارت‌های اعتباری نوعی از کارت‌های بانکی هسـتند که استفاده از آنها گسـتره جهانی دارد و پشتوانه اخذ آنها، اعتبار فرد است. در ایران نیز بعد از آزادسـازی سهام عدالت قرار بر این است تا افرادی که روش مسـتقیم فروش سـهام خود را انتخاب کرده‌اند، در صـورت تمایل از فروش سـهام خود خودداری کرده و از این سهام به عنوان پشتوانه‌ای برای دریافت کارت اعتباری اسـتفاده کنند. اتفاقی که پیش از این در جلسه شورای هماهنگی اقتصادی توسط رئیس کل بانک مرکزی اعلام شد و حالا با توافق بانک‌ها شکل جدی‌تری به خود گرفته و قرار است دسـت‌کم به اندازه ۵۰درصد از ارزش روز سهام عدالت، کارت اعتباری در اختیار مشتریان قرار بگیرد.

در همین زمینه، یک کارشناس اقتصادی ضمن حمایت از این طرح، بـه بیان برخـی از ابهامات آن پرداخت و به باشـگاه خبرنگاران جوان گفت: این طرح، طرح خوبی اسـت اما دارای ابهاماتی از جمله مشخص نبودن رده سـنی متقاضیان، گروه‌های شغلی و چگونگی نحوه دریافت این کارت‌هاست.

وثوقـی با اشـاره به تجارب گذشـته درخصوص اعطـای کارت‌های اعتباری به بازنشسـتگان ادامه داد: این تجربه ناموفقی بود و سبب شد تا برخی سوءاسـتفاده‌ها و کلاهبرداری‌هایی از قبیل این موضوع شکل گیرد بنابراین باید تدابیری اتخاذ شود تا اشتباهات گذشته تکرار نشود.

او با بیان اینکه پشتوانه اعطای این کارت، اعتبار فرد است، گفت: در اکثر کشـورهای جهان که کارت اعتبـاری اعطا می‌کنند، اعتبار فرد از جمله درآمد و محل اقامت او به عنوان پشـتوانه فرد برای دریافت این نوع کارت است و در کشور ما هم قرار است سهام عدالت به عنوان یکی از پشـتوانه‌های دریافت کارت اعتباری قرار گیرد. باید در نظر داشـت که افراد پس از دریافت آن اقدام به سوءاستفاده و نقد کردن کارت در برخی فروشـگاه‌ها نکنند یعنی فرد کارت را به فروشنده ارائه دهد و او با کسر مبلغی از اصل موجودی کارت، پولی را به دارنده کارت بدهد.

وی با بیـان اینکه کارت‌های اعتباری یکبار مصرف نیسـتند، گفت: دارنـدگان این کارت‌ها نمی‌تواننـد به یکباره از آنها اسـتفاده کنند و پس از اتمام موجودی دوباره می‌توان این کارت‌ها را شـارژ کرد. سقف دریافـت این کارت حـدود ۵۰میلیون تومان اسـت درحالی که برای دریافت همین میزان در قالب وام، باید وام گیرنده سـه ضامن داشـته باشد تا مجموع حقوق آنها بتواند پرداخت اقساط را پوشش دهد.

بـه اعتقاد این کارشـناس اقتصادی، در برخی از کشـورهای جهان گاهـی افرادی که خود دارنده این کارت‌ها هسـتند قرارداد جدید فرد دیگـری که می‌خواهد کارت اعتبـاری دریافت کند را امضا می‌کنند و این زنجیره همچنـان ادامه دارد و بدین‌گونه مردم را راغب به دریافت این نـوع کارت می‌کنند. همچنین صورتحسـاب فرد یـک ماه بعد از اولین تراکنش او صادر می‌شود و فرد تا شش ماه پس از دریافت کارت می‌تواند هیچ‌گونه تراکنشـی نداشته باشد اما درخصوص وام‌های دیگر درسـت یک ماه پس از دریافت وام پیامک کسر اقساط به شماره افراد ارسال می‌شود.

وثوقی با بیان اینکه در حال حاضر کارت اعتباری بیشـتر از ۳۶ ماه قابل تقسیط نیست، گفت: نحوه بازپرداخت اقساط به گونه‌ای است که بـه عنوان نمونه قسـط فرد هر ماه قریب به یـک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان اسـت و بانک از این میزان سـود خود را برداشته و یک میلیون تومان مجددا به حساب بازمی‌گردد و کارت فرد مجددا شارژ می‌شود.

این کارشناس اقتصادی ادامه داد: یکی از مزایای مثبت این کارت‌ها نسـبت به وام‌های بانکی، گردشـی بودن اقساط آن است یعنی پس از کسـر سود توسـط بانک عامل، کارت مجدد شارژ می‌شود و فرد کمتر به مشـکل مالی برمی‌خورد و شما از محل حقوق خود، قسط می‌دهید و دیگر نگران نیسـتید با پرداخت قسط، مشکلی بابت مدیریت حقوق خود پیدا کنید. همچنین در برخی از کشـورها وثایقی مانند ملک هم به عنوان تضمین پرداخت این وام قرار می‌گیرد و بسته به میزان اعتبار شما روند دریافت این وام سهل‌تر می‌شود.

سقف ۵۰ میلیون تومانی کارت اعتباری در ایران

همچنین احمد سـتاک با اشاره به وجه تمایز کارت‌های بانکی گفت: کارت‌های نقدی به حسـاب خاصی متصل هستند و دارندگان تنها به اندازه موجودی کارت موردنظر می‌توانند از آن اسـتفاده کنند درحالی که در کارت‌های اعتباری موجـودی وجود ندارد و دارنده می‌تواند آن را مجددا شارژ کنند.

این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه کارت‌های اعتباری در کشور ما تا سقف ۵۰ میلیون تومان اعتبار دارند، گفت: این میزان در کشورهای دیگـر ۱۴۰ هـزار دلار و برخی از کارت‌های آنها از همان ابتدا سـقف و یـا محدودیتی ندارنـد و بیش از ۹۰درصد کشـورهای جهان از این نـوع کارت‌ها اسـتفاده می‌کنند. بدیـن طریق امتیازهایـی در اختیار صادرکننـدگان قرار می‌گیـرد و این کارت‌ها با اتصال به سـوئیچ‌های بین‌المللی سـبب می‌شـوند تا گردشـگران در هر کشـوری که سفر می‌کنند بتوانند از امکانات آن استفاده کنند.

سـتاک با اشاره به مزیت کارت‌های اعتباری ادامه داد: اقساط دارنده یک ماه پس از اولین استفاده فرد از کارت خود شروع می‌شود درحالی کـه وام‌گیرنـدگان بلافاصله یک ماه بعد از دریافـت خود باید اقدام به پرداخت اقسـاط خـود کنند. در برخی از کشـورها بـرای افرادی که اسـتفاده بیشتری از این کارت‌ها دارند مزایایی در نظر می‌گیرند بدین ترتیب که فرد هنگام خرید از برخی فروشگاه‌ها از تخفیف‌های ویژه‌ای برخوردار می‌شود اما در برخی دیگر از کشورها کارمزد برداشت پول از دستگاه‌های ای تی ام برای دارندگان کارت‌های اعتباری، بیشتر است.

بـه گفته وی، در برخی از کشـورهای پیشـرفته مسـائل مربوط به کلاهبـرداری و مفقودی کارت را تضمین می‌کنند و بدین طریق مردم را ترغیب به استفاده از این نوع کارت‌ها می‌کنند و پشتوانه دریافت آن اعتبار فرد یعنی میزان درآمد و محل اقامت او است.

خدمات ویژه مرکز ارتباط با مشتریان بانک پاسارگاد (CRM)

مشتریان بانک پاسارگاد می‌توانند موارد پیشنهاد، انتقاد، مغایرت، سؤال و شکایت خود را از طریق سامانه (CRM) ثبت و از نتیجه آن آگاه شوند.

به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، این بانک به منظور پیشبرد اهداف مشتری‌مداری و در راستای یکپارچه‌سازی فرآیند ثبت و پیگیری سوالات، نظرها، مغایرت‌ها، شـکایت‌ها و... اقدام به استقرار سامانه (CRM) کرده و مشـتریان می‌توانند علاوه بر تماس تلفنی با مرکز، درخواسـت خود را از طریق شعبه‌های این بانک در سراسر کشور، وب‌سایت بانک (www.bpi.ir/crm) و ایمیل (info@bpi.ir) اعلام و پیگیری کنند.

خدمات ارائه‌شده در این مرکز مورد استقبال بسیار خوب مشتریان قرار گرفته اسـت. به‌طوری‌که طبق آمار اعلام شده از سوی این بانک، در چهار ماهه ابتدای سـال جاری بیش از ۱۲۶ هزار تماس به شـکل‌های مختلف (ثبت و ارسـال پرونده، ایمیل، تماس تلفنی و ...) با این مرکز گرفته شـده اسـت که نسبت به چهار ماهه اول سال ۱۳۹۸، رشدی معادل ۱۳۰درصد داشـته اسـت. خدمات کارت و رمز پویا، بانکداری مدرن (اینترنت بانک و موبایل‌بانک)، اسـتعلام حواله‌هـای بین‌بانکی پایا و سـاتنا، آموزش انجام عملیات بانکی و... از موضوعاتی هستند که بیشترین تماس درخصوص آنها با مرکز صورت می‌گیرد.

* سـامانه تلفنی بانک پاسارگاد: مشـتریان و ذی‌نفعان بانک پاسارگاد می‌تواننـد به صورت ۲۴ سـاعته و هفـت روز هفته با شـماره ۸۲۸۹۰-۰۲۱ تماس گرفته و پاسـخ کامل و شـفاف سـوالات خود را از گروه‌های مختلف کارشناسان (مرکز مشـاوره و اطلاع‌رسانی، باشگاه مشتریان، امور سـهام، پشـتیبانی پایانه‌های فروش و بازرسـی) در همان لحظه دریافت کنند. کارشناسـان این مرکز با توجه به آموزش‌ها و دسترسی‌های لازم به سامانه‌های مختلف بانک، در اسرع وقت پاسخگوی تماس‌ها هستند.

* ایجاد صفحه شـخصی برای ثبت و پیگیری: در مرحله اول مشـتری بـا ورود به این سـامانه بـه آدرس (www.bpi.ir/crm) ثبت‌نام کرده و اطلاعـات کاربری خود را وارد می‌کنند. در مرحله بعدی سـؤالات خود را مطـرح کرده و کد پیگیری دریافت می‌کنند. در مرحله سـوم سـؤالات و گزارش‌های مشتریان توسط کارشناسان بانک بررسی و در اسرع وقت پاسخ آن در سامانه ثبت شده و با پیامک به اطلاع مشتری خواهد رسید. مشتری می‌تواند وارد سـامانه شـده، پاسـخ خود را دریافت کنند و در نظرسنجی شـرکت کند. این سامانه قابل اسـتفاده برای همه مردم اعم از مشتریان و غیرمشتریان بانک پاسارگاد است.

* قدردانی از مشـارکت مشتریان: بانک پاسارگاد در راستای قدردانی از مشارکت سازنده مشتریان، متناسب با امتیاز کسب شده توسط مشتریان براسـاس تعداد و کیفیت نظرات و پیشـنهادات آنها، هدایای نقدی از ۱ تا ۲۰ میلیـون ریالـی اهدا می‌کند. به این ترتیب که با عضویت در سـایت، ثبت انتقاد، پیشنهاد و شرکت در نظرسنجی و با توجه به نوع فعالیت آنها امتیازاتی را به کاربر اختصاص می‌دهند و با توجه به امتیازهای کسب شده، جوایزی به آنها تعلق خواهد گرفت و مشتری می‌تواند جوایز موردنظر خود را انتخاب و دریافت نماید.

* دریافت پاسـخ سؤالات پرتکرار بدون تماس: در صفحه مرکز ارتباط با مشتریان بانک پاسارگاد سـؤالات پرتکراری ۲۴ ساعت گذشته که توسط مردم از این مرکز پرسیده شده‌اند را همراه با پاسخ مشاهده کنند. با توجه به درصد بالای پرسش درخصوص بخش‌های ذکرشده، این قسمت می‌تواند پاسخ ابهامات و سؤالات تعداد بسیار زیادی از مشتریان را ارائه دهد و نیازی به تماس و ارتباط مشتری با بانک نباشد. خاطرنشان می‌شود این سؤالات و پاسخ‌های آنها به دلیل ارتباط پویایی که با سامانه CRMبانک دارند، به صورت لحظه‌ای به‌روز می‌شوند.

نوبت اول

آگهی فراخوان مناقصه عمومی

شرکت ملی گاز ایران
شرکت مجتمع گاز پارس‌جنوبی

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد خدمات مورد نیاز خود را با شرایط ذیل از طریق مناقصهٔ عمومی تامین نماید :

شماره مناقصه	۹۹/۸۸۲ (تجدید آگهی)		
موضوع مناقصه	بیمه شخص ثالث و بدنه خودروهای شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی		
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	۸۳۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال		
نوع تضمین شرکت درفرایند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می باشد.		
مبلغ برآوردی مناقصه	۱۶/۶۶۷/۹۰۲/۷۵۶ ریال		
آخرین مهلت بارگذاری و ارسال مستندات ارزیابی کیفی (رزومه)	۹۹/۶/۵	تاریخ تحویل اسناد به واجدین شرایط	۹۹/۶/۲۰
آخرین مهلت تحویل پاکات پیشنهادات مالی	۹۹/۷/۱	تاریخ گشایش پاکات پیشنهادات مالی	۹۹/۷/۱
آدرس مناقصه گزار	استان بوشهر، شهرستان عسلویه، شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی، ساختمان اداری مرکزی ستاد – امور پیمانها		

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه ویا با شماره تلفن ۲۷۵۶- ۰۷۷۳۱۳۱۲۷۶۱ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۹/۰۵/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۰۵/۲۲
۴۴۲

روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

بازار سرمایه، اولین روز کاری هفته را با چراغ سبز آغاز کرد

رشد ۴۴ هزار واحدی شاخص بورس

فرصت امروز: بورس تهران، نخستین روز کاری هفته جاری را با چراغ سبز آغاز کرد و شاخص کل بیش از ۴۴ هزار واحد در این روز صعود کرد. شاخص کل بورس با این رشد ۴۴ هزار و ۳۲۰ واحدی در ارتفاع ۲میلیون و ۷۸ هزار واحد ایستاد. شاخص کل (هم وزن) نیز با یک هزار و ۵۸۲ واحد افزایش به ۵۳۳ هزار و ۴۴۰ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با یک هزار و ۳۸ واحد رشد به ۳۵۰ هزار و ۶۵ واحد رسید. شاخص بازار اول ۳۲ هزار و ۷۰۲ واحد و شاخص بازار دوم ۸۸ هزار ۳۷۶ واحد افزایش داشت. شاخص فرابورس نیز بیش از ۴۱۳ واحد افزایش داشت و کانال ۲۱ هزار و ۵۳۵ واحد را نمایش داد. در معاملات روز یکشنبه بیش از ۹ میلیارد و ۵۹ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۷۰ هزار و ۷۸۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. گروه فرآورده‌های نفتی نیز در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و ۵۸۳ میلیون و ۹۳۵ هزار برگه سهم به ارزش ۲۹ هزار و ۳۷۴ میلیارد ریال در این گروه داد و ستد شد.

کدام نمادها شاخص بورس را بالا کشیدند؟

نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۶ هزار و ۱۳۰ واحد، ملی مس ایران (فملی) با ۴ هزار و ۱۹۶ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۳هزار و ۲۶۸ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با ۲ هزار و ۸۱۹ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۲ هزار و ۵۶۷ واحد، بانک تجارت (وتجارت) با ۲ هزار و ۳۹۱ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۲هزار و ۲۸۵ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با ۲ هزار و ۲۶۸ واحد، گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با ۲هزار و ۲۲ واحد و پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با یک هزار و ۹۸۳ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل، نمادهای ایران خودرو (خودرو) با ۲ هزار و ۴۸۶ واحد، سایپا (خساپا) با یک هزار و ۴۰۹ واحد، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو (خگستر) با ۳۹۱ واحد، پتروشیمی فناوران (شفن) با ۳۸۴ واحد، گروه دارویی برکت (برکت) با ۳۲۶ واحد، پارس خودرو (خپارس) با ۲۷۲ واحد، بانک خاورمیانه (وخاور) با ۲۳۶ واحد، لابراتوارسازی دکتر عبیدی (دعبید) با ۲۱۹ واحد و ایران ترانسفو (بترانس) با ۱۷۳ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه بودند. همچنین نمادهای ملی صنایع مس ایران، پالایش نفت بندرعباس، سرمایه‌گذاری غدیر، بانک صادرات ایران، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو، بانک تجارت و بانک پارسیان ازجمله نمادهای پربیننده بورس بودند.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۴۱۳ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۲۱ هزار و ۵۳۵ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۸۱۵ میلیون برگه سهم به ارزش ۸۳ هزار و ۵۳۵ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، مجتمع صنایع لاستیک یزد (پیزد)، پلیمر آریاساسول (آریا)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، بانک دی (دی)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، بیمه پاسارگاد (بپاس)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو) و فرابورس ایران (فرابورس) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند.

همچنین نمادهای پتروشیمی مارون (مارون)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، نیروگاه زاگرس کوثر (بزاگرس)، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا)، سیمان ساوه (ساوه)، توریل (توکاریل)، پتروشیمی غدیر (شغدیر)، پالایش نفت شیراز (شراز)، توسعه مولد نیروگاهی جهرم (بجهرم)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، پخش هجرت (هجرت) و دامداری تلیسه نمونه (تلیسه) با تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه بودند.

نگاهی به عملکرد بازیگران بورس در هفته گذشته

بورس تهران معاملات هفته منتهی به ۱۵مردادماه را با رشد ۶،۸ درصدی شاخص کل به پایان رساند. همچنین خودنمایی معامله‌گران خرد سهام در سمت خرید، سبب حفظ نقدینگی در زمین بازی آنها شد و به این ترتیب بیش از ۹ هزار و ۶۰۰میلیارد تومان نقدینگی در مسیر پرتفوی معامله‌گران حقوقی به حقیقی جابه‌جا شد. به گزارش سنا، بررسی روند تغییر مالکیت‌ها نشان می‌دهد که از ابتدای تابستان تا ۱۵ مرداد ۹۹، سهامداران خرد بیشتر در نقش خریدار ظاهر شده و طی این مدت تنها در دو روز کاری سهامداران عمده، خالص خرید مثبتی را ثبت کرده و در مابقی روزها فروشنده بودند. به این ترتیب خالص خرید سهامداران خرد در بازه زمانی مزبور به بیش از ۵۶هزار و ۷۴۰ میلیارد تومان رسیده است. در میان صنایع بورسی نیز بیشترین خالص خرید حقیقی‌ها در نماد زیرمجموعه گروه‌های فرآورده‌های نفتی، فلزات اساسی و خودرو بوده است. در مقابل حقوقی‌ها نیز بیشترین حمایت را از سهام گروه‌های سیمان، ماشین‌آلات و کانی‌های غیرفلزی داشتند.

بررسی صنایع مورد توجه سهامداران خرد در هفته گذشته نشان می‌دهد که سهام دو گروه بانکی و فرآورده‌های نفتی در کانون توجه قرار داشتند. خالص خرید حقیقی‌ها در گروه بانکی به بیش از یک هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان رسید و بخش عمده‌ای از این خرید به جمع‌آوری سهام بانک صادرات تعلق داشت؛ به طوری که «وبصادر»، خالص خرید ۱.۶هزار میلیارد تومانی را از سوی سهامداران خرد تجربه کرد. البته در تمامی روزهای هفته صندوق سرمایه‌گذاری بازارگردانی سپهرصادرات به عنوان حقوقی فعال در «وبصادر» به خرید سهم پرداخت و در مجموع ۳۲میلیون سهم را جمع‌آوری کرد.

معامله‌گران حقیقی در گروه فرآورده‌های نفتی نیز خالص خرید یک هزار و ۷۳۱میلیارد تومانی را ثبت کردند که در این میان نمادهای پالایش نفت اصفهان، بندرعباس و تهران در کانون توجه قرار داشتند. به طوری که خالص خرید ۶۹۰ میلیارد تومانی در نماد «شپنا»، ۴۶۶میلیارد تومانی در نماد «شبندر» و ۴۰۰میلیارد تومانی در نماد «شتران» ثبت شد.

در ادامه این روند، سهامداران خرد به خرید سهام گروه شیمیایی تمایل نشان داده و در نهایت ۱.۱ هزار میلیارد تومان نقدینگی بابت خرید سهام مزبور به پرتفوی خود منتقل کردند. در این گروه نیز عمده خریدها به جمع‌آوری سهام «وپترو» تعلق داشت که خالص خرید ۶۲۳ میلیارد تومانی را تجربه کرد. شرکت‌های چند رشته‌ای صنعتی نیز با محوریت «شستا» از دیگر گروه‌های مورد توجه حقیقی‌ها بود، به طوری که از یک هزار میلیارد تومانی خالص خرید حقیقی‌ها در این گروه، ۹۵۰میلیارد تومان به خالص خرید سهام «شستا» تعلق داشت.

در میان نمادهای فلزی نیز سهامداران خرد به جمع‌آوری سهام فولاد مبارکه اصفهان و ملی مس ایران تمایل زیادی داشتند. در مجموع هفته بیش از ۵۸۰ میلیارد تومان نقدینگی بابت خرید سهام «فولاد» به سبد سهام حقیقی‌ها منتقل شد. خالص خرید این گروه از بازیگران در سهام «فملی» نیز به ۴۵۰میلیارد تومان رسید. البته در این گروه بیشترین حمایت سهامداران عمده از نماد فولاد خوزستان بود. بر این اساس ۲۲۴میلیارد تومان نقدینگی از سبد سهام حقیقی‌های «فخوز» به پرتفوی حقوقی‌های آن منتقل شد.

دریچه

به پشتوانه سهام عدالت کارت اعتباری بگیرید

۶۰درصد سهام عدالت قابل معامله شد

فرصت امروز: دومین مرحله از آزادسازی سهام عدالت در حالی کلید خورد که دولت شرایط ویژه‌ای را برای دارندگان سهام عدالت پیش‌بینی کرده است. در حالی که دولت حالا ۶۰درصد سهام عدالت را قابل معامله اعلام کرده است، بانک‌ها مکلف شده‌اند بدون وثیقه به دارندگان سهام عدالت کارت اعتباری بدهند. این کارت که در حکم تسهیلات است، کارکرد بالایی را برای دارندگان سهام عدالت دربر خواهد داشت. پیش از این ۳۰ درصد از سهام عدالت قابل معامله اعلام شده بود اما با تصمیم اخیر دولت که از آن تحت عنوان عیدی به دارندگان سهام عدالت یاد می‌شود، ۶۰ درصد از سهام قابل معامله می‌شود. به عبارت دیگر، وعده رئیس جمهور در مورد ۳۰ درصد دوم سهام عدالت در روز عید غدیر محقق شد و مشمولانی که روش مستقیم را انتخاب کرده بودند، از روز یکشنبه ۱ مردادماه می‌توانند نسبت به فروش ۶۰درصد سهام خود اقدام کنند.

حدود سه ماه پیش بود که مشمولان سهام عدالت از دهم اردیبهشت تا دهم خردادماه این امکان را پیدا کردند تا روش مستقیم یا غیرمستقیم را برای مدیریت سهام عدالت خود انتخاب کنند. در پایان و طبق آمارها، از ۴۹ میلیون نفر مشمول سهام عدالت، ۱۳ میلیون و ۶۰۰ هزار نفر روش مستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کردند. این افراد از هشتم خردادماه امکان فروش ۳۰درصد از سهام خود را با مراجعه به بانک‌ها یا کارگزاری‌ها داشتند. بر این اساس چندی پیش حسن روحانی وعده داد که ۳۰درصد دیگر سهام عدالت برای روز عید غدیر و ۳۰درصد دیگر هم برای ۲۲ بهمن ماه امسال آزاد می‌شود.

وعده‌ای که نیمی از آن محقق شد و از روز یکشنبه مشمولانی که روش مدیریت مستقیم را برای سهام خود انتخاب کرده بودند، می‌توانند نسبت به فروش ۶۰درصد سهام خود اقدام کنند، بنابراین مشمولانی که روش مستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کرده بودند و تاکنون اقدام به فروش سهام خود نکرده‌اند، می‌توانند برای فروش ۶۰درصد سهام خود اقدام کنند.

افرادی هم که پیش از این ۳۰درصد سهام خود را فروخته بودند، می‌توانند نسبت به فروش ۳۰درصد دیگر سهام خود اقدام کنند. سهامداران باید توجه داشته باشند برای فروش سهام خود محدودیت زمانی ندارند و اگر امسال هم اقدام به فروش سهام خود نکنند، حق فروش از آنها سلب نخواهد شد.

در همین حال، ارزش واقعی سهام عدالت با ارزش اولیه ۴۹۲ هزار تومانی، اندکی بیشتر از ۱۸ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان است که ۶۰ درصد آن حدود ۱۰ میلیون تومان می‌شود. این در حالی است که ارزش این سهام در اوایل خردادماه حدود ۷ میلیون و ۶۶۰ هزار تومان بوده است. در این بین، برخی از مشمولانی که در مرحله اول نسبت به فروش ۳۰درصد از سهام عدالت خود اقدام کردند همچنان برای دریافت پول خود از بانک‌ها و کارگزاری‌ها با مشکل روبه‌رو هستند.

طبق گفته شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار، در دور گذشته به دلیل آماده نبودن زیرساخت‌ها مردم به بانک‌ها و کارگزاری‌ها مراجعه کردند و در این مرحله، مراجعه به بانک‌ها وجود دارد اما بانک‌ها از درگاه کارگزاری خود اقدام به فروش می‌کنند بنابراین کسانی که روش مستقیم را برای دسترسی به سبد سهام خود انتخاب کرده و به کارگزاری‌ها معرفی شده‌اند ممکن است به حساب برخی از آنها پول سهام واریز نشده باشد زیرا همه سفارش‌ها تکمیل نشده و ناهماهنگی بین بازار پول و سرمایه اتفاق افتاد. حالا اما مسئولان می‌گویند این ناهماهنگی رفع شده و کسانی که روش غیرمستقیم را انتخاب کرده و سهام‌شان را نفروخته‌اند اما اکنون به فروش آن نیاز دارند می‌توانند در سامانه تغییر وضعیت دهند و سهام خود را بفروشند.

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله ای (تجدیدی)

شهرداری اردبیل در نظر دارد مناقصه به شرح جدول ذیل را برگزار نماید و کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد قیمت و بازگشایی پاکت ها هم بصورت فیزیکی و یا از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد لذا مناقصه گران میتواند به یکی از روش های فوق الذکر اقدام نمایند.

ردیف	عنوان پروژه	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)	مدت اجرا	کد ثبت در سامانه ستاد ایران
۱	احداث پیاده رو و مسیر دوچرخه از میدان پلیس تا خیابان دکتر معماری در حوزه منطقه ۲	۴/۵۳۲/۱۸۹/۸۹۴	۲۲۷/۰۰۰/۰۰۰	۱۲	۲۰۹۹۰۰۵۳۱۵۰۰۰۰۴۷

۱- محل تامین اعتبار: درآمد داخلی شهرداری
۲- مناقصه گران واجد شرایط میتوانند اسناد مناقصه را از تاریخ انتشار آگهی در سامانه ستاد ایران به مدت ۵ روز در مقابل فیش واریزی به مبلغ ۳۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب سپهر ۰۱۰۶۶۳۰۷۴۹۰۰۲ بنام شهرداری اردبیل نزد بانک صادرات شعبه میدان ورزش واریز و از مدیریت پیمان و مناقصه به آدرس اردبیل خیابان سی ام تیر ساختمان شهرداری مرکزمدیریت پیمان و مناقصه و یا از طریق سامانه ستاد ایران به آدرس www.setadiran.ir خریداری کنند. مبلغ واریزی شده غیرقابل استرداد است و اطلاعات تکمیلی مناقصه فوق از طریق وب سایت پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات کشور به آدرس http://iets.mporg.ir نیز قابل دسترسی می باشد.
۳- مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ تضمین قید شده در جدول را به شماره حساب سپهر ۰۱۰۶۶۳۰۷۶۲۰۰۴ بنام شهرداری اردبیل نزد بانک صادرات شعبه میدان ورزش واریز و تصویر آن در سایت قرار دهید ضمنا جهت سهولت در رسیدگی اصل فیش واریزی و یا به همان مبلغ ضمانت نامه بانکی را در پاکت تضمین (پاکت الف) و شرایط و اسناد شرکت را (ب) و مجموع را درپاکت (لفاف) قرار داده و هر سه پاکت را مهر و موم نموده و مشخصات کامل شرکت و مناقصه و شماره تلفن را قید نموده و تا ساعت ۱۳ آخرین روز تحویل اسناد به دبیرخانه شهرداری مرکز تحویل گردد لازم به ذکر است این اسناد باید با اسناد ارسال شده از طریق سایت ستاد ایران مطابقت داشته باشد قیمت پیشنهادی براساس فهارس بهاء راه و باند فرودگاه و ابنیه سال ۱۳۹۹ بدون تعدیل و ما به التفاوت مصالح در (پاکت ج) از طریق سایت ستاد ایران ارسال گردد لازم به ذکر میباشد شرکتهایی که اسناد را بصورت فیزیکی از مدیریت پیمان شهرداری تحویل بگیرند تمامی پاکت ها طبق شرایط عمومی مناقصه تهیه و در زمان قید شده در شرایط تحویل دبیرخانه شهرداری مرکز نمایند.
۴- شرایط پیمانکاران و مهلت و محل تسلیم پیشنهادها: از شرکتهای دارای رتبه راه و یا ابنیه از سازمان برنامه و بودجه دعوت می گردد اسناد مناقصه را تا ۱۰ روز پس از آخرین مهلت دریافت اسناد از سایت ستاد ایران نسبت به تکمیل فرمها و ارسال اقدام نمایند و یا در مدت قید شده تا ساعت ۱۳ به نشانی اردبیل- میدان ورزش- شهرداری مرکز- دبیرخانه تحویل گردد پیشنهادهایی که دیرتر از این مهلت تسلیم گردد دریافت نخواهد شد.
۵- بدیهی است شرکت در مناقصه و ارائه پیشنهاد به منزله قبول شروط و تکالیف مقرر در اسناد مناقصه بوده و شهرداری در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است.
۶- سایر جزئیات و شرایط تکمیلی در اسناد مناقصه درج شده است.
۷- هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه خواهد بود.

۲۲۸
حمید لطف اللهیان – شهردار اردبیل

شرکت گاز استان مازندران

آگهی مناقصه عمومی

نوبت دوم

شماره مناقصه: ۴۲۹۳۲

شماره مجوز: ۱۳۹۹.۲۳۴۰

شرکت گازاستان مازندران در نظر دارد مناقصات جدول ذیل را بین پیمانکاران واجد شرایط با مشخصات و شرایط ذکر شده به روش مناقصه عمومی و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار 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 قبل ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

ردیف	موضوع مناقصه	شماره در سامانه	مبلغ تضمین	مبلغ برآورد
۱	ساخت و نصب ۲۰۰ عدد انشعاب پراکنده واجرای ۶هزار متر شبکه حفره خالی در سطح شهرستان بابل به روش PC	۲۰۹۹۰۹۱۵۷۸۰۰۰۰۶۳	۵۷۰,۷۷۰,۰۰۰	۱۱,۴۱۵,۳۸۴,۰۹۵
۲	اجرای ۱۵۰۰۰ متر شبکه حفره خالی در سطح شهرستان بابل به روش PC	۲۰۹۹۰۹۱۵۷۸۰۰۰۰۶۴	۸۰۹,۳۶۰,۰۰۰	۱۶,۱۸۷,۱۹۲,۰۵۸

۱- محل اجرای پروژه در محدوده گاز استان مازندران
۲- محل تامین اعتبار منابع داخلی
۳- نوع تضمین فرایند ارجاع کار: تضمین بانکی معتبر بر اساس آیین نامه تضامین معاملات دولتی مصوبه هیئت وزیران به شماره ۱۲۲۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲ و اصلاحات بعد از آن در خصوص کارهای پیمانکاری
۴- تاریخ انتشار مناقصه در سامانه: ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه ۱۳۹۹/۰۵/۲۰ می باشد
۵- مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۴:۳۰ روز چهارشنبه تاریخ ۱۳۹۹/۰۵/۲۲
۶- مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۴:۳۰ روز شنبه تاریخ ۱۳۹۹/۰۶/۰۱ (ضمناً اصل ضمانت نامه شرکت در فرآیند ارجاع کار در این مهلت ثبت اتوماسیون اداری و تحویل دبیرخانه رمز محرمانه حراست گردد)
۷- زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۹ روز سه شنبه تاریخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۱
۸- مدت اعتبار پیشنهادها سه ماه می باشد و این مدت حداکثر برای یک بار قابل تمدید است
۹- شرایط متقاضی:
- داشتن گواهی صلاحیت از سازمان برنامه و بودجه در رشته تاسیسات و تجهیزات و یا نفت و گاز با ظرفیت آزاد
- داشتن توانایی ارائه تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار و انجام تعهدات طبق ضوابط کارفرما
- داشتن کد اقتصادی از وزارت اقتصادی و دارایی
- ثبت نام و اخذ کد اطلاع رسانی پایگاه ملی مناقصات با مراجعه به سایت http://iets.mporg.ir
- ارائه صورتهای مالی حسابرسی شده منتهی به ۱۳۹۷/۱۲/۲۹ برای پیشنهاد های بالای ۱۰ برابر نصاب معاملات متوسط باشد الزامیست با رعایت ماده ۴ آیین نامه راهکارهای افزایش ضمانت اجرایی و تقویت حسابرسی
- *حداقل نصاب پیشنهاد دهنده در این مناقصه ها سه مناقصه گر می باشد*
- قیمت ها متناسب با کالاهای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردند(در صورتی که کالای مشابه تولید داخل دارد)
متقاضیان مناقصاتی که دارای شرایط مذکور در بند *۹* فوق بوده و آمادگی اجرای پروژه را دارند می‌توانند درمهلت تعیین شده فوق‌الذکر جهت دریافت اسناد به سایت اعلام شده مراجعه نمایند.
- شرکت کنندگان در مناقصه می بایست شماره ثابت و شماره فکس دفتر خود را در سامانه ستاد ارائه نمایند در غیر اینصورت مسئولیت عدم اطلاع رسانی در مواقع ضروری به عهده آن شرکت می باشد و حق هیچگونه اعتراضی نخواهند داشت
- به پیشنهادات شرکت های دارای هیئت مدیره مشترک موثر در انجام مناقصه ترتیب اثر داده نخواهد شد
- جهت کسب اطلاعات بیشتر در سایت شرکت گاز استان مازندران به آدرس www.zigc-mazandaran.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات کشور به آدرس http://iets.mporg.ir مراجعه نمایید.
- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه
- مرکز تماس: ۰۲۱-۴۱۹۳۴ ۰۲۱-۵۷۸۹۵۰۰۰
- دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۹۵۱۹۳۷۴۸

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۰

۲۲۶
شرکت گازاستان مازندران

راه‌اندازی سفته دیجیتال و ارائه تسهیلات الکترونیکی

رئیس مرکز فناوری اطلاعات و اقتصاد هوشمند وزارت اقتصاد و دارایی از راه‌اندازی سفته دیجیتال و ارائه تسهیلات الکترونیکی به کسب وکارهای آسیب‌دیده در زمان همه‌گیری ویروس کرونا خبر داد.

به گزارش ایسنا از مرکز ملی فضای مجازی کشور، علی عبداللهی - رئیس مرکز فناوری اطلاعات و توسعه اقتصاد هوشمند وزارت اقتصاد و دارایی -در جلسه کمیسیون عالی تنظیم مقررات مرکز ملی فضای مجازی با اشاره به جهش دیجیتالی دنیا به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا گفت: وزارت امور اقتصادی و دارایی در راستای چشم‌انداز و حرکت به سمت اقتصاد هوشمند، به دنبال تسهیل در ارائه خدمات، کاهش مراجعات حضوری و در نهایت تحقق دولت الکترونیک که از تاکیدات شورای عالی فضای مجازی کشور است، ارائه تسهیلات به کسب و کارهای آسیب‌دیده به دنبال همه‌گیری ویروس کرونا را طبق مصوبه دولت و کمیته ملی مبارزه با کرونا در اولویت برنامه‌های خود قرار داده است. وی ضمن ارائه گزارش فرآیند و عملکرد تخصیص سفته الکترونیک و در راستای آن ارائه تسهیلات در کمتر از ۲۴ ساعت، افزود: برای ارائه تسهیلات به متقاضیان باید در مرحله نخست احراز هویت صورت گرفته و پس امضای قرارداد فی مابین طرفین، تضامین ارائه شود که با توجه به فرآیند طولانی و نیاز به مراجعات متعدد و همچنین مستندسازی مدارک، ارائه سفته الکترونیکی برای متقاضیان در نظر گرفته شد. عبداللهی با بیان اینکه سفته زیرمجموعه خزانه‌داری و همچنین دارای حق تمبر سازمان امور مالیاتی است، تاکید کرد: با همکاری نهادهای مربوطه در حال حاضر این خدمت در اختیار بانک ملی قرار گرفته و صرفا گام اول آن، ارائه تسهیلات به کسب وکارهای آسیب‌دیده از کروناست که در نهایت به کل متقاضیان تعمیم داده می‌شود. وی اعلام کرد: کسب و کارهای آسیب‌دیده که شامل بنگاه‌های بزرگ و صنوف کوچک است، پیشتر در سامانه کارای وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ثبت نام کرده و لیست آنها به همراه میزان تسهیلات موردنظر در اختیار بانک‌ها قرار گرفته است. رئیس مرکز فناوری اطلاعات و اقتصاد هوشمند وزارت اقتصاد و دارایی با اشاره به اینکه بانک ملی درخواست‌کننده ارائه این خدمت بوده و زیرساخت‌های این بانک برای این تحول آمادگی کامل داشت، تصریح کرد: این خدمت معطوف به بانک ملی نیست و هر بانک دیگری که تصمیم به ارائه تسهیلات به کسب وکارهای آسیب‌دیده از کرونا دارد، می‌تواند درخواست خود را به مرکز فناوری اطلاعات و توسعه هوشمند ارسال کند تا پس از بررسی زیرساخت‌های فنی آن شامل اتصال صحیح و چگونگی انجام فرآیند تخصیص و ابطال نسخه الکترونیکی سفته، این سرویس در اختیار آن قرار خواهد گرفت. وی با بیان اینکه احراز هویت و امضای الکترونیکی آن با همکاری دبیرخانه شورای اجرایی فناوری اطلاعات، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و وزارت صمت صورت گرفته، افزود: در سیستم بانک ملی این شناسایی و احراز هویت چند لایه است یعنی بخشی از اطلاعات را از سامانه کارا، بخشی سامانه شاهکار و در نهایت اطلاعاتی هویتی از پیش ثبت شده از مشتریان در بانک ملی است. علی عبداللهی گفت: طبق ماده ۴۴۹ لایحه قانون تجارت ما ظرف سه سال موظف به راه‌اندازی سفته الکترونیک بودیم اما همه‌گیری ویروس کرونا این تحول را تسریع بخشید. با راه‌اندازی بخش اعطای تسهیلات و اعتبار دیجیتال مبتنی بر موبایل، در بانکداری موبایلی نیز دچار تحول شده و از مرحله پرداخت‌های خرد و کارت به کارت به مرحله ارائه تسهیلات حرکت کردیم.

ورود آرامش به بازار فولاد با تصمیم جدید وزارت صمت

دبیر انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران با اشاره به تصمیمات جدید وزارت صمت در حوزه تنظیم بازار فولاد، معتقد است که با توجه به اینکه تصمیم‌ها در جلسات کارشناسی شده، اتخاذ می‌شوند و با کاهش سفته‌بازی‌ها به عنوان بزرگ‌ترین معضل بازار فولاد، اتفاقات خوبی را در این زمینه رقم خواهد خورد.

سید رسول خلیفه سلطانی پس از اتفاقات اخیر در حوزه عرضه فولاد و کف عرضه در بورس، هشدارها و اولتیماتوم‌ها، در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: با حضور دکتر مدرس‌خیابانی در رأس وزارت صنعت، معدن و تجارت و تصمیمات جدید این وزارتخانه در حوزه تنظیم بازار فولاد، خوشبختانه تنظیم بازار فولاد از شخص‌محوری قبلی خارج شده و در جلسات، کارشناسی شده تصمیم‌گیری‌ها انجام می‌شود.

دبیر انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران با بیان اینکه آثار تصمیمات اخیر به تدریج در بازار فولاد دیده خواهد شد، گفت: بیش از پنج ماه است که موضوعات مهمی همچون ارائه برنامه عرضه داخلی و صادرات اسلب و شمش فولادی مورد مطالبه انجمن بوده است تا در نهایت در یک ماه گذشته، این موارد در دستور کار جدی وزارت صمت قرار گرفت. در ماه جاری این برنامه در رابطه با اسلب ابلاغ شد. البته لازم است با همفکری واحدهای تولیدی و در نظر گرفتن مسائل آنان، به درستی اجرایی شود.

وی افزود: آخرین پیگیری‌های انجمن در رابطه با شمش فولادی هم حاکی از نهایی شدن برنامه عرضه داخلی و صادرات آن است که لازم است این برنامه هم هرچه زودتر ابلاغ شود تا واحدهای تولیدی بتوانند برای تولید و عرضه خود در بورس کالا در طول سال برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند.

خلیفه‌سلطان خاطرنشان کرد: طبق برنامه‌ریزی‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت، موضوع مدیریت تقاضای ورق‌های فولادی هم در حال انجام است. سابقه قبلی در ساماندهی تقاضای محصولات پتروشیمی و همچنین رویکرد مسئولانه موجود، ما را به واقعی شدن سهمیه‌های بهین‌یاب و کاهش تقاضای سفته‌بازی که مهمترین بخش معیوب بازار فولاد هم هست، امیدوار کرده است. ضمن اینکه تخصیص سهمیه‌های آهن اسفنجی به واحدهای ذوب القایی نیز از اقدامات مثبت دیگری است که البته هنوز به درستی اجرا نشده است.

دبیر انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران ضمن تاکید بر اینکه هرچند که این برنامه‌ها ممکن است ایراداتی در اجرا داشته باشند، تصریح کرد: اما اقدام برای آنها یک یا چندگام رو به جلو محسوب می‌شود که آثار آن به تدریج قابل مشاهده خواهد بود بنابراین به نظر می‌رسد با تسریع در ابلاغ تصمیمات و حل موانع اجرایی احتمالی آن و همچنین استمرار در فرآیند نظارت، بازار فولاد از التهابات اخیر خارج شده و رنگ آرامش به خود بگیرد.

دلیل افزایش هزار تومانی قیمت هر کیلو مرغ

نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گفت قیمت مرغ زنده اواسط هفته گذشته به ۱۳هزار و۵۰۰ تومان رسید و به تبع آن قیمت مرغ گرم در بازار هزار تومان افزایش یافت و به حدود ۱۹ هزار و ۳۰۰ تا ۱۹ هزار و۵۰۰ تومان رسید.

حبیب اسدالله‌نژاد در گفت و گو با ایسنا، با بیان اینکه سامانه بازارگاه سیستم بسیار خوبی است و می‌تواند با تغییرات جزئی مشکل توزیع نهاده‌ها را به صورت کامل برطرف کند، اظهار کرد: می‌توان این سیستم را به گونه‌ای طراحی کرد که یک واحد مرغداری برای تامین نهاده‌های موردنیاز به شرکت تعاونی شهرستان یا استان نیازی نداشته باشد و از طرفی هزینه‌ای بابت درصد فروش به تشکل‌ها پرداخت نکند و هزینه تمام شده مرغ نیز افزایش نیابد و مستقیما از طریق سامانه بازارگاه خرید خود را انجام دهند. وی اضافه کرد: سامانه بازارگاه سامانه خوبی است اما مشکلی که وجود دارد این است که تامین و توزیع نهاده‌ها به درستی از طریق این سامانه صورت نمی‌گیرد. نایب رئیس کانون انجمن مرغداران اضافه کرد: ۵۰درصد نهاده موردنیاز مرغداران از طریق سامانه بازارگاه به واسطه تشکل‌ها تامین می‌شود، اما مرغداران باید مابقی را از بازار آزاد با هزینه گزاف تهیه کنند. البته برخی واحدها به دلیل ارتباطاتی که دارند می‌توانند درصد بیشتری از نهادهای موردنیاز خود را از این سامانه تهیه کنند، ولی اکثر واحدهای خرد این امکان را ندارد.

به گفته وی، سویا و ذرت به اندازه کافی برای واحدهای تولیدی تامین نمی‌شود و قیمت آنها همچنان در بازار آزاد بالا است. اسدالله‌نژاد با بیان اینکه مسئولین مربوطه از فروردین ماه دائماً وعده حل مشکلات را داده‌اند اما تاکنون نه‌تنها هیچ مشکلی برطرف نشده بلکه حتی به آن اضافه شده است، اظهار کرد: از تولیدکنندگان توقع داریم که همواره تولید را انجام دهند، زیرا مرغ نیاز جامعه است و بایستی تامین شود. بعضاً این سوال پرسیده می‌شود که اگر واحدهای تولیدی دائما در حال ضرر هستند چرا به تولید ادامه می‌دهند. در پاسخ باید گفت که واحدهای مرغداری به تولید زنده هستند و اگر تولید نکنند دچار مشکلات بسیاری خواهند شد و در معرض ورشکستگی قرار خواهند گرفت.

اخبار

رشد ۷درصدی خرید تضمینی گندم

هاشمی، رئیس بنیاد ملی گندمکاران کشور گفت بنابر آخرین آمار از ابتدای فصل برداشت تاکنون ۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تن گندم با ارزش بالغ بر ۱۸ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان خریداری شده است.

عطااله هاشمی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت خرید تضمینی گندم اظهار کرد: بنابر آخرین آمار از ابتدای فصل برداشت تاکنون ۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تن گندم با ارزش بالغ بر ۱۸ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان از گندمکاران خریداری شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۷درصد رشد داشته است.

او روند پرداخت مطالبات را مساعد دانست و افزود: تاکنون ۱۵ هزار میلیارد تومان از مطالبات گندمکاران پرداخت و مابقی به تدریج به حساب گندمکاران واریز می‌شود.

هاشمی ادامه داد: مطالبات گندمکاران تا سوم مرداد پرداخت شده است که انتظار می‌رود مابقی مطالبات در اسرع وقت پرداخت شود چراکه کشاورزان برای آماده شدن کشت سال آینده و تامین معیشت خانوار خود نیاز به نقدینگی دارند.

رئیس بنیاد ملی گندمکاران با تاکید بر اعلام به موقع قیمت خرید تضمینی گندم گفت: از دولت تقاضا داریم که نرخ خرید تضمینی گندم را در اوایل شهریور اعلام کند تا کشاورزان بتوانند تصمیمات لازم را اتخاذ کنند.

او قیمت منطقی خرید تضمینی هر کیلو گندم برای سال زراعی آینده را ۴ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد.

واکنش گندمکاران به تغییر سایز الک گندم

رئیس بنیاد ملی گندمکاران درخصوص تغییر سایز الک گندم گفت: الک مورد استفاده برای گندم آبی توافق شده، اما نسبت به الک مورد استفاده گندم دیم انتقاداتی وارد است.

هاشمی در پایان با اشاره به اینکه گندم دیم از نظر حجمی نسبت به گندم آبی ضعیف‌تر است، تصریح کرد: با توجه به اعتراض اکثر گندمکاران انتظار می‌رود که تجدیدنظری درخصوص الک صورت گیرد.

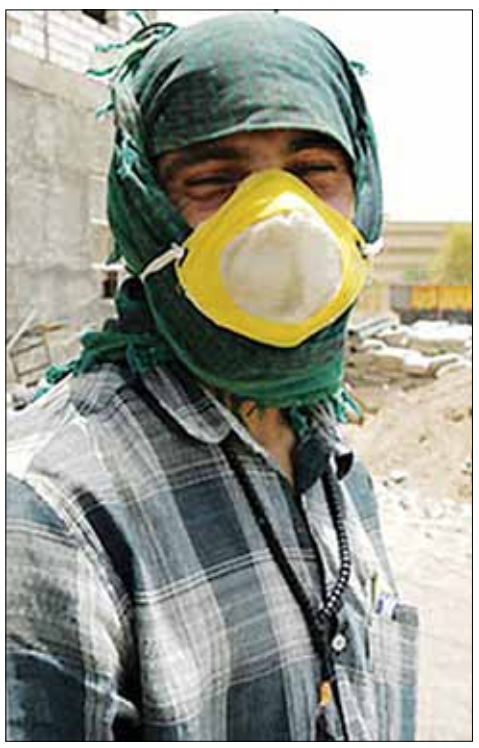
کارگران ساختمانی با شیوع کرونا دیگر منبع درآمد ندارند

نماینده طرقبه و چناران در مجلس شورای اسلامی با انتقاد از وضعیت کارگران ساختمانی گفت که کارگران ساختمانی به دلیل نبود کار در وضعیت شیوع کرونا منبع درآمد خود را از دست داده‌اند.

به گزارش ایسنا، حسین عباس‌زاده امامی در جلسه علنی روز یکشنبه مجلس در تذکری شفاهی به وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت: کارگران ساختمانی یکی از اقشار آسیب‌پذیر جامعه هستند که با سختی تمام کار می‌کنند اما شغل آنها در زمره مشاغل سخت و زیان‌آور قرار نگرفته و از مزایای این بخش بهره‌مند نمی‌شوند. کارگران ساختمانی قشری زحمتکش هستند که خانه می‌سازند اما بی‌خانه هستند و به اقتضای شغل‌شان در گرمای طاقت‌فرسای تابستان و سرمای سخت و سوزان زمستان نمی‌توانند از وسایل گرمایشی و سرمایشی استفاده کنند و این سختی کار مشکلات آنها را مضاعف کرده است.

وی افزود: دست‌های پینه بسته و خشن، چهره‌های تکیده و شیار جبین کارگران ساختمانی نشان از زحمات بسیار این قشر دارد اما غفلت دولت و عدم حمایت از آنها خستگی بیشتری را در چهره آنها نمایان می‌کند لذا تعیین بیمه بازنشستگان کارگران ساختمانی به طور ناعادلانه ۳۵ سال تعیین شده که نیازمند اصلاح قانون است. همچنین سازمان تامین اجتماعی علی رغم دریافت ۳۰ درصد حق بیمه نه‌تنها بیمه بیکاری به آنها پرداخت نمی‌کند بلکه اگر در ساختمان‌های فاقد پروانه یا تعمیرات جزئی یا حین تردد به محل کار دچار حادثه شوند به آنها غرامت حوادث ناشی از کار پرداخت نمی‌شود و این در حالی است که این شغل دارای بیشترین حوادث است.

این نماینده مجلس با بیان اینکه کرونا به همه اقشار به طور مستقیم و غیرمستقیم آسیب وارد کرده است، افزود: کارگران ساختمانی به دلیل نبود کار منبع درآمد خود را از دست داده‌اند، در این شرایط دولت هزینه صدور کارت مهارت کارگران ساختمانی را از ۵ هزار تومان ۱۰ برابر افزایش داده و هزینه ثبت نام ۲ هزار تومان را به ۱۰۸ هزار تومان رسانده همچنین هزینه رایگان آزمون ۵۰ هزار تومان شده است.



گلایه قطعه‌سازان از بانک مرکزی!

به اعتقاد دبیر انجمن سازندگان قطعه و مجموعه‌های خودرو کشور، برخلاف آنکه تمامی صنعتگران و نهادها به دنبال جهش تولید هستند بانک مرکزی با عدم تخصیص ارز و تامین نیاز قطعه‌سازان، دو صنعت خودروسازی و قطعه‌سازی را زمین‌گیر خواهد کرد.

مازیار بیگلو - در گفت‌وگو با ایسنا، در رابطه با موضوعات مطرح شده در آخرین جلسه انجمن‌های قطعه‌سازی با سرپرست وزارت صمت که با حضور مدیران دو خودروساز کشور و در راستای بررسی موانع و مشکلات صنعت قطعه‌سازی برگزار شد و همچنین نتایج آن، اظهار کرد: این جلسه به طور کلی پیرامون پیگیری موضوعات مطرح شده و مصوبات آن در نشست قبلی (حدودا دوماه پیش) برگزار شد. موضوع اصلی این جلسه، بحث نیاز ارزی قطعه‌سازان و عدم همکاری بانک مرکزی در این زمینه بود. دبیر انجمن سازندگان قطعه و مجموعه‌های خودرو کشور تصریح کرد: بانک مرکزی کماکان روال سابق خود را ادامه می‌دهد و از تخصیص ارز به بهانه‌های مختلف سر باز می‌زند. این در حالی است که وزارت صنعت، معدن و تجارت و در حقیقت سرپرست آن، با اشراف کاملی که به موضوع دارد پیگیر موضوع هستند، در حقیقت می‌توان گفت که وزارت صمت، تمام اقدامات لازم برای آنکه تولیدکنندگان ارز موردنیاز خود را دریافت کنند، انجام داده است، اما متاسفانه تمامی این اقدامات در بانک مرکزی بی‌نتیجه مانده است.

وی ضمن تاکید بر اینکه بانک مرکزی با بهانه‌های مختلف، ارز موردنیاز تولیدکننده را تخصیص نمی‌دهند، افزود: گزارش‌های کامل به سرپرست وزارت صمت ارائه شد و هماهنگی‌های لازم با مدیران و معاونین وزارتخانه انجام شد تا برای تامین ارز موردنیاز قطعه‌سازان، پیگیری‌های بیشتری صورت گیرد. شاید نیاز است از سمت دفتر ریاست جمهوری این موضوع پیگیری شود؛ چراکه ظاهرا بانک مرکزی همکاری لازم را ندارد.

با دستور سرپرست وزارت صمت، تامین فولاد خودروسازی و قطعه‌سازی در اولویت قرار گرفت

این عضو هیات مدیره انجمن سازندگان قطعه با بیان اینکه موضوع دیگری که در این جلسه به آن پرداخته شد، بحث اخلال در تامین مواداولیه تولید داخل و به‌ویژه فولاد بود، گفت: در این زمینه نیز توضیحات لازم ارائه شد که طی همان جلسه جناب مدرس خیابانی با مدیرعامل فولاد مبارکه تماس گرفته و دستور دادند که تامین تمام فولاد موردنیاز صنعت قطعه‌سازی و خودروسازی در اولویت قرار گیرد و سپس مازاد آن برای صادرات در نظر گرفته شود.

وی افزود: حتی پیشنهاد دادند که رینگ مخصوص خودروسازی و قطعه‌سازی تشکیل شود تا فولاد آنها در همان رینگ خودرویی عرضه شود که قرار است اقدامات لازم صورت گیرد. تا آنجا که اطلاع داریم گویا روز پنجشنبه گذشته نیز فولاد مبارکه از پرسنل خود دعوت به کار کرده تا سریعا فولاد موردنیاز قطعه‌سازان و خودروسازان را تامین‌کنند؛ لذا به نظر می‌رسد که با پیگیری انجمن‌های قطعه‌سازی و همراهی خودروسازان، مشکل تامین فولاد برطرف شود تا پس از آن به تامین سایر مواد همچون مس و آلومینیوم بپردازیم.

نقدینگی ۱۲۰ روزه قطعه‌سازان از هر منبع ممکن، بایستی پرداخت شود

دبیر انجمن سازندگان قطعه و مجموعه‌های خودرویی، سومین مسئله مطرح شده در این جلسه را مشکل نقدینگی قطعه‌سازان عنوان کرد و گفت: برای این موضوع نیز سرپرست وزارت صمت به مدیران هر دو خودروساز تاکید کرد که حتما مطالبات ۱۲۰ روزه قطعه‌سازان پرداخت شود و از هر منبعی که قابلیت دارد، قطعه‌سازان تامین مالی شوند. در حال حاضر آن ۱۲۰ روزه و مطالبات سررسید شده، بالغ بر ۶هزار میلیارد تومان می‌شود که قرار شد خودروسازان از محل فروش دارایی‌ها یا محل فروش محصولات خود در طرح‌های فروش، در اسرع وقت آنها را پرداخت کنند.

اصلاح قیمت قطعات نباید منوط به اصلاح قیمت خودرو باشد

بیگلو ادامه داد: بحث آخر مطرح شده در این جلسه نیز بحث قیمت‌گذاری قطعات بود که توضیحات لازم ارائه شد. متاسفانه قیمت قطعات همچنان تنها در پروسه اصلاح بوده و به طور کامل عملیاتی نشده است. بر این اساس دستور اکید به خودروسازان داده شد که اصلاح قیمت قطعات در قرارداد قطعه‌سازان و خودروسازان برمبنای قیمت نهاده‌های تولید و نرخ ارز صورت گیرد؛ حتی به صورت علی‌الحساب اتفاق بیفتد و این قضیه منوط به اصلاح قیمت خودرو که چالشی داخلی میان وزارت صمت، خودروسازان، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و شورای رقابت است، نشود.

این عضو هیات مدیره انجمن سازندگان قطعه تاکید کرد: قرار بر این است که قطعه‌سازان مستندات خود را براساس هزینه‌هایی که برای‌شان ایجاد شده، ارائه دهند و براساس آن قیمت‌های خود در قراردادها را اصلاح کنند.

رئیس دفتر رئیس جمهور:

صنعت خودروسازی کشور طی سال‌های اخیر پیشرفت بسیار خوبی داشته است

رئیس دفتر رئیس جمهوری با اشاره به روند روبه رشد صنعت خودروسازی کشورمان، بر ضرورت توجه به خودکفایی، تحقیق و توسعه و ساخت خودروی تمام داخلی در این بخش تاکید کرد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از سایپانیوز، محمود واعظی شامگاه پنجشنبه در حاشیه آیین رسمی توقف ساخت و خروج پراید از خط تولید، رونمایی رسمی از محصول جدید گروه خودروسازی سایپا و آغاز تولید انبوه دو محصول فیس لیفت ساینا و کوئیک، در جمع خبرنگاران، با بیان اینکه خوشبختانه صنعت خودرو در کشورمان طی سال‌های اخیر پیشرفت بسیار خوبی داشته است، گفت: امروز زنجیره تولید خودرو اعم از خودروساز و قطعه‌سازان همه با هم در تلاش هستند تا خودرو را با کیفیت تحویل مردم عزیز بدهند.

رئیس دفتر رئیس جمهوری با اشاره به اینکه در سال جهش تولید، خودکفایی، توجه ویژه به تحقیق و توسعه و تولید داخلی علی رغم فشارهای ناشی از تحریم، مسیر اصلی صنعت خودرو کشور است، اظهار داشت: براساس گزارش مدیران و مسئولان این بخش از یک سال و نیم گذشته تاکنون حدود ۵۰ درصد ارزبری خودرو کاهش یافته و مهندسان و طراحان ما توانسته‌اند خودروهایی ۱۰۰درصد داخلی تولید کنند که زیبایی، کیفیت و ایمنی دارند.

واعظی با اشاره به توقف ساخت و خروج پراید از خط تولید پس از ۲۷ سال، افزود: اتفاق امروز این است که اگر یک خودرو از خط تولید خارج شده، به ازای آن قرار است دو خودروی داخلی به مردم عرضه شود.

رئیس دفتر رئیس جمهوری تصریح کرد: براساس گزارشات در ۴ ماه گذشته که هم با بیماری کرونا مواجه بودیم و هم فشار تحریم افزایش یافته، تولید خودروی سواری در کشور ۱۹درصد و خودروی وانت حدود ۳۵ درصد نسبت به سال گذشته افزایش یافته است و آنطور که مدیران خودروساز کشور قول داده‌اند، قرار است این افزایش تولید ادامه پیدا کند.

واعظی خاطرنشان کرد: با افزایش تولید و عرضه مستقیم آن به دست مصرف‌کننده، انتظار داریم تا قیمت خودرو کاهش پیدا کرده و از واسطه‌گری‌ها و دلالی‌ها در بازار جلوگیری شود.

در روزهای پایانی تحریم قرار داریم

رئیس دفتر رئیس جمهوری با بیان اینکه دشمنان در تحریم ملت ایران به هیچ یک از اهداف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و امنیتی خود دست پیدا نکرده‌اند، افزود: امیدواریم در ماه‌های آینده شرایط تحریمی کشور تغییر کند، زیرا هدف آنهایی که ما را تحریم کردند تسلیم شدن ایران در سه تا چهار ماه بود، اما الان ۲،۵ سال گذشته است و ما در این مدت علاوه بر اینکه تسلیم نشدیم، اتکای‌مان به خودمان نیز افزایش یافته است.

واعظی با اشاره به اینکه زندگی مردم سخت شده، اما چیزی متوقف نشده است و تحریم‌کنندگان فقط ایجاد مزاحمت کردند، تصریح کرد: شواهد و علائم نشان می‌دهد در روزهای پایانی تحریم قرار داریم و باید تاکید کنم که ماه‌های آینده وضع به مراتب بهتر می‌شود.

رئیس شورای اسلامی شهر تهران:

لغو طرح ترافیک مترو و اتوبوس را خلوت نکرده است

رئیس شورای اسلامی شهر تهران گفت برخلاف اصرار مسئولان بر لغو طرح ترافیک این موضوع باعث خلوت شدن مترو و اتوبوس نشده است.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، محسن هاشمی رئیس شورای شهر تهران در پایان جلسه دیروز شورای شهر و در جمع خبرنگاران به موضوع دستور جلسه شورای شهر اشاره کرد.

وی با اشاره به اینکه دستور اصلی امروز شورای شهر تهران مربوط به رسیدگی به پیشنهادات مربوط به اساسنامه شرکت ساماندهی مشاغل شهرداری بود، گفت: جزییات این لایحه ۶۲ ماده‌ای به تصویب رسید.

هاشمی همچنین با اشاره به طرح یک فوریتی بومی‌سازی تجهیزات ثابت و متحرک علی‌الخصوص تجهیزات واگن تهران برای متروی تهران که برای ایجاد یک شرکت جدید به سمت بومی‌سازی و خودکفایی در امر تجهیزات مترو در ایران و تهران پیش ببرند رسیده بود که به تصویب رسید.

رئیس شورای شهر درباره ساماندهی در شهرداری تهران هم گفت: بیش از ۴۳ سازمان و شرکت وجود دارد که عمدتا اساسنامه‌های‌شان دچار مشکل است برخی با قوانین موجود کشور مغایر بوده و برخی با مصوبات شورا مغایر است.

وی ادامه داد: به همین دلیل در کمیسیون برنامه و بودجه سعی بر این است که به یک اساسنامه تیپی برسند تا این مشکل در شرکت‌ها و سازمان‌های شهرداری حل شود و چون این شرکت نخستین شرکتی بود که طرحش را ارسال کرد سعی شد تمام این موارد در این اساسنامه دیده شده و غالبی به دست آمد که دیگر شرکت‌ها بر طبق آن بتوانند اساسنامه از آن تبعیت کنند. محسن هاشمی در تشریح این مسئله که گفته شده است در شهرداری تهران تا امروز برای شیوع کرونا ۳ هزار میلیارد هزینه شده است، گفت: در شهرداری دو نوع خسارت وارد شده است، یک خسارت مربوط به عدم نفع است به عنوان مثال شرکت مترو و شرکت واحد تعداد سفرهای‌شان به یک سوم کاهش یافته در نتیجه از درآمدشان کاسته شده است. وی ادامه داد: حتی مبلغی که می‌توانستد از محل صرفه‌جویی در مصرف سوخت دریافت کنند منتفی شده است و حتی، تمام مراکز فرهنگی و ورزشی شهرداری متقاضی ندارند و درآمد شهرداری کاسته شده است.

رئیس شورای شهر تهران با اشاره به اینکه در مصوبه ستاد مقابله با کرونا گفته شده بود که شرکت‌ها، سازمان‌ها و شرکت خصوصی که دچار مشکل شده بودند و پرسنل‌شان را اخراج نکردند می‌توانند از محل ۷۵ هزار میلیارد تصویب شده به شرکت‌هایی که دچار زیاندهی شدند و پرسنل‌شان را اخراج نکردند وام دریافت کنند، گفت: ستاد ملی کرونا باید از محل این بودجه شهرداری را معرفی کند.

وی افزود: بابت کسانی که اخراج شدند باید چیزی شبیه بیمه بیکاری پرداخت شود چون امکان دارد برخی پرسنل اخراج شده باشند و مجموعا باید به این فکر باشیم که در مبارزه با کرونا غیر از توصیه به ماسک و فاصله‌گذاری باشیم به فکر افزایش ظرفیت حمل و نقل عمومی و سرمایه‌گذاری در گندزدایی باشیم. به منظور افزایش این ظرفیت‌ها به شهردار نامه نوشتیم و درخواست ۳ هزار میلیارد شده است.

اخبار

طرح جدید نمایندگان برای تغییر سهمیه‌بندی بنزین

نماینده تهران در مجلس از تدوین طرح نمایندگان برای تغییر سهمیه‌بندی بنزین خبر داد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، مالک شریعتی سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی گفت در شرایط فعلی نوع سهمیه‌بندی بنزین برای خانوارهای که خودرو دارند خوب است.

وی با بیان اینکه ۵۰ درصد خانواده‌ها فاقد خودرو هستند و از یارانه انرژی بی‌بهره هستند، ادامه داد: در شرایط فعلی نحوه توزیع یارانه سوخت ناعادلانه است و حتما باید اصلاح شود.

نماینده تهران در مجلس از تدوین طرحی از سوی نمایندگان برای تغییر در نحوه سهمیه‌بندی بنزین خبر داد و عنوان کرد: در این طرح که در نوبت اعلام وصول قرار دارد پیشنهاد شده است تا سهمیه بنزین به جای خودروها به تعداد افراد خانواده داده شود.

سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس اضافه کرد: اگر روزانه به هر فردی ۷ دهم لیتر بنزین تعلق بگیرد به طور مثال به یک خانواده ۵ نفره ماهیانه ۱۰۰ لیتر بنزین تعلق می‌گیرد.

شریعتی با اعلام اینکه در این طرح برای هر فرد ماهیانه ۲۰ لیتر بنزین در نظر گرفته شده است، افزود: در این طرح پیش‌بینی شده تا سامانه‌ای برای فروش بنزین افرادی که خودرو ندارند پیش‌بینی شود. وی اظهار داشت: البته این موضوع نیز پیش‌بینی شده که دولت بنزین افرادی که خودرو ندارند را در انتهای ماه بردارد و به جای آن کارت بانکی افراد را شارژ کند تا آنها بتوانند کالا خریداری کنند.

دستاوردهای نهضت داخلی‌سازی در یک سال گذشته

عضو هیات مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور به ارزیابی برگزاری میزهای تعمیق ساخت داخل و دستاوردهای آن در یک سال گذشته پرداخت.

احمدرضا رعنایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: برگزاری میزهای تعمیق ساخت داخل دستاوردهای خوبی داشته و قطعات زیادی در یک سال گذشته داخلی‌سازی شده و برخی قطعات در حوزه تحقیقاتی برای بومی‌سازی فعال شدند. در مجموع نتایج نهضت داخلی‌سازی رضایت بخش بوده اما با توجه به لزوم سرمایه‌گذاری فراوان در این زمینه، بدهی خودروسازان به قطعه‌سازان، افزایش قیمت مواد اولیه و هزینه‌های تولید و مشکلات نقدینگی زنجیره تامین روند داخلی‌سازی قطعات را کند کرده است. وی با بیان اینکه تحریم‌ها موجبات ایجاد نهضت داخلی‌سازی قطعات را فراهم کرده، خاطرنشان کرد: با توجه به تحریم‌ها و منع واردات نیاز به داخلی‌سازی قطعات احساس می‌شد و امیدواریم با توجه به وجود مواد اولیه و انرژی ارزان و نیروی کار متخصص در کشورمان یک بار برای همیشه در تولید قطعات خودرو خودکفا شویم. عضو هیات مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور در پاسخ به این سوال که چرا علی رغم اینکه یکی از اهداف این نهضت کاهش قیمت خودرو بوده اما این امر محقق نشده است، گفت: آنچه موجب افزایش قیمت خودرو شده افزایش قیمت دلار و نهاده‌های تولید بوده و اگر تاکنون تعداد زیادی از قطعات بومی‌سازی نشده بود و با احتساب قیمت روز دلار قطعا قیمت خودرو از شرایط کنونی گران‌تر بود و از سوی دیگر در صورت داخلی‌سازی قطعات و عدم تغییر قیمت دلار قطعا شاهد کاهش بسیار قیمت خودرو بودیم اما متاسفانه کاهش ارزش ریال نسبت به دلار موجب افزایش قیمت خودرو شده است.

وی درباره قطعاتی که تاکنون داخلی‌سازی شده‌اند، تشریح کرد: قطعاتی مانند ترمز ABS، ایربگ، گیربکس اتوماتیک، جعبه فرمان برقی بومی‌سازی شدند و قطعات دیگری نیز در حال داخلی‌سازی هستند.

رعنایی درخصوص تاثیر برگزاری میزهای تعمیق ساخت داخل بر داخلی‌سازی قطعات پروژه K۱۳۲ تصریح کرد: قطعا نهضت داخلی‌سازی در میزان داخلی‌سازی قطعات پروژه K۱۳۲ بی‌تاثیر نبوده زیرا به بومی‌سازی برخی از قطعات آن مانند ایربگ و ترمز abs نیاز بوده که تکنولوژی آن در میزهای ساخت داخل به دست آورده شده و برخی دیگر با تولیدات قبلی تطابق داده شده است.

مشکلی در اصلاح قرارداد قطعه‌سازان نداریم

روند اصلاح قیمت قطعه‌سازان براساس چارچوب مشخص در حال انجام است و ایران خودرو مشکلی در اصلاح قرارداد قطعه‌سازان ندارد. مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو، در گفت و گو با پرشین خودرو، با بیان این مطلب و همچنین موضوع درخواست قطعه‌سازان مبنی بر افزایش علی الحساب ۶۵درصدی قیمت قطعات تا اصلاح قرارداد قطعه‌سازان گفت: تاکنون چنین درخواستی از سوی قطعه‌سازان مبنی بر افزایش ۶۵ درصدی قیمت قطعات مطرح نشده است. فرشاد مقیمی درخصوص نشست هفته گذشته سرپرست وزارت صمت با خودروسازان و قطعه‌سازان اظهار داشت: جلسه اخیر سرپرست وزارت صمت با مدیران شرکت‌های خودروسازی و انجمن‌های قطعه‌سازی حول محور تامین مواد اولیه و تخصیص ارز خودروسازان و قطعه‌سازان برگزار شد. وی تصریح کرد: به دستور سرپرست وزارت صمت، کمیته‌ای تشکیل و مقرر شد تا فهرستی از مواد اولیه و قطعات دپوشده در گمرک تهیه و نسبت به ترخیص آنها اقدام شود. مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو افزود: خوشبختانه با اقدام مورد اشاره وزارت صمت، در هفته اخیر بخشی از قطعات و مواد اولیه موردنیاز قطعه‌سازان از گمرک ترخیص شد. مقیمی همچنین درخصوص موضوع تامین و تخصیص ارز خودروسازان و قطعه‌سازان گفت: برای تامین ارز صنعت خودرو نیز هماهنگی‌هایی با بانک مرکزی صورت گرفت و پیش‌بینی می‌شود براساس مکانیزم‌های جدید این مسئله نیز به سرانجام و نتیجه درستی رسیده و ارز موردنیاز صنعت خودرو نیز هرچه زودتر تامین شود. وی در پایان درخصوص اصلاح قراردادهای قطعه‌سازان خاطرنشان کرد: روند اصلاح قیمت قطعه‌سازان براساس چارچوب مشخص در حال انجام است و ایران خودرو مشکلی در زمینه اصلاح قرارداد قطعه‌سازان ندارد.

با معرفی خدمات آزمایشگاهی به جامعه پژوهشگران تخفیف بگیرید

شـبکه آزمایشـگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری طرح تخفیفی برای معرفی و شناساندن خدمات آزمایشگاهی به جامعه پژوهشگران در نظر گرفته است. در این طرح هر یک از اعضای باشگاه مشتریان برای فعالیت خود در باشـگاه، امتیازی کسب می‌کنند و این امتیاز، قابل تبدیل به اعتبار خدمات آزمایشـگاهی اسـت. در این طرح همه پژوهشـگران، اعضای هیات علمی و دانشـجویان کشور در صورت معرفی خدمات شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی به جامعه پژوهشـی کشـور می‌توانند اعتبار هدیه دریافت کنند. رضا اسـدی‌فرد، مدیر شبکه آزمایشـگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری درباره ایـن طرح، گفت: اعضای هیات علمی می‌توانند در هر فصل، ۲۰ نفر را به شبکه معرفی کنند.

دریچـــه

خرید تیک‌تاک، چند دهه تجربه مایکروسافت در بازار چین را به چالش می‌کشد

با وجود تجربه طولانی‌مدت مایکروسـافت در کشـور چین، این شرکت برای خریداری تیک‌تاک با چالش‌های متعددی هم در ایالات متحده و هم در چین روبه‌رو است.

درصورتی‌که مایکروسافت کسب‌وکار تیک‌تاک در ایالات متحده را با موفقیت خریداری کند، ممکن اسـت بیش از دو دهه تلاش‌های این شرکت برای ایجاد جای پا در بازار چین، اندکی ثمربخش شـود. بااین‌حال، همان‌گونه که روابط بین چین و ایالات متحده در حال بدتر شدن است، سرمایه‌گذاری طولانی‌مدت ردموندی‌ها در بازار چین نیز با مبهم‌ترین دوره تاریخی خودش روبه‌رو است.

فعالیت مایکروسافت در دنیای فناوری چین، از زمان ساخت مرکز تحقیقاتی این شرکت در پکن در اواخر دهه ۱۹۹۰ میلادی، ارتباطات شـخصی مهمی را رقم زد. ژانگ ییمینگ، بنیان‌گذار ByteDance، شرکتی که مالک اپلیکیشن تیک‌تاک است، تنها چند ماه پیش از آغاز فعالیت استارت‌آپ خود، برای مایکروسافت کار می‌کرد. در آن تاریخ چنین موضوعی غیرمعمول نبود؛ آزمایشـگاه تحقیقاتی مایکروسـافت در اواخر دهـه ۱۹۹۰ و دهه ۲۰۰۰ میلادی به‌عنوان مهدِ پرورش کارآفرینانی شـناخته می‌شد که بعدها موتور محرک انقلاب فناوری چین شدند.

ردموندی‌ها اسـتعدادهای زیادی را پرورش دادنـد؛ از یین چی، بنیان‌گذار Megvii که شرکتی فعال در حوزه سیستم‌های تشخیص چهره است تا لین بین که به‌عنوان هم‌بنیان‌گذار شـرکت سازنده گوشی‌های هوشمند، شیائومی شناخته می‌شـود. در دوره یادشده، پلتفرم جهانی و آزادی که مایکروسافت برای تحقیقات پیشرفته علوم کامپیوتری ارائه کرد، در چین بی‌سـابقه بود. در کشور مذکور، بخش تحقیقات مایکروسافت (Microsoft Research) بهترین فارغ‌التحصیلان PhD را در اختیار داشت. یکی از مدیران اجرایی سابق مایکروسافت در چین در این باره اظهار داشت:

تمامی ارتباطات پیشین مایکروسافت و ByteDance باعث شده بود تا خطوط ارتباطی قابل‌اعتمادی به وجود آید و هر دو شرکت می‌توانستند از مزایای آن استفاده کنند.

او خاطرنشان کرد که ژانگ با هری شام، معاون پیشین مایکروسافت دوستی نزدیکی داشته است. همچنین، شاگرد هری، ما وی ینگ، تا ماه پیش به‌عنوان رئیس بخش هوش مصنوعی در ByteDance مشغول به‌کار بود. همچنین، مایکروسافت مشغول انجام فعالیت‌هایی برای ایجاد ارتباط با نخبگان سیاسی چین بود. بیل گیتس، بنیان‌گذار شرکت مذکور، جزو معدود مدیران اجرایی خارجی بود که با سه رئیس‌جمهور چین به صورت پیاپی دیدار کرده است. اولین ملاقات در سال ۱۹۹۵ و زمانی صورت گرفت که مایکروسافت فعالیت‌های خودش را در چین آغاز کرده بود. پنج سال پیش نیز شی جین پینگ، رئیس‌جمهور کشور یادشده از دفتر مرکزی مایکروسـافت در شهر ردموند ایالت واشنگتن دیدار کرد و از این شرکت برای توسعه صنعت فناوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) در چین قدردانی کرد.

در ماه ژوئیه سال جاری، مایکروسافت تنها شرکت آمریکایی بود که به اجلاس کارآفرینان با شـی جین پینگ در تلویزیون چین دعوت شـد. نزدیکی این روابط باعث شده است که برخی افراد در داخل دولت دونالد ترامپ عصبانی شوند. پیتر ناوارو، مشاور تجارت کاخ سفید به این ایده که مایکروسـافت تیک‌تاک را خریداری کند به‌شدت حمله کرد. او این سؤال را مطرح کرد که مایکروسـافت چگونه موفق شده است تا موتور جست‌وجوگر خودش، یعنی بینگ (Bing) را در شبکه اینترنت چین فعال نگه دارد. ناوارو گفت: ما می‌دانیم که کاسه‌ای زیر نیم‌کاسه است.

علاوه بر بینگ که تنها موتور جست‌وجوگر خارجیِ همیشه در دسترس در چین است و نتایج جست‌وجو در سرزمین اصلی چین را سانسور می‌کند، مایکروسافت دو پلتفرم از سه پلتفرم اصلی خارجی با محوریت محتوای تولیدشده توسط کاربران در چین را در اختیار دارد. این پلتفرم‌ها شامل لینکدین، وب‌سایت حرفه‌ای شبکه‌سازی و گیت‌هاب، وب‌سایت اشتراک کد برای توسعه‌دهنگان است. سومین پلتفرم، بخش بررسی در وب‌سایت آمازون است.

با تمامی موارد یادشده، ربکا مک کینون، مدیر وب‌سایت Ranking Digital Rights در گفت‌وگو با نشریه ArsTechnica خاطرنشان کرد که مایکروسافت در سال ۲۰۰۵ میلادی پس از انتقادها درباره حذف وبلاگ یک روزنامه‌نگار چینی، پلتفرم وبلاگ‌نویسی خودش را غیرفعال کرد. همچنین، او افزود که ردموندی‌ها برای سرویس اوت‌لوک (Outlook) نسخه چینی ارائه ندادند. مایکروسافت عمدا از انتشار اوت‌لوک چینی اجتناب کرد.

مک‌کینـون اظهار داشـت که این شـرکت بـه دلیل توجـه نظارتی اتحادیـه اروپا در تفکیک میزان داده‌ها نسـبت به حوزه جغرافیایی سـخت‌گیر بوده و بعید است اجازه دهد، درخواست‌های دولت چین تهدیدی برای داده‌های ایالات متحده ایجاد کند. مایکروسافت در پروژه‌های خودش در چین تلاش می‌کند تا کمترین خطر را برای کاربران چینی ایجاد کند. شرکت‌های چینی در این زمینه دست‌وپا بسته‌تر هستند.

پـس از تصویب قانـون امنیت ملی هنگ‌کنگ که اختیارات گسـترده‌ای برای نظارت‌بر مخالفان سیاسی در اختیار مقامات چینی می‌گذارد، حمایت از کاربران در برابر پکن دشوارتر خواهد شـد. در ماه ژوئیه، مایکروسـافت اعلام کرد که پاسـخ به درخواسـت‌های مقامات هنگ‌کنگ برای داده‌های کاربران را به تعویق می‌اندازد. همچنین، تحقیقات مایکروسـافت در چین که احتمالا بزرگ‌ترین دارایی این شـرکت در دو دهه گذشـته اسـت، مشـمول همکاری‌هایی با دانشـکده ملی فناوری دفاعی است که توسـط ارتش چین اداره می‌شود. مدیریت مایکروسافت روی موارد تحقیقاتی بسیار سطحی است. دومین مدیر اجرایی سابق مایکروسافت در چین در این رابطه اظهار داشت:

محدودکردن همکاری‌های تحقیقاتی، پرسشی به غایت دشوار است. محیط‌های تحقیقاتی به خودی‌خود بسـیار لیبرال هستند. ممکن است مردم همکاری‌های پژوهشی را زیر سؤال ببرند، ولی محققان ما از نظر خودشان می‌خواهند با بهترین همکارانی که در حوزه کاری‌شان می‌یابند کار کنند.

صرف‌نظر از موارد مذکور، با اینکه مایکروسافت جایگاه محکمی در چین دارد و برای مثال، ۹۰درصد از کامپیوترهای شخصی در کشور یادشده با سیستم‌عامل ویندوز کار می‌کنند و تا همین اواخر، وب‌سایت‌های دولتی تنها با مرورگر اینترنت اکسپلورر به درستی کار می‌کردند، چنین موضوعی از نظر مالی برای ردموندی‌ها سـودآور نبوده اسـت. نبردی طولانی بر سر دزدی نرم‌افزار که سال‌های متمادی، دیپلماسی ظریف مایکروسافت را در برابر مجریان قانون چینی قرار داده، حاصلی جز پیروزی‌های جزئی نداشته است.

برد اسمیت، مدیر مایکروسافت اوایل امسال گفته است: «یافتن نرم‌افزارهای مایکروسافت در چین و حتی در ادارات دولتی این کشـور کار سـختی نیسـت. بااین‌حـال، پیدا کردن نرم‌افزارهایی که بابت آن به مایکروسـافت پول پرداخت شـده اسـت کار به‌غایت دشواری است.» او اعلام کرد که سود حاصل از تجارت با چین برای مایکروسافت، تنها ۱۸ درصد از درآمدهای این شرکت از بازارهای جهانی است. تغییر رویه مایکروسافت برای تمرکز روی سرویس‌های ابری آژور در سطح جهان، با دشواری‌هایی در چین روبه‌رو شده است.

بازیگران خارجی برای ورود به حوزه محاسـبات و خدمات ابری در کشـور مذکور، موانع فراوانی پیش رو دارند. براساس اظهارات یکی از مشاوران فنی مایکروسافت، با اینکه تعدادی از مدیران اجرایی این شـرکت می‌خواسـتند تا بخش زیان‌ده سرویس‌های ابری در چین را تعطیل کنند، سـاتیا نادلا، مدیرعامل شـرکت مذکور مانع از انجام این کار شد. این مشاور در گفت‌وگو با نشـریه ArsTechnica گفت: «حافظه چین همچون یک فیل اسـت. اگر کسب‌وکاری را از آن کشور خارج کنید، بازگرداندن آن بسیار دشوار است.» مایکروسافت از هرگونه اظهار نظری دراین‌باره امتناع کرد.

بااین‌حال، مایکروسافت مشتاق است تا هم پایگاه تحقیقاتی خودش را در دومین کشور ابرقـدرت فنـاوری نگه دارد و هم روابط خوبی که تاحـدودی باعث آمدن تیک‌تاک به میز مذاکره شـده را ادامه دهد. در ماه دسـامبر سال گذشـته، ردموندی‌ها با انتشار مطلبی در شـبکه اجتماعی وی‌چت با عنوان «اگر یک‌بار کارمند مایکروسافت باشید، همیشه کارمند مایکروسافت خواهید بود»، شبکه Alumni را در چین راه‌اندازی کرد. ژانگ یاکین، مدیر موتور جست‌وجوی چینی بایدو در این رابطه گفت: «شبکه Alumni مایکروسافت می‌تواند سفیر و پیام‌رسان مثبتی برای روابط چین و آمریکا باشند.»

دومین مدیر اجرایی سابق مایکروسافت در چین افزود که قدرت نرم مایکروسافت در چین بسـیار زیاد است. افرادی که مایکروسافت را ترک می‌کنند، غالبا حس خوبی نسبت به این شـرکت دارند. بااین‌حال، ردموندی‌ها باید با احتیاط با ByteDance رفتار کنند، از ایجاد گمانه‌ها مبنی‌بر اینکه مایکروسـافت با اعمال زور قصد تصاحب تیک‌تاک را دارد جلوگیری کنند و حتی فروش بخشـی از دارایی‌های خودشان در چین را به ByteDance پیشنهاد دهند. البته دو نفر از افراد نزدیک به مذاکرات، فروش بخشی از دارایی‌های مایکروسافت در ازای خرید تیک‌تاک را محتمل دانستند.

منبع: ARSTECHNICA/zoomit

بیل گیتس خرید تیک‌تاک را برای مای

بیل گیتس ظاهرا با برنامه احتمالی خرید تیک‌تاک توسـط مایکروسـافت موافق نیست و اعتقاد دارد مسیر آن با اجبار از سوی دولت ترامپ، وضعیت مناسبی نخواهد داشت.

بـه گزارش زومیت، هفته گذشـته اخبار متعـددی مبنی بر تصمیم جدی مایکروسـافت برای خرید تیک‌تاک منتشـر شـد. اخبار خرید، در جریان فشـارهای دولت ایالات متحده بـه تیک‌تاک و مالک چینی آن، بایت‌دنس، رسـانه‌ای شـد. دولت ترامـپ از مدت‌ها پیش تیک‌تاک را تهدید می‌کند که به خاطر فعالیت تحت مالکیت یک شرکت چینی، در آمریکا تحریم خواهد شـد. جدیدترین اطلاعات هم از تصمیم ترامپ مبنی بر تحریم تیک‌تاک تا ۴۵ روز آینده خبر می‌دهند. در این میان بیل گیتس، مدیرعامل سـابق مایکروسـافت، در مصاحبه‌ای با وایرد نکاتی را درباره قرارداد خرید احتمالی مطرح کرد.

مصاحبـه بیل گیتـس با وایرد اکثرا در ارتبـاط با آزمایش‌های واکسـن ویروس کرونا در ایـالات متحده بود. او در بخشـی از مصاحبه پیرامون برنامه احتمالـی خرید تیک‌تاک در مایکروسـافت گفت: «کسـی نمی‌داند چه اتفاقی برای قرارداد احتمالـی خواهد افتاد. بله، این یک هدیه سـمی اسـت. فعالیت حرفـه‌ای و همه‌جانبه در دنیای رسـانه‌های اجتماعی به‌هیچ‌وجه آسـان نخواهد بود.» گیتس در پاس

مایکروسافت به رقابت رسانه‌های اجتماعی گ

اما اینکه تراپ تنها رقیب فعال در بازار را از ب

نکتـه اصلی بیل گیتس بـرای مخالفت ضم

دخالت‌هـای دولت ترامپ دیده می‌شـود. او م

خواهـد داد، به‌تنهایی موجب تعجب می‌شـود

کسب سـهمی از قرارداد فروش، آن را بیش‌از

باید با همه این موارد کنار بیاید.

شـایعه‌های ابتدایی پیرامون تمایل خرید ت

پیش مطرح شد. سپس رسانه‌ها اعلام کردند ک

حکم احتمالی تحریم دولت ترامپ مشـخص

اعلام کرد که پس از مذاکره‌های اولیه با رئیس

تیک‌تـاک را ادامـه می‌دهد. درنهایت دولت

با برگزاری ۸ رویداد ترویجی گام‌هایی برای فرهنگ‌سازی برداشته شد

حضور در فعالیت‌های ترویجی از جمله اقداماتی اسـت که می‌تواند هسـته‌های خلاق و فناور را به تاسـیس شـرکت خلاق ترغیب کند. علاوه بر مشـارکت در تاسیس ۴۲ شـتابدهنده و مرکز نوآوری، برای خدمات‌دهی به شرکت‌های خلاق، در سال گذشته بیش از ۸ رویداد بزرگ ترویجی نیز برگزار شـد تا مسیر فرهنگ‌سازی در حوزه شرکت‌های خلاق هموار شـود. به گزارش مرکـز ارتباطـات و اطلاع‌رسـانی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، در حال حاضـر تعـداد شـرکت‌های دانش‌بنیان به بیش از ۵ هزار شـرکت افزایـش یافته‌اند. شـرکت‌های خلاق نیز در مدت زمان اخیر از کمتـر از ۵۰ شـرکت به بیـش از ۸۰۰ شـرکت در سـال جاری افزایـش یافته‌اند. بـا توجه به اینکه حوزه شـرکت‌های خلاق بسـیاری از حوزه‌هـای فرهنگی و هنری را دربر می‌گیرد، پس انجام فعالیت‌های ترویجی می‌تواند نقشی موثر در توسـعه فعالیت‌های زیست‌بوم شرکت‌های خلاق ایفا کند. بسیاری از فعالیت‌های ستاد توسـعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری نقش ترویجی نیـز دارد. برای مثال این سـتاد در تاسـیس بیش از ۴۲ شـتابدهنده و مرکز نوآوری مشارکت داشته اسـت. فعالیت این مراکز علاوه بر اینکه بر روی خدمات‌رسانی بـه شـرکت‌های خـلاق متمرکز اسـت، شـامل نقش ترویجـی نیز می‌شـود. هر شـتابدهنده تخصصی و هر شرکت خلاق، وقتی به موفقیتی می‌رسـد، این موفقیت، دیگر متقاضیان تاسـیس شرکت خلاق را تشویق می‌کند که هرچه زودتر نسبت به تاسـیس شرکت خلاق و توسـعه فعالیت در این حوزه، اقدام کنند. سـتاد توسـعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، همچنین با حمایـت از ۸ رویـداد تخصصـی عمـده در سـال ۱۳۹۸، سـعی کرد فعالیت‌های ترویجی، مبتنی بر فرهنگ‌سـازی در این حوزه را رونق بخشـد. حمایت از پنجمین جشنواره ملی اسباب بازی، یکی از این رویدادها بود. همچنین این ستاد در برگزاری دومین دوره رویداد رویازی نیز مشارکت داشت.

حوزه علوم شناختی با جذب دانشجویان برتر گسترده‌تر می‌شود

نحوه پذیرش دانشـجو در گرایش‌های رشته علوم شناختی تغییر کرد. با ایـن اتفاق داوطلبان می‌توانند علاوه بر شـرکت در آزمون اختصاصی علوم شناختی، در آزمون رشته‌های مرتبط دیگر نیز در مقاطع کارشناسی ارشـد و دکتـرای تخصصی شـرکت و کد رشته علوم شناختی را انتخاب کنند. ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری با هدف ترویـج و ارتقـای دانش علوم شـناختی و تامیـن نیروی انسـانی مجرب و متخصص موردنیاز کشـور ایـن طرح را ارائـه کرد و در نهایت با پیگیری‌های مسـتمر سـتاد با مسـئولان واحدهای شناختی دانشگاه‌ها و انجـام مذاکرات متعدد بـا مقام‌های وزارت علـوم، تحقیقـات و فناوری تصویب شـد. هـدف از تنظیم و ارائه این طرح از سـوی سـتاد توسعه علوم شناختی و تصویب آن، جذب دانشجویان برتر رشته‌های گوناگون به حوزه علوم شناختی است. با تصویب این طرح ضمن انجام اصلاحاتی در دفترچه کنکور سال جاری، متقاضیان و علاقه‌مندان ورود به رشته علوم شناختی دانشگاه‌ها می‌توانند بـا مطالعه دفترچه کنکور در جریان جزییـات این اصلاحات قرار گیرند. متقاضیـان و علاقه‌مندان به ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر رشـته علوم شناختی در سـال‌های گذشته تنها قادر بودند از طریق کنکور شناختی بـه ایـن رشـته راه یابند. حـوزه علوم و فناوری‌های شناختی یکی از ارکان تحول در آینده محسوب می‌شود و این حوزه در اسـناد ملی در زمره اولویت نخست جای دارد و طی سـال‌های اخیر در جنبه‌های گوناگون علمی، زیرساختی، محصولات و خدمات در کشور توسـعه یافته است. در این دوره تربیت نیروی انسـانی به عنوان مهمتریـن عامل زیرسـاختی مورد توجه قرار گرفته اسـت و در بخش گروه علوم و فناوری‌های شناختی رشته‌های متعددی در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مصوب شـد و در برخی از دانشگاه‌ها و موسسات به اجرا درآمده اسـت. همچنین به لحاظ فرارشـته‌ای بـودن این حوزه، آزمون ورودی برای علوم شناختی به صورت یک مجموعه مجزا تعریف و علاقه‌مندان در کنکور مربوطه شرکت می‌کنند.

کروسافت به هدیه‌ای سمی تشبیه کرد

سخ به سوالی درباره محتاط بودن برای ورود فت: «رقابت در یک صنعت بسیار خوب بوده، بین ببرد، عجیب و غریب است.»
نی با فروش تیک‌تاک به مایکروسافت، در می‌گوید اصل قرارداد که با فشار دولت رخ د. ازطرفی درخواست ترامپ و تیمش برای زپیش عجیب می‌کند. درنهایت مایکروسافت یک‌تاک ازسوی مایکروسافت، ابتدای هفته که مذاکره‌ها برای خرید متوقف شد تا وضعیت شود. چند روز بعد، مایکروسافت در بیانیه‌ای جمهور ایالات متحده، صحبت‌ها برای خرید هم از موافقت ضمنی با فروش تیک‌تاک به مایکروسافت خبر داد و البته ضرب‌الاجل ۱۵ سپتامبر را برای اتمام مذاکرات تعیین کرد.

برخی رسانه‌ها ادعا می‌کنند که تمایل مایکروسافت به خرید تیک‌تاک بیشتر هم شده است. ظاهرا ردموندی‌ها تمایل دارند کل کسب‌وکار بین‌المللی تیک‌تاک را خریداری کنند. فراموش نکنید که اخبار قبلی، تنها خرید بخش عملیاتی در ایالات متحده، کانادا، استرالیا و نیوزیلند را مطرح می‌کردند.

چینی‌ها در واکنش به دستور جدید دولت ترامپ ساکت ننشسته‌اند. رسانه‌های دولتی این کشور حکم جدید و اجبار به فروش را نوعی سرقت می‌دانند. مقام‌های تیک‌تاک نیز از دستور ناگهانی دولت ایالات متحده شوکه شدند. آنها می‌گویند دستور ممنوعیت در صورت عدم فروش شرکت، بدون هشدار و بدون هماهنگی با تیک‌تاک بوده است. به‌هرحال وضعیت برای اپلیکیشن محبوب شبکه‌های اجتماعی در ایالات متحده جالب نیست. ازطرفی مایکروسافت که سابقه زیادی در دنیای شبکه‌های اجتماعی ندارد، شاید با ورود این‌چنینی و بر اثر اجبار دولتی به یک حوزه جدید، موفق به پیشرفت آنچنانی در دنیای پیچیده جدید نشود.

زیرساخت‌های تحلیل داده‌های حمل‌ونقل توسعه می‌یابد

تحلیل داده‌های حمل‌ونقل در کشور ضرورتی است که بازیگران این عرصه را دور هم جمع کرده تا راهی برای توسعه زیرساخت‌های آن بیابند؛ داده‌هایی که در اختیار متخصصان و مدیران قرار می‌گیرد تا بتوانند برمبنای آن تصمیم‌گیری درست و مطمئنی داشته باشند.

ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با هدف توسعه بخش حمل‌ونقل در کشور، «وبینار تخصصی ارائه راهکارهای توسعه زیرساخت‌های تحلیل داده‌های حمل‌ونقل» را با حضور کارشناسان و صاحب‌نظران این حوزه ۲۱ مردادماه سال جاری برگزار می‌کند.

یادداشت

گوگل از کارمندان خود خواسته حتی در مکالمات داخلی از عبارات انحصارگرایانه استفاده نکنند

چالش‌های اتهام انحصارگرایی در گوگل تمامی ندارند و شرکت برای مقابله با آنها، حتی در آموزش‌های خود هم با دقت بیشتری کارمندان را آماده می‌کند.

به گزارش زومیت، کارمندان آلفابت و گوگل، آموزش‌های خاصی از سوی مدیران شرکت می‌گیرند تا از هرگونه الفاظ و عبارت‌های انحصارگرایانه خودداری کنند. آنها در متون آموزشی یاد می‌گیرند که در ارتباط‌های داخلی شرکت هم از عبارت‌هایی با بار انحصارگرایی و سلطه بر بازار (مونوپولی) استفاده نکنند. در بخشی از اسناد آموزشی به کارمندان گفته می‌شود تصور کنند که روز هر سند آنها، به صورت عمومی منتشر می‌شود. برخی رسانه‌ها ادعا می‌کنند اهالی مانتین ویو به‌خاطر چالش‌های اخیر اتهام انحصارگرایی، چنین سیاست‌هایی را پیاده کرده‌اند، درحالی‌که گوگل می‌گوید روش آموزش مذکور، از سال‌ها پیش استفاده می‌شده است. سند آموزشی گوگل که به دست رسانه‌ها رسید، چند قانون ابتدایی را پیرامون ارتباط‌های متنی مطرح می‌کند. در این سند گفته می‌شود که کلمه‌ها، خصوصا در بررسی‌های قانون ضدانحصار (آنتی تراست) اهمیت زیادی دارند. کارمندان در بخش‌های گوناگون شرکت شامل مهندسان، فروشنده‌ها، کارآموزها، توزیع‌کننده‌ها، پیمانکارها و کارمندان و کارگران موقت، به عدم استفاده از برخی کلمه‌ها تشویق می‌شوند. کلمات و عبارت‌هایی همچون «بازار»، «موانع ورود» و «تأثیر شبکه‌ای» نباید در اسناد ارتباطی وجود داشته باشند. عبارت آخر، به افزایش ارزش یک شبکه اجتماعی با افزایش تعداد کاربران اشاره می‌کند. در بخشی از اسناد آموزشی گفته می‌شود: «هلدینگ مادر، هدف شکایت‌های حقوقی متعدد قرار می‌گیرد و ما همیشه تحت بازرسی‌های تنظیم‌گری متعددی قرار داریم.» جولی تارالو، سخنگوی گوگل، در جوابیه‌ای به رسانه‌های فناوری پیرامون اسناد منتشرشده می‌گوید این اسناد، آموزش‌های هماهنگی با قوانین رقابت هستند که اکثر شرکت‌های بزرگ در اختیار کارمندان خود قرار می‌دهند. او ادعا می‌کند که گوگل از حدود یک دهه پیش، چنین آموزش‌هایی را اجرا می‌کرده است. تارالو در بخشی از جوابیه می‌گوید: «ما کارمندان را آموزش می‌دهیم تا با انصاف به رقابت وارد شوند و محصولاتی عالی بسازند. ما از آنها می‌خواهیم که بیش از حد روی رقبا متمرکز نشوند و تاحدامکان درباره آنها اظهارنظر نکنند.»

او در ادامه صحبت‌هایش به اسناد آموزشی مشابه از شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ آمریکایی اشاره کرد. اسناد آموزشی گوگل که اولین‌بار در The Markup منتشر شدند، جزییاتی از قانون آنتی تراست را هم به کارمندان آموزش می‌دهند. یکی از اسناد از کارمندان می‌خواهد تا برای شرح دادن موقعیت گوگل در دنیای موتورهای جست‌وجو، از داده‌های منتشرشده توسط شرکت‌ها و گروه‌های تحقیقاتی متفرقه استفاده کنند. در همین سند از آنها خواسته می‌شود تا هیچ‌گاه اسلایدهای مخصوص جلسه‌های فروش یا ارائه‌های داخلی را پرینت یا توزیع نکنند. کارمندان همیشه باید از عبارت User Preference یا ترجیح کاربر استفاده کرده و از به‌کار بردن عبارت «سهم بازار» خودداری کنند. اسناد دیگر، کلمه‌های جایگزین را به جای «بازار» پیشنهاد می‌کنند که از میان آنها می‌توان به «صنعت»، «فضا» و «حوزه» اشاره کرد. گوگل همچنین از کارمندان می‌خواهد که به جای عبارت «موانع ورود به بازار» از کلمه «چالش» استفاده کنند. در جلسه استماع هفته گذشته در کنگره ایالات متحده با هدف بررسی اقدام‌های ضدانحصار غول‌های دنیای فناوری، خطر استفاده از اسناد داخلی سازمانی در جلسه‌های عمومی بیش از پیش برای مدیران احساس شد. در این جلسه، اسناد ارتباطی بین مارک زاکربرگ و دیوید ابرسمن، مدیر مالی فیس‌بوک به نمایش در آمد. ارتباط ایمیلی دو مدیر فیس‌بوک، در سال ۲۰۱۲ با موضوع بررسی خرید اینستاگرام رخ داده بود و اشاره‌های مستقیمی به «تأثیر شبکه‌ای» در رشد شبکه‌های اجتماعی در آن دیده می‌شد. نماینده‌های کنگره با استناد به همین مکالمه‌ها ادعا کردند که فیس‌بوک با هدف کاهش رقابت، اینستاگرام را خریده است. آنها رویکرد مذکور را اقدامی کاملا ضدرقابت تفسیر کردند.

در حال حاضر پرونده‌های متعدد بررسی عملکرد گوگل در فضای رقابت جریان دارند. دادستان‌های کل ۵۰ منطقه و ایالت آمریکا تلاش می‌کنند تا فعالیت‌های انحصارگرایانه را مورد بررسی موشکافانه قرار دهند. ساندار پیچای، مدیرعامل گوگل، در جلسه استماع کنگره تنها ادعا کرد که آنها با مشاهده و بررسی داده‌ها و روندهای موجود در بازار، محصولات خود را برای مشتریان بهبود می‌دهند. او هیچ پاسخ و راهکار مستقیمی برای اتهام‌های عملکرد انحصارگرایانه نداشت.

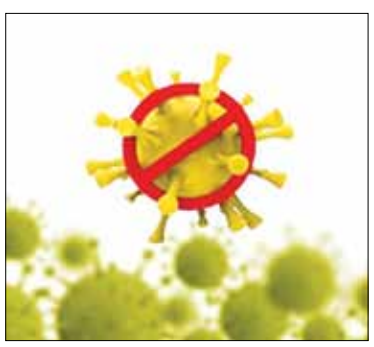
هوآوی برای مقابله با تحریم‌ها به کارکنان نخبه خود تا ۳۰۰ هزار دلار حقوق پرداخت می‌کند

ظاهرا هوآوی تصمیم دارد تا تمامی منابع خود را برای مقابله با تحریم‌های خارجی به کار بگیرد و حتی حقوق‌های ۲ میلیون یوآنی بپردازد. به گزارش زومیت، هوآوی در سال‌های اخیر تحت فشارهای شدیدی قرار داشته است که اغلب آنها به خاطر تنش‌های تجاری بین ایالات متحده و چین ایجاد شده‌اند. غول چینی صنعت مخابرات و فناوری، امروز تمام تلاش خود را به کار می‌گیرد تا از شرایط فشار خارج شود. آنها به‌خاطر نوآوری‌های متعدد در صنعت مخابرات و خصوصا توسعه نسل جدید شبکه‌های مخابراتی، اعتبار و نفوذ بالایی در صنعت دارند. البته اکنون و به‌خاطر تهدیدهای گسترده ازسوی ایالات متحده، دسترسی هوآوی به فناوری‌ها و ابزارهای جدید، خصوصا در حوزه نیمه‌هادی‌ها، محدود شده است. در شرایطی که تهدیدهای گوناگون از جنس تحریم و ممنوعیت هوآوی را تحت فشار گذاشته‌اند، شرکت چینی تلاش می‌کند تا با بهره‌برداری هرچه بیشتر از منابع انسانی در دسترس، بخشی از مشکلات را از سر راه بردارد. در دوران کنونی، صنعت فناوری شاهد رقابت‌های بسیار شدیدی است. همچنین هوآوی علاوه بر فشارهای تحریم ازسوی ایالات متحده، فشارهای اقتصادی متنوعی را به‌خاطر بحران همه‌گیری ویروس کرونا تجربه می‌کند. اقتصادهای گوناگون در سراسر جهان اکنون به‌دنبال راهی برای بازگشت به وضعیت عادی هستند و غول چینی هم باید هرچه سریع‌تر، چالش‌های خود را برطرف کند. هوآوی برای تقویت هرچه بیشتر بخش نیروی انسانی خصوصا در مقابله با تحریم‌ها، برنامه جدی استخدام دارد که طبق ادعای رسانه‌های چینی به‌نام برنامه استخدام «جوان‌های نابغه» اجرا می‌شود. رسانه‌ها ادعا می‌کنند یکی از دلایل اصلی اجرای برنامه استخدامی جدید، مقابله با تحریم‌های آمریکا در صنعت نیمه‌هادی است. رن ژنگفی، مدیرعامل و بنیان‌گذار هوآوی، از مدت‌ها پیش همکاری نزدیکی با دانشگاه‌های چینی دارد. او از آنها می‌خواهد تا اهمیت پرورش استعدادهای چینی را هرچه بیشتر درک کنند تا کشور، ابزارهایی برای رقابت در دنیای پرجنب‌وجوش امروز داشته باشد. ژنگفی در هفته‌های اخیر بازدیدهای متعددی از دانشگاه‌های چینی داشت که بخشی از برنامه گسترش بخش تحقیق و توسعه هوآوی محسوب می‌شد. رسانه چینی گلوبال تایمز می‌گوید دانشگاه‌های South East University, Fudan University, Shanghai Jiao Tong University و Southeast University در هفته‌های گذشته میزبان مدیرعامل هوآوی بوده‌اند. نکته جالب‌توجه اینکه هوآوی از استخدام شهروندان آمریکایی یا دارندگان گرین کارت خودداری می‌کند و به همین دلیل تمرکز آنها روی دانشگاه‌های برتر چینی بیشتر شده است. به‌هرحال چینی‌ها تصمیم دارند تا هرچه بیشتر، از چالش‌ها و درگیری‌های آتی احتمالی با ایالات متحده جلوگیری کنند. مدیرعامل هوآوی در اظهارنظری جالب‌توجه پیرامون وضعیت ایالات متحده و رقابت با آنها گفته بود: «تا زمانی که شما شهروند ایالات متحده بوده، گرین کارت داشته یا اقامت دائمی در خاک آن کشور داشته باشید، تحت پوشش سیستم قضایی گسترده آنها هستید. قدرت ایالات متحده به‌عنوان یک ملت، در سرزمین آنها دیده نمی‌شود، بلکه استعدادها نقشی حیاتی در قدرت دادن به کشور را دارند. ما از آمریکا چه می‌آموزیم؟ استعدادها را جذب کنیم. در آینده، افراد بااستعداد زیادی به هوآوی جذب خواهند شد.» حقوقی که هوآوی برای استعدادهای جدید خود در نظر دارد، تقریبا با حقوق پایه فعالان حوزه مالی در ایالات متحده برابری می‌کند. چنین موقعیت‌هایی در ایالات متحده در حوزه‌هایی همچون «مالی محاسباتی» دیده می‌شوند و کارمندان تازه‌کار در آنها، تا ۲۰۰ هزار دلار حقوق دریافت می‌کنند. این حقوق، بالاترین میزان پرداختی هوآوی به استعدادهای جدید خواهد بود. یکی از کارمندان جدید هوآوی به‌نام ژانگ جی، دکترای علوم کامپیوتر، با حقوق پیشنهادی ۱/۲ میلیون یوآن (حدود ۳۰۰ هزار دلار) در سال به شرکت پیوست. ژانگ که فارغ‌التحصیل یک دانشگاه معمولی چینی بوده، می‌گوید تمایل و توانایی او در پیشرفت شخصی، نقشی مهم در استخدامش در هوآوی داشته است. ژانگ در موقعیتی کاری متمرکز بر تحقیق و توسعه استخدام شد و یکی از چهار کارمند جدیدی محسوب می‌شود که حقوقی نزدیک به ۲ میلیون یوآن دریافت می‌کند.

پژوهش‌ها با طیف وسیعی از عوارض کرونا مقابله می‌کند

صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از همان روزهای نخست شیوع کرونا دست به کار شد تا از توانمندی محققان کشور برای مبارزه با این بیماری استفاده شود. در همین راستا فراخوانی منتشر شد تا پژوهشگران از سراسر کشور طرح‌های پژوهشی خود در حوزه‌های گوناگون را ارسال کنند. فراخوان پژوهشی ویژه (کرونا) منتشر شد تا از پژوهش‌هایی در زمینه پیشگیری، درمان و مقابله با عوارض فردی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مرتبط با این حوزه حمایت شود. از زمان شیوع کرونا فعالان زیست بوم فناوری و نوآوری گام‌های موثری برداشتند و توانمندی خود را با تولید محصولات فناورانه اثبات کردند. تحقیقات علمی با سرعت در دنیا برای مقابله با این بیماری در حال انجام است. شرکت‌های دانش‌بنیان و پژوهشگران کشور در کنار کادر درمان در صف مبارزه با این بیماری جدید قرار دارند.

حمایت از این پژوهش‌های علمی روند فعالیت را سرعت می‌دهد و مسیر حرکت را هموار می‌کند. در این فراخوان نیز هدف همین است. حمایت‌ها روند تحقیق را سریع می‌کند، آن هم در حوزه‌های گوناگون علمی.



مهلت ارسال طرح‌های پژوهشی کرونا در حوزه‌های فنی و مهندسی، محیط زیست، تغییرات اقلیم و سلامت، کشاورزی و منابع طبیعی، علوم و علوم زیستی، هنر و معماری، مدیریت و علوم اقتصاد، میان گروهی، علوم انسانی، اجتماعی و مطالعات علم و علوم انسانی به پایان رسیده است و طرح‌ها در حال ارزیابی هستند. اما پژوهشگران در حوزه‌های علوم پزشکی، ریاضی و فیزیک، علوم دامی، دامپزشکی و شیلات تا ۱۵ شهریورماه برای ارسال طرح‌های خود مهلت دارند.

با این اتفاق حمایت از تحقیقات در حوزه کرونا گسترده شد. پژوهشگران علاوه بر موضوعات درمانی کرونا در حوزه‌هایی مانند مسائل اجتماعی، روانشناسانه و اطلاعات آماری نیز توسط صندوق حمایت می‌شود.

۸۰ درصد کاتالیست‌ها با آغاز تحریم‌ها بومی شد

کاتالیست‌ها از جمله اقلام بسیار استراتژیک در صنعت نفت و گاز محسوب می‌شوند. یک فعال فناور در این زمینه اظهار کرد که با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور موفق شده‌اند بیش از ۸۰درصد کاتالیست‌های موردنیاز کشور را در داخل تولید کنند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، حمزه کازرونی، مدیرعامل شرکت فناور توسعه دانش و فناوری ایلیا بیان کرد: کاتالیست‌ها از جمله اولین اقلامی بودند که از سال ۱۳۸۹ مورد تحریم قرار گرفتند. با اعمال تحریم‌ها مشکلات زیادی برای پالایشگاه‌ها به وجود آمد، زیرا اکثر نیاز کشور از خارج تامین می‌شد و شرکت‌ها مجبور بودند که با قیمت بالا و از طریق واسطه‌ها کاتالیست‌ها را خریداری کنند. به گفته کازرونی، با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور زیادی تاسیس شد که به صورت تخصصی در حوزه کاتالیست فعالیت می‌کنند. پس از چند سال فعالیت، به جرأت می‌توان گفت که با توجه به تعداد کاتالیست‌های ساخته شده و کاتالیست‌های در لبه تجاری‌سازی، در حال حاضر نزدیک به ۸۰درصد از کاتالیست‌های موردنیاز کشور، در داخل ساخته می‌شود. وی ادامه داد: ما در شرکت یک کاتالیست با فناوری بسیار بالا تولید کرده‌ایم که از اهمیت بالایی برای تامین بنزین کشور برخوردار است. این کاتالیست رفورمینگ نفتا نام دارد و با توجه به اینکه ۷۰درصد بنزین موردنیاز کشور در واحد رفورمینگ پالایشگاه ساخته می‌شود، این کاتالیست می‌تواند نقشی کلیدی در این حوزه ایفا کند. کازرونی همچنین گفت: ۹۵درصد از نیاز دنیا به این کاتالیست توسط دو شرکت فرانسوی و آمریکایی ساخته می‌شود. این کاتالیست از سال ۲۰۱۷ در روسیه نیز با تحریم مواجه شد. آنها نیز دو خط تولید راه‌اندازی کرده‌اند. ما مدعی هستیم که کیفیت کاتالیست ساخته شده در کشور ما از کیفیت کاتالیست روسی بسیار بالاتر است. در مورد این کاتالیست بیش از ۱۰ هزار صفحه آزمایش وجود دارد و در ۴ ورژن و نوع مختلف تولید شده است.

کارگاه برندینگ

بازاریابی و فروش دیجیتال محصولات با تکنیک‌های تازه

به قلم: تینا داهمن مدیرعامل موسسه مشاوره بیز هیروز
ترجمه: علی آل‌علی

فروش محصولات به صورت آنلاین فرآیند هیجان‌انگیزی محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از کسب و کارها با هدف کاهش هزینه‌های جاری و ادامه فروش در دوران کرونایی اقدام به استفاده از تکنیک فروش آنلاین می‌کنند. شاید در ابتدا این شیوه فروش بسیار ساده به نظر برسد، اما نیازمند یادگیری نکات مختلفی است. بدون آموزش کافی برای فروش آنلاین تجربه برند شما همراه با ناکامی خواهد بود. براساس گزارش موسسه Research and Markets، مقدار فروش آنلاین کسب و کارها در سال گذشته بالغ بر ۳۲۵ میلیارد دلار بوده است. این بازار گسترده جذابیت‌های کافی برای جلب نظر هر برندی را دارد. همچنین براساس پیش‌بینی‌ها مقدار فروش کل برندها در فضای آنلاین تا سال ۲۰۲۵، ۱۸۷میلیارد دلار رشد خواهد داشت.

اغلب برندها در شرایط رکود اقتصادی ناشی از کرونا تمایل به ادامه فروش بالا دارند. بهترین نمونه در این زمینه خرده‌فروشی آمازون است. این خرده‌فروشی در طول دوران کرونا به جای مواجهه با کاهش فروش، رشد بسیار زیادی را تجربه کرد. همین امر بسیاری از برندها را مایل به ورود به چنین عرصه‌ای کرده است. اگر شما نیز مایل به حضور در عرصه بازاریابی و فروش آنلاین هستید، باید برخی از نکات اساسی را مدنظر داشته باشید.

فرآیند فروش آنلاین تفاوت بسیار زیادی با نمونه حضوری دارد بنابراین اگر شما از عرصه فروش حضوری به دنیای آنلاین قدم می‌گذارید، باید بسیاری از عادت‌های قبلی‌تان را ترک نمایید. امروزه اغلب مشتریان برای خرید آنلاین تمایل به مقایسه محصولات با هم دارند. همچنین سطح قیمت میان خرده‌فروشی یا شرکت شما با دیگر رقبا نیز اهمیت دارد. اگر شما یک محصول را ارزان‌تر از دیگر رقبا عرضه نمایید، مزیت قابل توجهی در مقایسه با دیگران به دست خواهید آورد.

ما در ادامه مقاله کنونی به بررسی برخی از مهمترین راهکارها برای فروش آنلاین با شیوه‌های تازه و جدید خواهیم پرداخت. نکات مورد بحث در این مقاله برای تمام برندهای تازه‌کار و قدیمی در حوزه فروش آنلاین مفید خواهد بود.

۱. برگزاری جلسات آنلاین

برگزاری جلسات و رویدادهای آنلاین در طول ماه‌های اخیر رواج بسیار زیادی داشته است. بدون شک این امر ناشی از شرایط ناتوانی برندها برای برگزاری رویدادهای حضوری نیز هست بنابراین اغلب برندها در عمل با هدف ادامه روند تعامل با مشتریان و کاهش هزینه‌ها به سوی برگزاری رویدادهای آنلاین می‌روند.

وقتی اغلب مردم ساعت‌های متمادی در خانه‌های‌شان هستند، مشاهده برنامه‌ها و رویدادهای هیجان‌انگیز برندها گزینه جالبی خواهد بود. این نکته اغلب برای برندها به مثابه راهبردی فرعی در سال‌های گذشته قلمداد می‌شود، با این حال شیوع ویروس کرونا تجدیدنظر اساسی نسبت به نقش رویدادهای آنلاین را به ارمغان آورده است.

هر برند در زمینه فعالیتش باید نسبت به راه‌اندازی رویدادهای انحصاری اقدام نماید. اگر شما توانایی مدیریت رویدادهای به صورت انفرادی را ندارید، همکاری با برخی از برندهای دیگر گزینه مناسبی خواهد بود. مهمترین نکته در این میان عدم همکاری با رقبای مستقیم شرکت است. توصیه ما انتخاب برخی از برندهای همکاری برای ایجاد زنجیره‌ای موفق از فروش است. به عنوان مثال، اگر شما در زمینه فروش لوازم ورزشی فعالیت دارید، همکاری با تیم‌های ورزشی گزینه مناسبی برای برگزاری رویداد آنلاین خواهد بود.

۲. چالش‌های آنلاین

چالش‌های آنلاین یکی دیگر از راهکارهای مناسب برای بازاریابی و جلب نظر مشتریان در دوران کرونایی است. وقتی اغلب مردم در خانه‌های‌شان هستند، شرکت در چالش‌های آنلاین گزینه جذابی خواهد بود. امروزه بسیاری از برندها در عمل حضور در چالش‌های آنلاین را نوعی تفریح قلمداد می‌کنند. مزیت اصلی این شیوه امکان جلب نظر مشتریان به برند و محصولاتش در قالبی غیرمستقیم است.

چالش برند شما باید به اندازه کافی با دیگر چالش‌های جاری تفاوت داشته باشد. این امر اهمیت بسیار زیادی برای جلب نظر مخاطب هدف دارد. چالش‌های کلیشه‌ای و مشابه در دنیای شبکه‌های اجتماعی کمترین توجهی را جلب نخواهد کرد. توصیه ما در این بخش مرور برخی از موفق‌ترین چالش‌ها در طول سال‌های اخیر از سوی برندهاست. شما به این ترتیب امکان جلب نظر مخاطب هدف به شیوه‌ای کاربردی را خواهید داشت.

انتخاب شبکه‌های اجتماعی مناسب برای اجرای چالش‌ها مهمترین بخش فعالیت هر برندی است. شما باید نسبت به میزان حضور کاربران در شبکه‌های اجتماعی مختلف آگاهی به نسبت دقیقی داشته باشید. این امر موفقیت نهایی کمپین شما را افزایش خواهد داد.

۳. ترغیب کاربران برای عضویت در سایت برند

مدیریت سایت‌های رسمی برای برندها ایده تازه‌ای نیست. امروزه اغلب مشتریان تمایلی برای بازدید از سایت برندها ندارند. دلیل این امر فعالیت کلیشه‌ای اغلب برندهاست، بنابراین شما باید نسبت به ایجاد تغییر در وضعیت سایت رسمی برندتان اقدام نمایید. تولید محتوای جذاب برای مخاطب هدف در سایت برند ایده مناسبی محسوب می‌شود.

اغلب برندها در فرآیند تعامل با مخاطب هدف علاقه‌مند به گردآوری اطلاعات از آنها برای بازاریابی بهتر در آینده هستند. اگر محتوای سایت شما به اندازه کافی جذاب باشد، مخاطب هدف نسبت به عضویت در سایت شما ترغیب خواهد شد. به این ترتیب شما فرصت گردآوری اطلاعات موردنیازتان پیرامون مخاطب هدف را خواهید داشت.

منبع: entrepreneur.com

هیچ وقت برای برندسازی دیر نیست

برندسازی شخصی برای افراد بالای ۵۰ سال

به قلم: ویلیام آرودا کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

برندسازی شخصی یکی از راهکارهای مناسب برای حضوری فعال و تاثیرگذاری در عرصه کسب و کار محسوب می‌شود. بسیاری از برندهای بزرگ علاوه بر شهرت بالا به خاطر فعالیت مناسب‌شان، مدیران نام‌آشنایی نیز دارند. این امر اعتبار و جذابیت برندها برای مخاطب هدف را به شدت افزایش می‌دهد. اگر شما نیز به عنوان یک کارآفرین یا کارمند در تلاش برای ایجاد برند شخصی برای خود هستید، توصیه‌های این مقاله به درد شما می‌خورد.

آمادگی برای برندسازی شخصی اغلب اوقات از سوی کارآفرینان جوان صورت می‌گیرد. همین نکته انگیزه بسیاری از کارآفرینان میانسال برای برندسازی شخصی را کاهش می‌دهد. اگر شما تجربه بالایی در زمینه کسب و کار دارید، شروع فرآیند برندسازی شخصی تجربه شما را بدل به مزیت رقابتی‌تان خواهد کرد. امروزه تعداد برندهای شخصی متعلق به افراد بالای ۵۰ سال چندان زیاد نیست، با این حال چنین نکته‌ای به معنای ناتوانی افراد میانسال برای حضور فضای موردنظر نخواهد بود.

ما در این مقاله قصد بررسی راهکارهای مناسب برای افراد بالای ۵۰ سال به منظور حضور در عرصه برندسازی شخصی را داریم.

مزیت اصلی افراد میانسال در زمینه کسب و کار تجربه فراوان‌شان است. همچنین اگر شما چهره‌ای شاخص در زمینه کسب و کار باشید، امکان جلب نظر مخاطب و ساماندهی برند شخصی‌تان بسیار ساده‌تر خواهد شد. ساماندهی برند شخصی همیشه کار پیچیده‌ای نیست. این امر از سوی بسیاری از افراد با موقعیت‌های گوناگون قابل اجراست. مدیران شرکت‌ها برای تاثیرگذاری بیشتر بر روی کارمندان و مشتریان اقدام به ایجاد برند شخصی می‌کنند. چنین استراتژی توانای کلی برند موردنظر برای جلب نظر مشتریان را افزایش خواهد داد.

هدف اصلی مقاله کنونی ارائه راهکارهایی ساده و قابل اجرا از سوی اغلب کارآفرینان است، بنابراین شما امکان بهره‌مندی از توصیه‌های مقاله کنونی در هر حوزه و زمینه‌ای را خواهید داشت. ما در ادامه به بررسی مهمترین بخش‌های ساماندهی برند شخصی خواهیم پرداخت.

اهمیت ذهنیت مناسب

فعالیت در زمینه برندسازی شخصی نیازمند ذهنیت مناسب است. بدون تردید در ابتدا شما توانایی تاثیرگذاری قابل ملاحظه بر روی مخاطب هدف را نخواهید داشت. این امر به دلیل محدودیت‌های بازار کسب و کار و حضور برندهای شخصی متعدد است بنابراین صبر و شکیبایی اهمیت بالایی برای برندسازی شخصی خواهد داشت. شما به عنوان کارآفرینان بالای ۵۰ سال تجربه بسیار زیادی در زمینه کسب و کار دارید. این امر شما را نسبت به رعایت صبر و تلقی برندسازی شخصی به مثابه یک بازی بلندمدت ترغیب خواهد کرد. فعالیت‌های شتاب‌زده در زمینه بازاریابی و برندسازی همیشه با شکست مواجه می‌شود. بنابراین زمان لازم برای رشد و فعالیت مناسب را مدنظر داشته باشید.

شناسایی نقاط قوت کارآفرینان برای برندسازی شخصی اهمیت بالایی دارد. بدون تردید افراد در عرصه کسب و کار دارای تفاوت‌هایی با هم هستند. این امر امکان تمرکز بر روی مهارت‌ها و برتری‌های شخصی برای برندسازی را فراهم می‌سازد. اگر شما سخنران خوبی هستید، باید نسبت به تولید محتوا و حضور در همایش‌های مختلف اقدام کنید. مهمترین مسئله در اینجا عدم اتخاذ یک رویکرد برای برندسازی شخصی فقط به دلیل استفاده آن از سوی دیگر افراد است. شما باید به دنبال نقطه مزیت و هدف اصلی خودتان باشید. در غیر این صورت تمام فرآیندهای شما در نهایت با شکست مواجه خواهد شد.

بهبود سازگاری با فناوری‌های دیجیتال

بسیاری از افراد میانسال رابطه مناسبی با فناوری‌های دیجیتال ندارند. این امر اغلب بزرگ‌ترین نقطه ضعف کارآفرینان میانسال در زمینه برندسازی شخصی محسوب می‌شود. وقتی شما آگاهی درستی از فناوری دیجیتال نداشته باشید، توسعه برند شخصی دشوار خواهد شد. امروزه اغلب کمپین‌های بازاریابی و فرآیندهای برندسازی در شبکه‌های اجتماعی، به طور کلی فضای آنلاین، روی می‌دهد بنابراین حضور در فضای موردنظر برای توسعه برند اهمیت بالایی دارد.

حضور افراد دارای برند شخصی در شبکه‌های اجتماعی شباهت بسیار زیادی به بازاریابی و برندسازی برای شرکت‌ها دارد. مزیت اصلی شما در این میان امکان بیان نظرات کارشناس و ارائه جلوه‌ای انسانی است. امروزه مشتریان ارتباط بهتری با برندهای شخصی، در مقایسه با برندهای تجاری، دارند. همین نکته موجب تقویت انگیزه بسیاری از شرکت‌ها به منظور کمک به مدیران‌شان برای ایجاد برند شخصی شده است.

بدون شک کارآفرینان میانسال در زمان جوانی ارتباط مناسبی با فناوری‌های روز داشته‌اند. مسئله مهم در اینجا فقدان ادامه ارتباط مناسب و به روز رسانی اطلاعات در زمینه فناوری‌هاست. شاید شما نیاز به شروع دوباره فرآیند یادگیری فناوری‌های مدرن برای حضور بهتر در فضای بازاریابی و کسب و کار داشته باشید. این امر برای بسیاری از برندها اهمیت بالایی دارد بنابراین اگر شما نیز در تلاش برای برندسازی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، باید ابتدا نسبت به سازگاری هرچه بهتر با فناوری‌های نوین اقدام نمایید.

نقش نخستین برخورد

برخورد اولیه ما و برند شخصی‌مان با مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. این امر درست مانند روابط اجتماعی افراد تا پایان رابطه میان برند شخصی و مخاطب هدف تداوم خواهد داشت، با این حساب شما باید جلوه بسیار جذابی از کسب و کارتان در اختیار مخاطب هدف قرار دهید. امروزه اغلب کاربران برای جست‌وجوی برندها به سراغ گوگل می‌روند. دلیل این امر ارائه اطلاعات دقیق و معتبر از سوی گوگل است. نکته مهم درست در همینجاست. وقتی کاربران نام ما را در گوگل جست‌وجو می‌کنند، باید نتایج مناسبی دریافت کنند. در غیر این صورت برند ما اعتبارش را از دست خواهد داد.

مشاهده فقدان اطلاعات کافی از برندهای شخصی اغلب موجب تردید کاربران می‌شود بنابراین شما باید اطلاعات درست و دقیقی از برند شخصی‌تان در اختیار مخاطب هدف قرار دهید. این امر فرآیند بهبود رابطه و تاثیرگذاری نخست بر روی مخاطب را سرعت می‌بخشد.

برندسازی شخصی درست مانند تلاش برای افزایش شهرت و اعتبار در عرصه کسب و کار است. اگر شما به دنبال ارائه اطلاعاتی کامل از برند شخصی‌تان به مخاطب هدف هستید، عضویت در لینکدین ایده مناسبی خواهد بود. این شبکه اجتماعی به طور ویژه برای کارآفرینان و شرکت‌ها طراحی شده است. مزیت اصلی عضویت در لینکدین امکان تعامل میان برندها و کارمندان است. همچنین کاربران عادی نیز برای دریافت اطلاعات بیشتر از برندها به لینکدین مراجعه می‌کنند بنابراین شما در عمل شهرت‌تان را میان مشتریان عادی و سایر شرکت‌ها توسعه خواهید داد.

حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی

همانطور که پیش از این بیان شد، سازگاری با فناوری‌های دیجیتال اهمیت بالایی دارد. امروزه مهمترین فناوری دیجیتال در دسترس برندها شبکه‌های اجتماعی است. این امر هزینه‌های بازاریابی و برندسازی را به شدت کاهش داده است. تا چند دهه پیش دسترسی به مخاطب جهانی در فضای مجازی غیرممکن به نظر می‌رسید، با این حال اکنون بسیاری از برندها در طول روز برای مخاطب جهانی‌شان تولید محتوا می‌کنند.

برندهای شخصی نیز مانند برندهای عادی باید نسبت به تولید محتوا برای مخاطب هدف اقدام نمایند. این امر مورد توجه اغلب بازاریاب‌ها و کارشناس‌های برندسازی قرار دارد. وقتی یک کارآفرین در تلاش برای ساماندهی برند شخصی‌اش اقدام به حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌کند، کانال ارتباطی مستقیم و ارزان قیمتی با مخاطب هدف ایجاد خواهد کرد بنابراین در عمل شما نیز باید در فضای موردنظر حضور چشمگیری داشته باشید.

شاید در ابتدا حضور در فضای شبکه‌های اجتماعی اندکی دشوار باشد، با این حال پس از گذشت مدت زمانی اندک امکان سازگاری با شرایط حضور در چنین فضایی فراهم خواهد شد. امروزه استفاده از ترندهای برتر برای تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها در عمل توانایی استفاده از ترندهای برتر را ندارند. شما به عنوان یک برند شخصی باید نسبت به کاربست ترندهای مناسب با وضعیت‌تان اقدام کنید. این امر شامل ارزیابی ترندهای مختلف و انتخاب گزینه‌های مناسب است.

استفاده از ترندهای برتر نیازمند صرف زمان زیاد برای آگاهی از تازه‌ترین تغییرات و رویدادها نیست. شما با مراجعه به بخش اخبار گوگل یا خبرگزاری‌های اختصاصی کسب و کار امکان آگاهی از طیف وسیع ترندها را خواهید داشت. بنابراین پیش از تولید محتوا همیشه نسبت به مشاهده ترندهای برتر اقدام نمایید.

تقویت مهارت در تولید ویدئو

تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی همیشه محدود به محتوای متنی نیست. امروزه کاربران تمایل بسیار بالایی برای مشاهده محتوای متنی دارند. همین امر برندها را به سوی تولید نوع تازه‌ای از محتوای بازاریابی سوق داده است. شما به عنوان یک برند شخصی باید توانایی استفاده از فرمت ویدئو را داشته باشید. ساده‌ترین شیوه بازاریابی به کمک محتوای ویدئویی شامل ضبط سخنرانی‌های کوتاه است. البته اگر توانایی شما برای بازاریابی و برندسازی ویدئویی تقویت شود، تولید کلیپ‌های کوتاه نیز ایده مناسبی خواهد بود.

امروزه بسیاری از رویدادهای مرتبط با دنیای کسب و کار به صورت آنلاین برگزار می‌شود. آشنایی با نحوه استفاده از سیستم‌های مختلف ویدئویی نظیر اسکایت و سایت‌های میزبانی از وبینار مزیت مهمی برای برندسازی شخصی محسوب می‌گردد. شما به عنوان یک کارآفرین باید ایده‌های جذابی برای تولید محتوای ویدئویی در نظر داشته باشید. این امر شامل درخواست کمک و ایده‌پردازی از سوی کارمندان شرکت نیز خواهد بود.

همچنین حضور در کنفرانس‌های ویدئویی با همکاری دیگر کارآفرینان دارای برند شخصی نیز ایده جذابی خواهد بود. اگر شما به اندازه کافی مهارت و توانایی در زمینه کار با فناوری‌های نوین و تولید محتوای ویدئویی دارید، برگزاری یک رویداد آنلاین نیز گزینه خوبی خواهد بود. امروزه یکی از بهترین راهکارها برای بهبود وضعیت برندهای شخصی برگزاری رویدادهای آنلاین است بنابراین شما باید از چنین گزینه‌ای نهایت استفاده را ببرید.

منبع: forbes.com

بررسی ۱۱ نکته مهم بازاریابی در پلتفرم‌های اجتماعی

واقعیت‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی

به قلم: کاترین هانتر بلایدن کارشناس بازاریابی آنلاین
ترجمه: علی آل‌علی

استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی در طول سال‌های اخیر به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته است. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. شاید در نگاه نخست مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی کاملا روشن باشد. نکته مهم در این میان آگاهی دقیق از واقعیت‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی است. هدف ما در این مقاله آشنایی هرچه بهتر بازاریاب‌ها و برندها با واقعیت‌های بازاریابی در پلتفرم‌های اجتماعی محسوب می‌شود. شما به این ترتیب امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت.

امروزه بسیاری از برندها به دلیل عدم آگاهی دقیق از وضعیت بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی با شکست‌های شدید در این عرصه مواجه می‌شوند. این امر به خوبی ضرورت آگاهی از واقعیت‌های شبکه‌های اجتماعی در زمینه بازاریابی را روشن می‌سازد. ما در ادامه به بررسی ۱۱ نکته مهم در حوزه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی خواهیم پرداخت.

۱.حضور نیمی از جمعیت جهان در شبکه‌های اجتماعی

یکی از مزیت‌های اصلی شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با هر پلتفرم دیگری حضور پردامنه کاربران است. بسیاری از برندها براساس همین نکته اقدام به سرمایه‌گذاری کلان در این حوزه می‌کنند. وقتی شما دامنه وسیع‌تری از کاربران را در اختیار داشته باشید، شانس بالاتری برای تاثیرگذاری بر روی آنها خواهید یافت. براساس گزارش موسسه Statista، اکنون نزدیک به ۳,۶ میلیارد نفر در سراسر جهان دست‌کم در یک شبکه اجتماعی عضویت دارند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها از نقطه نظر بازاریابی خواهد داشت.

آرزوی دیرینه اغلب برندها و بازاریاب‌ها دسترسی ساده به مخاطب هدف بوده است. این امر با ظهور شبکه‌های اجتماعی روز به روز بیشتر رنگ واقعیت به خود می‌گیرد. بدون تردید انتخاب از میان شبکه‌های اجتماعی در دسترس یکی از نکات مهم برای هر بازاریابی محسوب می‌شود. امروزه برخی از برندها در عمل توانایی حضور در تمام شبکه‌های اجتماعی را ندارند بنابراین باید از میان گزینه‌های در دسترس ۲ یا ۳ مورد را انتخاب نمایند. توصیه ما در این زمینه توجه به تعداد کاربران حاضر در هر شبکه اجتماعی است. به این ترتیب شما فرصت کافی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف علاقه‌مند به کسب و کارتان را خواهید یافت.

امروزه بسیاری از کاربران به دلیل ناتوانی برای یافتن اکانت رسمی برند مورد علاقه‌شان در شبکه‌های اجتماعی قید خرید از آنها را می‌زنند. این امر به خوبی اهمیت حضور در شبکه‌های اجتماعی محبوب برای مشتریان برند را توضیح می‌دهد. شما پس از مشاهده گزینه‌های متعدد برای بازاریابی باید دست به انتخاب محبوب‌ترین گزینه در میان مخاطب هدف‌تان بزنید. برندهای بزرگ و موفق برای انتخاب شبکه‌های اجتماعی اقدام به نظرخواهی از مشتریان نیز می‌کنند. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه دارد. شما به این ترتیب نسبت به واکنش مناسب کاربران و دسترسی ساده آنها به محتوای برند مطمئن خواهید شد.

۲.کاربران به طور روزانه ۳ ساعت در شبکه‌های اجتماعی هستند

حضور در شبکه‌های اجتماعی بخش قابل توجهی از برنامه افراد را به خود اختصاص می‌دهد. بسیاری از بازاریاب‌ها بر همین اساس هیچ پلتفرمی را به اندازه شبکه‌های اجتماعی قبول ندارند. براساس گزارش موسسه گلوبال وب ایندکس، کاربران در شبکه‌های اجتماعی به طور میانگین سه ساعت در روز وقت می‌گذرانند. این زمان در مقایسه با یک دهه گذشته به طور مداوم افزایش یافته است بنابراین در آینده نیز کاربران زمان بسیار بیشتری در شبکه‌های اجتماعی سپری خواهند کرد. اگر شما نیز علاقه‌مند به بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی هستید، باید این نکته مهم را مدنظر داشته باشید.

پیش از ظهور شبکه‌های اجتماعی کانال‌های تلویزیونی محبوبیت تبلیغاتی بسیار زیادی داشتند. امروزه همچنان برخی از برندها در شبکه‌های اجتماعی بازاریابی و تبلیغات انجام می‌دهند، با این حال گزینه اصلی و محبوب برندها در طول سال‌های اخیر شبکه‌های اجتماعی است. این امر به دلیل سهولت تولید محتوا و دسترسی کاربران به آن است. وقتی کاربران تمایل بالایی برای حضور در شبکه‌های اجتماعی دارند. تولید محتوا برای آنها منطقی خواهد بود. این امر در کنار هزینه ارزان بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی نظر هر بازاریابی را به خود جلب می‌کند.

۳.بعدازظهرها، بهترین زمان برای بازاریابی در اینستاگرام

توجه به اینستاگرام به عنوان یکی از پلتفرم‌های محبوب در سراسر دنیا امر طبیعی به نظر می‌رسد. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به سوی فعالیت در اینستاگرام می‌روند. این امر موجب تمایل هرچه بیشتر آنها برای سرمایه‌گذاری در این شبکه اجتماعی می‌شود. تیم فنی اینستاگرام به خوبی از اهمیت درآمد تبلیغاتی پلتفرم‌اش آگاهی دارند. برهمین اساس به طور مداوم در تلاش برای به‌روز رسانی امکانات بازاریابی و تبلیغاتی پلتفرم‌اش است. این امر در بلندمدت به معنای افزایش سطح رقابت تبلیغاتی در اینستاگرام است.

امروزه برندهای بسیار زیادی در اینستاگرام فعالیت دارند. این برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از هر شیوه و تکنیکی استفاده می‌کنند. یکی از نکات مهم در این میان انتخاب زمان مناسب برای انتشار محتواست. بسیاری از برندها به دلیل انتخاب زمان نامناسب در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نمی‌کنند. اگر شما در تلاش برای جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران هستید، باید به دنبال بارگذاری محتوا در ساعت‌های مناسب باشید. این امر به معنای ارزیابی زمان اوج حضور کاربران در اینستاگرام است.

خوشبختانه شما نیازی به ارزیابی دقیق وضعیت کاربران در اینستاگرام ندارید. امروزه بسیاری از برندها برای ارزیابی وضعیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی از نرم‌افزارهای حرفه‌ای استفاده می‌کنند. شما امکان بهره‌گیری از نرم‌افزارهای مشابه یا همکاری با آژانس‌های بازاریابی را خواهید داشت. این امر محتوای تخصصی و حرفه‌ای در اختیار برندها قرار می‌دهد. براساس ارزیابی اغلب آژانس‌های بازاریابی بارگذاری محتوا در بعدازظهرها ایده منطقی به نظر می‌رسد. دلیل این امر تعطیلی اغلب کسب و کارها در زمان بعدازظهر است بنابراین مردم فرصت بیشتری برای حضور در شبکه‌های اجتماعی خواهند داشت.

۴.توجه به لینکدین به عنوان منبع افراد متخصص

استفاده از بازاریاب‌های حرفه‌ای در فرآیند تولید محتوا و تبلیغات اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها در تلاش برای استفاده از بازاریاب یا طراح تبلیغات حرفه‌ای دچار سردرگمی می‌شوند. ما همیشه باید به دنبال نیروی کار ماهر باشیم، اما امکان آگاهی از نحوه یافتن آنها بدل به معما شده است. نتیجه این امر ناتوانی بسیاری از برندها در زمینه ایجاد ارتباط با بازاریاب‌های موردنظرشان است. توصیه ما در این بخش عضویت در لینکدین است. این پلتفرم اجتماعی به طور ویژه برای کارآفرینان و برندها ساخته شده است. مهمترین مزیت حضور در لینکدین امکان یافتن مخاطب هدف دلخواه برندهاست بنابراین شما در عمل نیازی به صرف زمان طولانی برای یافتن بازاریاب‌ها یا سایر نیروی موردنیاز برندتان نخواهید داشت.

گاهی اوقات برندها به دلیل ناتوانی برای یافتن بازاریاب‌های حرفه‌ای اقدام به همکاری با افراد فاقد تخصص لازم می‌کنند. اگر شما در لینکدین به صورت مداوم حضور داشته باشید، به جای همکاری اجباری با برخی از افراد امکان برگزاری مصاحبه استخدامی را نیز خواهید داشت. این نکته دارای اهمیت بسیار زیادی برای برندهاست. وقتی دامنه انتخاب یک برند به شدت وسیع باشد، امکان همکاری با افراد به شدت متخصصی را خواهد داشت بنابراین نتیجه فرآیند بازاریابی دلنشین‌تر خواهد بود.

۵.علاقه بیشتر کاربران فیس‌بوک به محتوای دارای عکس

تولید محتوا در قالب متن قدمت بسیار زیادی دارد. اغلب شبکه‌های اجتماعی در ابتدا فقط از فرمت متن پشتیبانی می‌کردند بنابراین مشاهده تمایل بازاریاب‌ها برای تولید محتوای متنی عجیب به نظر نمی‌رسد. اگر شما مدت زمان زیادی نسبت به تولید محتوای متنی اقدام کرده باشید، تکنیک‌های مهم و تاثیرگذاری پیرامون آن می‌دانید. نکته مهم در این میان ضرورت به‌روز رسانی توانایی بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. امروزه محتوای بازاریابی متنی دیگر تاثیرگذاری گذشته را

ندارد بنابراین شما باید اقدام به بهبود وضعیت بازاریابی برندتان نمایید. در غیر این صورت توانایی ادامه فعالیت در عرصه بازاریابی را نخواهید داشت.

فیس‌بوک به عنوان یکی از مهمترین پلتفرم‌های بازاریابی اهمیت بسیار زیادی دارد. این شبکه اجتماعی دارای کاربران متعددی از سراسر دنیاست، با این حساب مشاهده حضور برندهای مختلف در آن امر عجیبی نخواهد بود. مهمترین نکته در مورد حضور در فیس‌بوک مربوط به علاقه کاربران به محتوای بصری است. ما در اینجا به طور اختصاصی به فرمت عکس توجه خواهیم کرد. براساس گزارش موسسه Buzzsumo، کاربران فیس‌بوک در صورت مواجهه با محتوای بازاریابی دارای عکس ۲,۳ برابر علاقه بیشتر برای مشاهده آن دارند. این امر به معنای نتیجه‌بخشی هرچه بیشتر محتوای بازاریابی همراه با عکس است. اگر شما نیز علاقه‌مند به بازاریابی در قالبی تاثیرگذار و به‌روز هستید، باید این نکته را مدنظر داشته باشید. تکنیک‌های بازاریابی در طول زمان تغییر می‌کند. برندها نیز باید همگام با چنین تغییراتی نسبت به اخذ شیوه‌های تازه اقدام نمایند. در غیر این صورت با ریزش شدید مخاطب مواجه خواهند شد.

۶.خرید آنلاین دو سوم کاربران پس از مشاهده تبلیغات

مشاهده تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی تاثیر روانی قابل توجهی بر روی کاربران دارد. بسیاری از برندهای تازه تاسیس نسبت به فعالیت بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی تردید دارند. این امر موجب بروز مشکلات بلندمدت در کسب و کار آنها خواهد شد. اگر شما نیز علاقه‌مند به بازاریابی و توسعه کسب و کارتان هستید، باید حضور در شبکه‌های اجتماعی را مدنظر قرار دهید. یکی از گزینه‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی استفاده از فرصت تبلیغاتی پلتفرم‌هاست. این امر به معنای پرداخت هزینه به تیم بازاریابی شبکه اجتماعی در ازای نمایش محتوای بازاریابی‌مان در قالب تبلیغات جذاب است.

امروزه بسیاری از برندها در اینستاگرام از گزینه تبلیغات استفاده می‌کنند. این امر به بهبود هرچه بیشتر توانایی برندها برای تولید محتوا کمک شایانی می‌کند. بنابراین شما نیز باید در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از گزینه تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی باشید.

براساس گزارش موسسه PR News Wire، اکنون دو سوم کاربران در شبکه‌های اجتماعی پیش از خرید یک محصول تمایل به مشاهده تبلیغات آن دارند. این امر به نوعی اطمینان خاطر نسبت به اصالت و فعالیت مداوم برند موردنظر را تقویت خواهد کرد. امروزه جلب اعتماد مشتریان یکی از دغدغه‌های اصلی برندها محسوب می‌شود. همکاری تبلیغاتی با شبکه‌های اجتماعی یکی از گزینه‌های مناسب برای افزایش اعتماد مخاطب هدف خواهد بود.

اگر شما برنامه مشخصی برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی ندارید، مراجعه به تیم‌های بازاریابی پلتفرم‌هایی نظیر اینستاگرام راهگشا خواهد بود. تیم بازاریابی اینستاگرام با همراهی برخی از بازاریاب‌ها و کارشناس‌های حرفه‌ای توانایی ارائه توصیه‌های کاربردی به برندها را دارد. توصیه اصلی ما در این بخش طراحی استراتژی بازاریابی و سپس اقدام به همکاری با برندهاست. شما در غیر این صورت بخش قابل توجهی از بودجه‌تان را از دست خواهید داد.

۷.دنبال کردن دست‌کم یک حساب تجاری از سوی ۹۰درصد کاربران اینستاگرام

بدون تردید اینستاگرام محبوب‌ترین شبکه اجتماعی در سراسر دنیا محسوب می‌شود. همین امر حضور دامنه وسیعی از برندها در آن را توجیه می‌کند. اگر شما نیز علاقه‌مند به بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی هستید، به احتمال فراوان اینستاگرام بخشی از گزینه‌های اصلی شماست.

براساس اعلام رسمی اینستاگرام، کاربران این پلتفرم (۹۰ درصدشان) دست کم یک حساب تجاری را فالو می‌کنند. شاید این امر در ابتدا بسیار ساده به نظر برسد، اما نتیجه بازاریابی قابل ملاحظه‌ای برای برندها دارد. امروزه بسیاری از برندها به دنبال بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف برای اهداف بلندمدت هستند. حضور در اینستاگرام با تمایل بالای کاربران برای دنبال کردن اکانت‌های تجاری به خوبی این امکان را به برندها خواهد داد بنابراین شما نیز باید در اینستاگرام حضور فعالی داشته باشید. در غیر این صورت بخش قابل توجهی از مخاطب هدف شما از دست خواهد رفت.

۸.۸۰ درصد خریدهای آنلاین در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر گوشی‌های هوشمند است

امروزه بسیاری از کاربران برای جست‌وجو و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی از گوشی هوشمند استفاده می‌کنند. این امر به دلیل افزایش توانمندی‌های گوشی‌های هوشمند به نوعی رایانه‌ها را به حاشیه رانده است بنابراین شما باید توجه ویژه‌ای برای سازگاری با ساختارهای گوشی هوشمند داشته باشید. این نکته بیشتر در مورد طراحی سایت رسمی برند صحت دارد. اغلب برندها برای فروش محصولات اقدام به هدایت کاربران به سایت رسمی‌شان می‌کنند. اگر سایت رسمی برند شما طراحی جذابی برای کاربران گوشی‌های هوشمند نداشته باشد، شانس اندکی برای موفقیت در زمینه فروش خواهید داشت بنابراین طراحی درست و مناسب سایت رسمی برند اهمیت ویژه‌ای خواهد داشت.

مهمترین توصیه در زمینه طراحی سایت رسمی برند مربوط به انتخاب قالبی سبک و کم‌حجم است. چالش اصلی در این میان بین انتخاب گونه‌ای مناسب از قالب سبک و چشم‌نوازی‌اش است. بسیاری از برندها در عمل قالب بی‌نهایت ساده‌ای را انتخاب می‌کنند بنابراین مشاهده بی‌توجهی کاربران به قالب‌شان امری طبیعی محسوب می‌شود. شما باید توانایی مناسب برای انتخاب قالب‌های جذاب داشته باشید. اگر نیروی متخصص در برندتان وجود دارد، طراحی قالب ایده جذابی خواهد بود. در غیر این صورت حتی امکان استفاده از قالب‌های آماده نیز وجود خواهد داشت.

۹.سلطه بانوان بر پلتفرم پینترست

بسیاری از برندها در زمینه تولید محصولات اختصاصی برای خانم‌ها فعالیت دارند. چنین برندهایی همیشه مشکلات زیادی برای تعامل با کاربران خانم دارند. این امر بدل به آرزوی یافتن شبکه اجتماعی با دامنه غالب کاربر خانم برای بازاریاب‌ها شده است. اگر شما نیز چنین آرزویی دارید، حضور در پینترست گزینه مناسبی برای شما خواهد بود. امروزه بسیاری از برندها توجه چندانی به پینترست ندارند. دلیل این امر حضور رقیبی سرسخت مانند اینستاگرام است. نکته مهم در این میان حضور کاربران وفادار پینترست در این پلتفرم است. اگر شما علاقه‌مند به جلب نظر کاربران خانم برندتان هستید، باید هرچه سریع‌تر فعالیت‌تان در این پلتفرم را آغاز نمایید.

حضور نسل جوان در شبکه‌های اجتماعی امر تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها به دنبال کاربران جوان هزینه‌های بسیار زیادی صرف می‌کنند. حضور در پینترست امکان تعامل با کاربران خانم بین ۲۵ تا ۵۴ را فراهم می‌سازد بنابراین شما باید توجه ویژه‌ای نسبت به حضور در این شبکه اجتماعی داشته باشید. بسیاری از برندها در عمل به خاطر شهرت کمتر پینترست قید حضور در آن را می‌زنند. با این حال شما نباید چنین اشتباهی را مرتکب شوید.

۱۰.علاقه ۹۰ درصدی کاربران توییتر برای مراجعه به لینک‌های جانبی

هدایت کاربران به سوی لینک‌های جانبی همیشه دغدغه اصلی برندهای در شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. اگر شما تجربه بازاریابی در توییتر را داشته باشید، نسبت به تمایل بالای کاربران برای مراجعه به لینک‌های جانبی تعجب نخواهید کرد. این امر به دلیل ساختار باز و تعاملی توییتر است. چنین امری کاربران را نسبت به مشاهده لینک‌های جانبی و مراجعه به سایت‌های دیگر علاقه‌مند می‌سازد.

توییتر به طور کلی یکی از پلتفرم‌های عجیب در دوره کنونی است. کاربران هنوز هم در این پلتفرم نسبت به تولید محتوای متنی اقدام می‌کنند. بنابراین بازاریابی متن محور در توییتر همچنان جذابیت و تاثیرگذاری خاص خود را دارد. این امر در مقایسه با وضعیت سایر شبکه‌های اجتماعی بیانگر پایداری شگرف توییتر در طول سال‌های متمادی است.

استفاده از محتوای متنی در توییتر به معنای بی‌توجهی به دیگر فرمت‌ها نیست. کاربران توییتر نیز تمایل بالایی به مشاهده ویدئو دارند. نکته مهم در این میان بارگذاری ویدئو از یوتیوب به صورت قابل نمایش در توییتر است. اگر شما صرفا لینک مراجعه به یوتیوب را قرار دهید، الگوریتم توییتر آن را در قالب نمایشی برای کاربران قرار خواهد داد. البته با وجود چنین امکانی هنوز هم بسیاری از کاربران به صورت جداگانه به سراغ لینک جانبی یوتیوب می‌روند.

۱۱.به اشتراک‌گذاری تجربیات لذت‌بخش خرید

مشتریان همیشه تجربیات‌شان نسبت به برندها را به اشتراک نمی‌گذارند. این امر در مورد بسیاری از مشتریان بدل به نوعی ویژگی اخلاقی شده است. فضای تعاملی شبکه‌های اجتماعی تمایل به اظهارنظر را به شدت افزایش می‌دهد. همین امر برندها را نسبت به حضور در شبکه‌های اجتماعی بیش از هر زمان دیگری علاقه‌مند ساخته است.

نکته مهم درخصوص به اشتراک‌گذاری تجربه خرید از سوی مشتریان ماهیت چالش‌برانگیزش است. بر این اساس اگر مشتریان تجربه نامطلوبی از برند شما داشته باشند، به سرعت تمام کاربران از آن باخبر خواهند شد. همین امر در طول سال‌های اخیر موجب رسوایی‌های وحشتناک برای برخی از برندها شده است. با این حساب شما باید فعالیت بسیار دقیقی در شبکه‌های اجتماعی داشته باشید. در غیر این صورت هر لحظه امکان مواجهه با خیل اعتراضات مشتریان وجود خواهد داشت.

امروزه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بدل به نوعی گرایش عمومی در میان برندها شده است. مهمترین نکته در این میان آگاهی از وضعیت شبکه‌های اجتماعی و نحوه بازاریابی در آنهاست. اگر شما در این زمینه مهارت کافی نداشته باشید، به سرعت با شکست مواجه خواهید شد. ما در این مقاله بر روی برخی از مهمترین ویژگی‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی تاکید کردیم. این امر در صورت توجه شما به طور همزمان به تمام نکات نتایج بازاریابی مثبتی برای برندتان به همراه خواهد داشت.

منبع: business.com

ایستگاه بازاریابی

مدیریت سئو بهینه با انتخاب هوشمندانه کلیدواژه‌ها

به قلم: رایان جکسون کارشناس کسب و کار و موسس برند جکسون دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

بهبود رتبه سایت برند در گوگل مزیت‌های بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد. این امر فرآیند جلب نظر مخاطب هدف را توسعه می‌دهد. امروزه اغلب کاربران در گوگل فقط به چند نتیجه نخست نگاه می‌کنند بنابراین اگر سایت برند شما در رتبه مناسبی قرار نداشته باشد، امکان جلب نظر مخاطب هدف فراهم نخواهد بود. مدیریت سئو مهمترین ابزار برندها برای جلب نظر مخاطب هدف و بهبود رتبه‌شان محسوب می‌شود. ما در این حوزه با اهمیت کاربست کلیدواژه‌های مهم و اساسی مواجه هستیم، بنابراین شما باید در عمل استفاده مناسبی از کلیدواژه‌های محبوب و پرکاربرد در کسب و کارتان داشته باشید. مشکل بسیاری از کسب و کارها ناتوانی برای شناسایی و سپس کاربست کلیدواژه‌های مناسب است. ما به همین خاطر در ادامه به بررسی چهار تکنیک مناسب برای بهبود وضعیت مدیریت سئو برندها خواهیم پرداخت.

۱. تولید محتوا برای مخاطب خاص

یکی از راهکارهای مناسب برای مدیریت سئو کاربردی هدف‌گذاری بر روی طیف خاصی از مشتریان است. امروزه اغلب برندها در تلاش برای جلب دامنه هرچه وسیع‌تری از مشتریان هستند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار منطقی به نظر برسد، اما کارایی فرآیند بازاریابی و مدیریت سئو را به شدت کاهش می‌دهد. اگر شما به جای تمام مشتریان حاضر در بازار به سراغ گروه خاصی از آنها بروید، شانس بیشتری برای جلب نظرشان خواهید داشت.

توجه به گروه خاصی از مشتریان به معنای ارزیابی سلیقه و علاقه آنهاست. پس از این فرآیند شما باید بر روی مشتریانی با بیشتری علاقه به حوزه فعالیت برندتان ارتباط عمیق‌تری ایجاد کنید. پیشنهاد ما در این بخش تولید محتوای اختصاصی برای آنهاست. چنین استراتژی رابطه شما با مشتریان بالقوه بازار را بهبود می‌بخشد. همچنین دیگر نیازی به صرف هزینه بالا برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود.

۲. توجه به قوانین جست‌وجو در گوگل

آگاهی از قوانین گوگل برای مدیریت سئو و کسب رتبه‌های بهتر در جست‌وجوها اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه قوانین مربوط به گوگل به سرعت به‌روز رسانی می‌شود بنابراین شما نیز باید در بازه‌های زمانی کوتاه نسبت به بازنگری در قوانین موردنظر اقدام نمایید.

یکی از ابزارهای مفید گوگل برای مدیریت سئو مناسب تحت عنوان «گوگل ترند» شناخته می‌شود. این ابزار کاربردی امکان ارزیابی کلیدواژه‌های محبوب در مناطق مختلف را فراهم می‌سازد. دسترسی به اطلاعات جزئی در مورد کلیدواژه‌ها موجب محبوبیت بسیار وسیع گوگل ترند در میان کاربران و برندها شده است بنابراین شما نیز باید از این ابزار برای تعیین کلیدواژه‌های مناسب محتوای برندتان استفاده نمایید.

اشتباه برخی از برندها به هنگام استفاده از گوگل ترند اخذ کلیدواژه‌های برتر بدون توجه به ارتباط آنها با کسب و کارشان است. اگر کلیدواژه‌های شما ارتباط چندانی به کسب و کارتان نداشته باشد، گوگل به تدریج با محتوای شما برخورد تنبیهی خواهد کرد بنابراین همیشه کلیدواژه‌های مناسب با ماهیت کسب و کارتان را انتخاب نمایید.

۳. کاهش تعداد کلیدواژه‌ها

محدود ساختن کلیدواژه‌های تحت نظر برند اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها برای تولید محتوای به چند صد کلیدواژه نظر دارند. این امر موجب سردرگمی الگوریتم گوگل به هنگام طبقه‌بندی محتوای شما خواهد شد. اگر شما دامنه وسیعی از کلیدواژه‌ها را مدنظر دارید، به سراغ مهمترین‌ها بروید. این امر باید تا دسترسی به ۵ تا ۱۰ کلیدواژه نهایی ادامه پیدا کند. هرچه تعداد کلیدواژه‌ها کمتر باشد، شانس مطالب شما برای کسب رتبه برتر بیشتر خواهد بود. بسیاری از برندها به اشتباه در تلاش برای بهبود وضعیت سئو برندشان اقدام به استفاده از کلیدواژه‌های متعدد می‌کنند. این امر همیشه نتیجه منفی برای برندها به همراه دارد بنابراین شما باید اقدام به کوچک ساختن دامنه کلیدواژه‌های کاربردی برندتان نمایید.

۴. ارزیابی دقیق وضعیت کلیدواژه‌ها

پس از جست‌وجوی نهایی کلیدواژه‌ها باید نسبت به سابقه استفاده از آنها نیز اقدام کرد. کدام برندها از کلیدواژه‌های موردنظر شما استفاده کرده‌اند؟ شاید این پرسش در ابتدا بسیار ساده به نظر برسد، اما ارزیابی نتیجه کاربست کلیدواژه‌ها از سوی سایر برندها امکان بهبود وضعیت شما را در پی خواهد داشت.

اگر شما نسبت به نتیجه کاربست یک کلیدواژه تردید دارید، به دنبال الگوبرداری از عملکرد برندهای موفق در بازار باشید. امروزه برندهای بزرگ بودجه بسیار زیادی برای ارزیابی دقیق وضعیت بازار و طراحی استراتژی مدیریتی سئو کاربردی اختصاص می‌دهند. بی‌شک کسب و کارهای کوچک توانایی صرف چنین هزینه‌هایی را ندارند بنابراین الگوبرداری از برندهای بزرگ بهترین راهکار برای آنها خواهد بود.

امروزه مدیریت سئو به صورت تاثیرگذار بدل به نیاز ضروری برندها شده است. اگر شما در این زمینه اندکی تعلل نمایید، رقبای‌تان به سرعت بازار را در دست خواهند گرفت. مهمترین نکته در زمینه مدیریت سئو توجه به وضعیت فعلی کسب و کار است. بسیاری از کارآفرینان در عمل طرح‌های بیش از اندازه بلندپروازانه‌ای برای کسب و کارشان در ذهن دارند. این امر موجب ناتوانی آنها برای اجرای درست فرآیند مدیریت سئو خواهد شد.

منبع: smallbusinessbonfire.com

سازمان آگهی‌ها ۸۶۰۷۳۳۸۱

رهبری

نکاتی برای موفقیت‌های آتی کسب و کارهای کوچک

به قلم: آنی پیلون کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

ویروس کرونا یک نکته بسیار جالب را به اثبات رساند که کسب و کارهای کوچک، در بالاترین سطح تهدید به نابودی قرار دارند. در این رابطه ضروری است تا مدیران اقدامات بیشتری برای تثبیت جایگاه خود در آینده انجام دهند. درواقع یکی از اشتباهات رایج این است که افراد خود را بیش از حد درگیر شرایط حال حاضر کرده و عدم توجه به آینده، باعث می‌شود تا یک اقدام پرریسک را انجام داده باشند. بدون شک کرونا با تمامی آسیب‌هایی که به همراه داشته است، یک تمرین خوب برای آماده‌تر شدن برای بحران‌های آتی است. در این راستا به بررسی اقداماتی خواهیم پرداخت که ضامن بقای شما در سال‌های آینده خواهد بود.

۱-جست و جوی صوتی

تکنولوژی با سرعتی فوق‌العاده در حال پیشرفت است. تحت این شرایط شما نیز باید خود را با تغییرات هماهنگ سازید. در این رابطه پیش‌بینی می‌شود که تا چند سال آینده، جست و جوی صوتی در صدر روش‌های خرید قرار گیرد. برای مثال افراد صرفا نام محصول را اعلام کرده و زمان تحویل را مشخص می‌کنند. تحت این شرایط تمامی اقدامات باید به وسیله هوش مصنوعی انجام شود. بدون شک رسیدن به چنین سطحی، به فعالیت حداقل یک ساله نیاز دارد. به همین خاطر اکنون که این مسئله چندان مطرح نیست، بهترین زمان برای سرمایه‌گذاری بر روی آن است. بدون شک اگر جزو نخستین برندهایی باشید که در این زمینه فعال است، حتی در بدترین شرایط نیز مشتریان خود را خواهید داشت. نمونه آن را می‌توان برندهایی عنوان کرد که در شرایط حال حاضر، حتی پیشرفت بیشتری را داشته‌اند که راز اصلی آن استفاده از به‌روزترین تکنولوژی‌ها و شیوه‌های فروش است. به صورت کلی، تکنولوژی‌های جدید در هر زمانی، باید مورد توجه شما قرار گیرد. در غیر این صورت نه‌تنها قدرت رقابت با برندهای بزرگ را نخواهید داشت، بلکه حفظ جایگاه نیز بسیار سخت خواهد بود.

۲-اعتمادسازی

با توجه به این امر که در شرایط حال حاضر خرید اینترنتی در صدر علایق قرار گرفته است، پیش‌بینی می‌شود که در شرایط پساکرونا نیز همین شرایط ادامه پیدا کند. در این راستا ضروری است تا از همین امروز در زمینه اعتمادسازی، اقدامات متنوعی را انجام دهید. درواقع با توجه به کوچک بودن کسب و کار شما، طبیعی است که شناخت کافی وجود نداشته باشد. به همین خاطر شما باید اقداماتی را انجام دهید که افراد با اطمینان لازم، اقدام به خرید از شما نمایند. در این راستا نمایش خودتان، تیم شرکت، فضای تولید، برخی از مراحل تولید، نمایش محصول و نقد منصفانه آن جزو الزامات اولیه محسوب می‌شود. در کنار این موضوع گارانتی، امکان مرجوع کردن کالا و استفاده از فناوری AR از جمله اقدامات نسبتا جدید محسوب می‌شود، با این حال دامنه اقدامات متنوع بوده و همواره به آنها افزوده می‌شود. به همین خاطر لازم است تا خود را هیچ‌گاه محدود نکنید.

۳-توانمندسازی

در کنار توجه ویژه به مشتریان خود ضروری است تا مراقب توان تیم شرکت خود نیز باشید. درواقع جهان آینده با تغییراتی همراه است و تنها شرکت‌هایی می‌توانند خود را هماهنگ سازند که کارمندان آنها برای این شرایط،آمادگی لازم را داشته باشند. در این راستا آموزش مداوم، یک اصل بوده و لازم است تا افراد تیم خود را همواره قدرتمندتر از گذشته نمایید. خوشبختانه امروزه شیوه‌های آموزش بسیار متنوع گشته و شما می‌توانید از دوره‌های آموزشی آنلاین استفاده نمایید.

۴-ایجاد تنوع

نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که ایجاد تنوع باعث خواهد شد تا شانس موفقیت خوبی را داشته باشید. در این رابطه ضروری است تا بر روی حوزه‌های سودآور دیگر نیز سرمایه‌گذاری نمایید تا در صورت بروز مشکل، درآمدهای شرکت متوقف نشود. برای مثال رستوران‌ها می‌توانند در زمینه تولید بسته‌های آموزش آشپزی و آموزش مستقیم نیز فعالیت نمایند. این امر یک اقدام ساده در راستای افزایش تنوع به اقدامات و افزایش منابع درآمدی خواهد بود.

۵-تولید محتوا

به صورت مداوم بر تعداد و میزان استفاده افراد از اینترنت افزوده می‌شود. در این راستا ضروری است تا شما نیز از این بستر نهایت استفاده را نمایید. درواقع تولید محتوا، به اقدامی ضروری برای هر برندی تبدیل شده است، با این حال در این رابطه تنها برندهایی می‌توانند به موفقیت دست پیدا کنند که سطح خوبی را داشته باشند. در این راستا ضروری است تا پس از تحلیل اقدامات انجام شده از سوی سایر افراد، اقدام به تولید محتوا کنید. این امر باعث می‌شود تا شانس موفقیت به مراتب بالاتری را داشته باشید. درواقع برای مخاطب اقدامات جدید، به مراتب جذاب‌تر از موارد تکراری است. در این راستا توجه به اصول سئو نیز از دیگر موارد محسوب می‌شود.

منبع: smallbiztrends.com

ملاحظات اساسی در طراحی استراتژی کسب و کار

به قلم: ژروم کُنلُن کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

ارتباط مناسب با مشتریان بزرگ‌ترین سرمایه و مهارت کارآفرینان محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها برای ایجاد ارتباط مناسب با مشتریان مشکلات بسیار زیادی دارند. تحول سریع و مداوم سلیقه مشتریان در کنار ظهور فناوری‌های تازه‌کار هر برندی را دشوار کرده است. طراحی استراتژی کسب و کار تا حدود زیادی معطوف به ارتقای سطح رابطه میان برند و مشتریان است. اگر کسب و کار شما توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان را نداشته باشد، بهترین محصولات دنیا نیز کمکی به کسب سود برای شما نخواهد کرد. استفاده از چشم‌انداز مشتریان برای بهبود وضعیت کسب و کار همیشه ایده مناسبی محسوب می‌شود بسیاری از برندهای بزرگ از همین شیوه برای نوآوری و معرفی محصولات تازه استفاده می‌کنند بنابراین شما باید در عمل به سوی استفاده از چنین استراتژی جهت‌گیری نمایید. ما در این مقاله به دنبال بررسی نحوه طراحی استراتژی کسب و کار با تمرکز بر روی چشم‌انداز مشتریان خواهیم بود.

۱.اهمیت واقع‌گرایی

تعیین اهداف و برنامه‌های واقع‌گرایانه برای جلب نظر مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. ایراد اصلی کسب و کارها، به ویژه استارت‌آپ‌های جدید، تلاش برای مدیریت اهداف مختلف است. شاید این امر در جلوه نخست بیانگر تلاش بالای کسب و کارها برای موفقیت در بازار باشد، اما در عمل مشکلات بسیار زیادی پیش روی آنها قرار خواهد داد. اگر شما برای نزدیکی به مشتریان اقدام به تعیین اهداف و شیوه‌های بیش از اندازه بلندپروازانه نمایید، در نهایت کمترین دستاوردی نخواهید داشت بنابراین توصیه ما در این بخش تعیین اهداف و برنامه‌های استراتژی برند براساس چشم‌اندازی واقع‌گرایانه است.

۲.توجه به آمارها

طراحی برنامه کسب و کار بدون توجه به آمارها امکان‌ناپذیر خواهد بود. امروزه بسیاری از کسب و کارها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند. این امر رقابت قابل توجهی میان برندهای مختلف ایجاد کرده است. نکته مهم در این میان توجه به آمارهای معتبر برای پیشی گرفتن از رقباست. خوشبختانه امروزه آمارهای بسیار دقیق و معتبری به صورت رایگان در دسترس برندها قرار دارد بنابراین عدم توجه به چنین آمارهایی در فرآیند طراحی برنامه کسب و کار جای هیچ توجیهی نخواهد داشت. ساده‌ترین راهکار برای دسترسی به آمارهای کاربردی مراجعه به بخش کسب و کار گوگل است. شما با ثبت کسب و کارتان در این بخش امکان استفاده از دامنه وسیع اطلاعات طبقه‌بندی‌شده را خواهید داشت.

۳.استفاده از فرض‌های مختلف

طراحی استراتژی کسب و کار همیشه با برخی گمانه‌زنی‌ها همراه است. دلیل اصلی چنین اتفاقی ماهیت پیش‌بینی‌ناپذیر کسب و کار، حتی در ایده‌آل‌ترین وضعیت، است بنابراین شما باید همیشه سهمی برای برآوردتان از آینده بازار کسب و کار قائل باشید. در غیر این صورت چالش‌های بلندمدت بسیار زیادی را تجربه خواهید کرد. امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای دستیابی به یک هدف کاری وجود دارد. برخی از برندها به طور مداوم در تلاش برای کسب اهدافشان با استفاده از راهکارهای تکراری هستند. اکنون زمان تغییر نگرش برندها به عرصه کسب و کار فرا رسیده است. با این حساب برای دستیابی به هدف‌تان در طراحی استراتژی کسب و کار باید فرض‌های متعددی در مورد وضعیت آینده بازار مدنظر داشته باشید.

۴.جست‌وجوی فرصت‌ها

انتظار برای روی دادن اتفاق مناسب بدترین گزینه برای کسب و کارها خواهد بود. نکته جالب اینکه برخی از کسب و کارها در عمل چنین رویکردی را اتخاذ می‌کنند بنابراین آنها به جای تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال انتظار برای وقوع اتفاق‌های مناسب هستند. این امر همیشه با شکست کسب و کارها همراه خواهد بود. اگر شما در تلاش برای طراحی استراتژی کسب و کار هستید، باید جست‌وجوی فرصت‌ها را مدنظر داشته باشید. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. با توجه به افزایش سطح رقابت میان برندها تلاش برای دسترسی به فرصت‌ها ضروری خواهد بود. بازنده‌های این عرصه برندهای منتظر برای پدید آمدن شرایط و فرصت مناسب خواهند بود.

۵.ضرورت نگاه مثبت

نگاه مثبت به وضعیت کسب و کار و طراحی استراتژی نقش مهمی در موفقیت برندها دارد. بسیاری از کسب و کارها در عمل به دلیل منفی‌بافی توانایی تاثیرگذاری بر روی بازار را از دست می‌دهند. اگر شما همیشه نگاه منفی به رویدادهای اطراف‌تان داشته باشید، طراحی استراتژی مناسب امکان‌ناپذیر خواهد شد. شما باید دست‌کم یک المان امیدبخش در وضعیت جاری کسب و کارتان پیدا کنید. در غیر این صورت طراحی برنامه کسب و کار بی‌دلیل جلوه خواهد کرد.

۶.پشتکار، عامل موفقیت در بلندمدت

مواجهه با شکست در طراحی برنامه کسب و کار امر عجیبی نیست. بسیاری از کسب و کارهای بزرگ در طول سال‌های نخست فعالیت‌شان با شکست‌های متعدد مواجه شده‌اند. تفاوت مهم میان آنها و استارت‌آپ‌های شکست‌خورده پشتکارشان برای فعالیت دوباره است. اگر شما نیز چنین پشتکاری داشته باشید، در بلندمدت برنده عرصه کسب و کار خواهید بود. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. هرچه توانایی یک مجموعه برای پذیرش شکست و تلاش مجدد در راستای موفقیت در حوزه کسب و کار بیشتر باشد، شانس بالاتری برای موفقیت در بلندمدت خواهد داشت.

۷.توجه به تمام نکات

طراحی استراتژی کسب و کار بدون توجه به تمام نکات و جزییات امکان‌پذیر نیست. برندهای بزرگ ماه‌ها برای طراحی استراتژی کسب و کارشان زمان در نظر می‌گیرند. شاید این امر در نگاه نخست حاکی از وسواس بیش از اندازه باشد، اما در نگاهی عمیق به معنای توجه برندها به کسب و کارشان است. ترکیب جزییات مختلف در قالب یک برنامه منسجم به هیچ وجه کار ساده‌ای نیست. بنابراین شما باید مشارکت با اعضای مختلف شرکت و هم‌اندیشی را در دستور کار قرار دهید. در غیر این صورت شانسی برای موفقیت در زمینه طراحی برنامه کسب و کار نخواهید داشت.

۸.توجه به عامل انسانی

ما در زمینه طراحی استراتژی برند با روبات‌های خودکار مواجه نیستیم. امروزه همچنان بسیاری از امور شرکت‌ها از سوی عامل انسانی سازماندهی می‌شود. بنابراین در فرآیند طراحی استراتژی برای کسب و کار باید به این عامل توجه ویژه‌ای داشته باشیم. بسیاری از اوقات کارمندان حوصله کار طولانی مدت ندارند. همچنین وقوع اتفاقات پیش‌بینی‌ناپذیر در زندگی شخصی آنها نیز باید مدنظر قرار گیرد. با توجه به این امور همیشه باید انعطاف‌پذیری قابل توجهی در برنامه‌تان داشته باشید. این نکته در بلندمدت برنامه شما را باثبات خواهد ساخت. بسیاری از استراتژی‌های کاری به دلیل ماهیت خشک‌شان به سرعت با شکست مواجه می‌شوند بنابراین شما باید نسبت به پرهیز از چنین رویکردی اقدام نمایید.

۹. اهمیت ایده‌پردازی

استفاده از قوه خلاقیت در زمینه طراحی استراتژی کسب و کار اهمیت ویژه‌ای دارد. امروزه بسیاری از برندها ایده‌های اصلی‌شان را به همین شیوه کسب می‌کنند. همکاری با کارمندان برای پردازش ایده‌های تازه اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها امکانات بسیار زیادی در اختیار کارمندان برای بیان ایده‌های تازه می‌دهند، با این حساب شما شانس بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت. فراهم‌سازی شرایط مساعد برای مشتریان به منظور همکاری با برند در زمینه ایده‌پردازی اهمیت بالایی دارد. امروزه بسیاری از مشتریان تمایل به بیان ایده‌های‌شان دارند. این امر در صورت بیان اشتیاق مناسب از سوی برندها بدل به رابطه دوجانبه سازنده‌ای میان برندها و مشتریان‌شان خواهد شد.

۱۰.توجه به توسعه کسب و کار

بدون شک اغلب کسب و کارها در تلاش برای توسعه کسب و کارشان هستند. کسب و کارهای کوچک و محلی در صورت امکان از توسعه کسب و کار استقبال می‌کنند. نکته مهم در این میان جهت‌گیری به سوی توسعه کسب و کار در حوزه عمل است. صحبت از توسعه کسب و کار با کاربست عینی این شیوه تفاوت دارد بنابراین شما باید در زمینه طراحی استراتژی کسب و کارتان به توسعه کسب و کار توجه داشته باشید. ایراد اغلب کسب و کارهای کوچک عدم توجه به این نکته در زمان طراحی استراتژی است. نتیجه آن نیز تداوم فعالیت در قالب یک برند محلی خواهد بود.

۱۱.جست‌وجوی فرصت‌های همکاری

همکاری با دیگر برندها برای خلق موقعیت‌های مناسب ایده چندان بدی نیست. امروزه بسیاری از برندها همکاری نزدیکی با هم دارند. این امر موجب افزایش توانایی‌های هر دو کسب و کار خواهد شد. امروزه استفاده از توانایی‌ها و مزیت‌های دیگر کسب و کارها در فرآیند طراحی استراتژی برند اهمیت بالایی دارد بنابراین گاهی اوقات شما باید با رقبای مستقیم‌تان نیز همکاری داشته باشید.

۱۲.اندکی شکیبایی برای موفقیت

کسب موفقیت در حوزه کسب و کار امری بلندمدت است. اشتباه اغلب کسب و کارها تلاش برای موفقیت در بازه زمانی کوتاه است. وقتی شما زمان موردنیاز برای توسعه و شکوفایی کسب و کارتان را محدود کنید، امکان توسعه پایدار از بین خواهد رفت. فرآیند ارزیابی استراتژی کسب و کار و به روز رسانی آن اغلب وقت‌گیرترین فعالیت ممکن محسوب می‌شود. درست به همین خاطر اغلب برندها اقدام به صرف نظر از آن می‌کنند. توصیه ما در این بخش توجه ویژه ارزیابی عملکرد استراتژی کسب و کار است. شما در غیر این صورت شانس بهبود وضعیت تعامل‌تان با مشتریان را از دست خواهید داد.

۱۳.بهبود فضای گفت‌وگو

گفت‌وگو و تعامل با مشتریان همیشه اهمیت بسیار بالایی دارد. اغلب برندها در عمل توانایی تعامل سازنده با مخاطب هدف‌شان را ندارند. این امر نوعی هنر برای کارآفرینان محسوب می‌شود. اگر شما توانایی ارتباطی اندکی با مشتریان‌تان دارید، ایده‌هایی نظیر شرکت در دوره‌های حرفه‌ای کسب و کار نیز چندان بد نخواهد بود. شما در هر صورت باید توانایی تعامل‌تان با مخاطب هدف را به شدت افزایش دهید. در غیر این صورت شانس چندانی برای ادامه حضور در عرصه کسب و کار نخواهید داشت.

۱۴.ارزیابی عملکرد رقبا

عملکرد رقبا در زمینه طراحی استراتژی کسب و کار برای شما اهمیت بالایی خواهد داشت. این امر به دلیل امکان مشاهده ترندهای پرطرفدار و همچنین پرهیز از تکرار اشتباهات رقباست. امروزه بسیاری از برندها اشتباهات کلیشه‌ای و تکراری در زمینه طراحی استراتژی کسب و کار مرتکب می‌شوند بنابراین شما باید در عمل نسبت به ارزیابی وضعیت رقبا و استراتژی‌شان توجه داشته باشید.

منبع: brandingstrategyinsider.com

اخبار

پور روشن، رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان ملارد:

خبرنگاران بازوان توانمند مسئولان شهرستان هستند

ملارد – غلامرضا جباری: رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان ملارد درجمع خبرنگاران که به مناسبت تجلیل از فعالان رسانه‌ای شهرستان در دفتر امام جمعه برگزار گردید، در این باره اظهار داشت :خبرنگاران، هم مشاوران امین مدیران هستند و هم به دلیل حضور در اکثر جلسات و فضاهای عمومی و اجتماعی، مناسب ترین و آگاه ترین کارشناسان جامعه محسوب می‌شوند که مسئولان دستگاه‌ها و ادارات می‌توانند از این فرصت به بهترین شکل بهره گیرند و با همکاری با این قشر از جامعه ، مناسب ترین بهره اداری را ببرند. وی ادامه داد : خبرنگارانی که در ملارد فعالیت می کنند، همراه ترین و حرفه ای ترین فعالان رسانه ای می باشند که در طول ایام، هم با صداقت و سلامت نسبت به انعکاس کاستی ها با نقد منصفانه اقدام به انتشار مطالب می نمایند و هم با چاپ گزارش های اداری ، فعالیت های دولتی مدیران دستگاه ها را به خوبی منعکس نموده اند. ایشان افزود :۳۵ خبرنگار فعال و مورد تایید در سطح شهرستان ملارد حضور دارند که با مساعدت های فرماندار ، امام جمعه شهرستان و دیگر مدیران، در پی رفع مشکلات شغلی آنها هستیم . در پایان با حضور حجت الاسلام و المسلمین حسینی(امام جمعه شهرستان ملارد)دکتریزدان یار (معاون سیاسی ،امنیتی) فرماندار شهرستان . پورروشن (رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان) و حجت‌الاسلام شجاع (رئیس اداره تبلیغات اسلامی ملارد) از فعالان رسانه ای این شهرستان با اهدای هدایایی تجلیل به عمل آمد.

نصب تابلوی معرفی دفاتر رسانه‌ای به مناسبت روز خبرنگار در قم

قم – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم از نصب تابلوهای معرفی دفاتر رسانه‌ای قم به مناسبت روز خبرنگار خبر داد. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم ، مهدی کلانترزاده با اشاره به فرارسیدن روز خبرنگار و تکریم اهالی رسانه از سوی شهرداری قم، اظهار داشت: اداره‌کل ارتباطات و اموربین‌الملل شهرداری قم تصمیم گرفت در راستای تکریم اهل رسانه در این روز، تابلوی معرفی دفاتر رسانه‌ای در قم را تهیه و در ابتدای کوچه‌های محل استقرار این دفاتر نصب کند. مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم افزود: در مرحله نخست این تابلوها در ورودی دفاتر روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌های استان قم، دفاتر خبرگزاری‌های رسمی و پایگاه‌های خبری استان نصب می‌شوند. کلانترزاده از دارندگان این شرایط خواست که در صورت تمایل برای نصب تابلوهای شناسایی دفاتر رسانه‌ای، درخواست خود را به این اداره‌کل اعلام کنند. وی همچنین از بازدید مسئولین اداره‌کل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم از دفاتر رسانه به مناسبت روز خبرنگار خبر داد. مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم با اشاره به نقش رسانه‌ها در ارتقای سرمایه‌های اجتماعی و تقویت اعتماد عمومی، گفت: رسانه‌ها می‌توانند بازوی تحقق اهداف مهم مدیریت شهری بوده و نقش پررنگی در تقویت مشارکت مردم ایفا کنند.

نشست مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین با کارکنان واحد بازرسی فنی

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: نشست صمیمانه مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین با کارکنان واحد بازرسی فنی در محل سالن جلسات ساختمان مرکزی برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان قزوین، در ابتدای این دیدار آقای قافله باشی ضمن تشکر از فرصت فراهم شده و قدردانی از زحمات همکاران این امور ، اهم اقدامات انجام شده طی سال ۹۸ را شامل نشت یابی ۱۰۰٪ شبکه گازدار، خطوط تغذیه و انشعاب به میزان ۸۶۰۸ کیلومتر، نشت یابی مجدد ۸۹۲ کیلومتر از مناطق مهمتر همچون مراکز جمعیتی ، نشت یابی بیش از ۲۰۶ هزار انشعاب، راه اندازی و بهره برداری از سامانه نشت یابی آنلاین، راه اندازی آزمایشگاه های مرجع بات فیوژن و الکترو فیوژن با مشارکت دانشگاه بین المللی امام خمینی و بخش خصوصی، عیب یابی پوشش پارک صنعتی لیا، برگزاری کمیته مدیریت خوردگی بیان نموده وسپس هریک از کارکنان ضمن تشریح وظایف محوله و گزارش اقدامات انجام شده، مسائل و مشکلات مربوطه را مطرح کردند. در ادامه مهندس اسماعیل مفرد بوشهری مدیرعامل این شرکت ضمن تشکر از زحمات همکاران بازرسی فنی و با اشاره به نقش و جایگاه خاص این واحد در کنترل کیفی پروژهای اجرایی و همچنین اطمینان از صحت عملکرد تاسیسات و شبکه های در حال بهره برداری اظهار داشت: واحد بازرسی فنی توانسته با تعامل سازنده در بخش های مختلف مهندسی و بهره برداری و همچنین پیمانکاران اجرایی به خوبی مسئولیت خود را ایفاء نماید و امیدواریم با تداوم این روند شاهد ارتقای هر چه بیشتر کیفیت در بخش های مربوطه باشیم.

جذب بیش از ۴ هزار مشترک جدید گاز در گیلان

رشت – زینب قلیپور: حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اعلام خبر جذب بیش از ۴ هزار و ۳۵۰ مشترک جدید در تیرماه امسال اظهار داشت: این تعداد مشترک جدید نسبت به مدت مشابه سال گذشته بالغ بر ۳۵ درصد افزایش یافته است.وی افزود: با جذب این تعداد مشترک جدید، مجموع مشترکین گاز در استان گیلان به یک میلیون و صد و ده هزار مشترک افزایش یافته است.مهندس اکبر با بیان اینکه هم اکنون تمام شهرها و ۲ هزار و ۳۵ روستای گیلان بهره مند از گاز طبیعی می باشند، اظهار داشت: این شرکت با وجود نزدیک شدن به پایان عملیات گازرسانی در استان و توجه بر کیفی سازی خدمات، همچنان با همت تمام درجهت گازرسانی به روستاهای باقیمانده واجدالشرایط تلاش می نماید.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در همین راستا از اجرای عملیات گازرسانی به ۲۴ روستای صعب العبور و کوهستانی استان خبر داد و گفت: با تکمیل عملیات و گازدار شدن این روستاها، بیش از ۵۵۰ خانوار به مجموع مشترکین گاز در استان افزوده خواهد شد و درصد بهره مندی گاز روستایی به ۹۵.۵ درصد خواهد رسید.وی خاطرنشان ساخت: وظیفه شرکت گاز حفظ پایداری و ایمنی جریان گاز تا درب منازل مشترکین می باشد و وظیفه رعایت نکات ایمنی و استفاده از وسایل و تجهیزات گازسوز استاندارد در داخل منازل برعهده مشترکین محترم می باشد.مهندس اکبر در خاتمه ابراز امیدواری نمود تا با رعایت این مهم شاهد بروز هیچگونه حادثه برای مردم عزیز گیلان نباشیم.

تکذیب نهایی شدن تیمداری شهرداری گرگان در لیگ برتر

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش مرکز اطلاع‌رسانی روابط عمومی شهرداری گرگان، آرش فولادیان با تبریک روز خبرنگار و تقدیر از همه خبرنگاران و رسانه‌های فعال در استان گلستان و سطح کشور که اخبار صادقانه، صحیح و دقیق را منعکس می‌کنند درباره مطلب منتشر شده در یکی از خبرگزاری‌های استان از قول مدیرکل ورزش و جوانان گلستان درباره قطعی شدن تیمداری شهرداری گرگان در فصل آینده لیگ برتر بسکتبال باشگاه‌های کشور گفت: این خبر را رسما تکذیب می‌کنیم.وی ادامه داد: هنوز هیچ تصمیمی درباره تیمداری در فصل آینده گرفته نشده و با توجه به حضور معاون وزیر ورزش و جوانان و رئیس فدراسیون در گرگان منتظر نظر رسمی و نهایی وزارت ورزش در خصوص خواسته‌های شهرداری گرگان هستیم.سخنگوی تیم بسکتبال شهرداری گرگان تصریح کرد: ما پیگیری‌هایی را هم بعد از انتشار خبر با مدیرکل ورزش و جوانان گلستان داشتیم که ایشان هم اعلام کردند که به هیچ عنوان مطلب را اینگونه که منتشر شده بیان نکرده است.فولادیان گفت: متاسفانه به نظر می‌رسد اشتباه خبرنگار یا آن رسانه باعث وارونه جلوه دادن بیان مدیرکل ورزش و جوانان گلستان شده است.وی با تقدیر از تمام تلاش‌ها و پیگیری‌ها و رایزنی‌های مدیرکل ورزش و جوانان گلستان در خصوص خواسته‌های تیم بسکتبال شهرداری گرگان از فدراسیون بسکتبال گفت: همانطور که مدیرکل محترم ورزش و جوانان در بخشی از این گفت‌وگوی منتشر شده به آن اشاره کردند، تیم شهرداری گرگان مدیریت مستقل دارد و هرگونه تصمیم‌گیری برای تیمداری و یا عدم شرکت در لیگ برتر بسکتبال بر عهده مدیران این مجموعه است.سخنگوی تیم بسکتبال شهرداری گرگان تصریح کرد: تا زمانی که به حقوق معنوی تیم بسکتبال شهرداری گرگان و ارزش‌گذاری هواداران این تیم به عنوان پرشورترین و با فرهنگ‌ترین هواداران بسکتبال کشور که به عنوان سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود احترام گذاشته نشود شهرداری گرگان در لیگ برتر حاضر نخواهد شد.فولادیان در پایان بیان کرد: تاکید می‌کنم همچنان بر مواضع قبلی خود استوار هستیم و هنوز هیچ تصمیم جدیدی اتخاذ نشده است.

حمایت و قدردانی نماینده مردم نوشهر و چالوس و کلاردشت از تیم مدیریتی و درمانی دانشگاه و قدردانی از کادر درمانی

ساری – دهقان : نماینده ویژه وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در استان های مازندران و گلستان و نماینده مردم نوشهر و چالوس و کلاردشت در مجلس شورای اسلامی با همراهی جمعی از اعضای هیات رئیسه دانشگاه علوم پزشکی مازندران از بیمارستان های نوشهر و چالوس بازدید کردند . دکتر محمد مهدی ناصحی نماینده ویژه وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در مازندران و گلستان در حاشیه این بازدیدها ، از تلاش‌های مجموعه مدیریت دانشگاه علوم پزشکی مازندران در کنترل همه گیری بیماری کرونا در استان و همچنین از کادر درمانی و مدافعان سلامت به عنوان مبارزان خط مقدم جبهه مقابله با کرونا تقدیر کرد. وی همچنین از تکمیل و بهره برداری ساختمان اورژانس و توسعه سایر بخش های بیمارستان شهید بهشتی نوشهر ظرف ماه آینده خبر داد. دکتر محمد علی محسنی نماینده مردم نوشهر و چالوس و کلاردشت در مجلس شورای اسلامی نیز با قدردانی از توجه ویژه وزیر بهداشت به استان، ضمن حمایت از مدیریت دانشگاه علوم پزشکی مازندران در راستای مقابله با بیماری کرونا ، از کادر درمانی جهت ارایه خدمات درمانی به بیماران قدردانی کرد و خواستار ارتقاء خدمت رسانی بهتر به مردم و رفع مشکلات حوزه سلامت شد. گفتنی است در حاشیه این بازدیدها مشکلات و راهکارهای اصلاح فرایندهای اجرایی و بهداشتی و درمانی غرب استان مورد بحث و بررسی قرار گرفت

گزارش برقی مدیرعامل برق منطقه‌ای خوزستان به مناسبت روز خبرنگار

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان با گرامیداشت و تبریک روز خبرنگار، از وضعیت شبکه برق و مشکلات آن گزارشی را ارائه کرد. محمود دشت بزرگ با بیان اینکه روز خبرنگار (۱۷ مرداد) فرصتی است تا از تلاشگران عرصه رسانه که حلقه واسط بین حاکمیت و مردم است تشکر و قدردانی کرد، گفت: فعالین عرصه رسانه پل ارتباطی سازمان ها با مردم هستند و ضمن انعکاس اخبار و دستاوردهای بخش های مختلف نقش سخنگوی مردم را نیز بر عهده دارند و کم و کاستی ها را اطلاع رسانی می کنند. وی بیان کرد: در سالیان اخیر بحث مدیریت مصرف یکی از راهبردهای اساسی صنعت برق کشور بوده و نقش کلیدی در این مساله را رسانه ها بر عهده داشته اند و همکاری آنها با این این شرکت باعث شده تا رتبه اول مدیریت مصرف در کشور را استان خوزستان کسب کند. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان با ارائه گزارشی از وضعیت صنعت برق استان؛ گفت: با وجود اینکه در چند ماه گذشته بحث بیماری کرونا باعث کند شدن روند فعالیت ها شده بود اما نیروهای صنعت برق همانند کادر درمان در آمادگی کامل بودند و همین هم موجب شد تا در بحث برق رسانی خللی وارد نشود. دشت بزرگ تصریح کرد: با همه اقدامات انجام شده خاموشی های ناخواسته کوتاه مدتی نیز در شبکه رخ داده است که به دلیل دماهای بالای ۵۰ درجه و ماندگاری دو هفته ای آن در استان و مصرف بالای برق بوده که باعث آسیب به تجهیزات شده است. وی با بیان اینکه شبکه برق استان قدیمی و فرسوده بوده و کار نوسازی و افزایش ظرفیت شبکه برق در استان از سال های قبل شروع شده و در حال انجام است؛ افزود: خوزستان در بحث توسعه زیرساخت های برق به یک کارگاه سازندگی تبدیل شده بود که با شروع تحریم ها، نوسان قیمت ارز و بیماری کرونا، روند نوسازی دچار مشکلاتی شده است. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان بیماری کرونا و تعطیل شدن فعالیت ها در کشور را یکی دیگر از دلایل وقفه در اتمام پروژه های اولویت دار شرکت برای تابستان ۹۹ اعلام و افزود: مساله دیگر معارضین و نبود زمین برای ساخت پست های برق به ویژه در شهر اهواز است، به طور مثال پست ۴۰۰ کیلو ولت شهید نیاکی که می تواند برق شهر اهواز را پایدار کند و همه اقدامات اولیه آن انجام شده چند سال است که معطل زمین مانده و حتی دستگاه های دولتی که زمین در اختیار دارند به اندازه کافی همکاری نمی کنند. دشت بزرگ خاموش نشدن برق در بلایای گذشته استان مانند سیل را نشانی از اقدامات انجام شده توصیف و تاکید کرد: محدودیت هایی وجود دارد و صنعت برق نیز متاثر از وضعیت کلی کشور دچار مشکلاتی شده است اما تمام تلاش ها صورت می گیرد تا شهروندان از بابت تامین برق نگرانی نداشته باشند. وی گفت: ارتباط دو سویه با رسانه ها از اولویت های شرکت برق منطقه ای خوزستان است و از حمایت ها و انتقادهای صورت گرفته و دغدغه های اهالی رسانه تشکر می کنیم.

باهدف فرهنگ‌سازی مدیریت مصرف بهینه آب؛

مشترکین کم‌مصرف آب در آذربایجان شرقی مورد تقدیر قرار گرفتند

آذربایجان شرقی – فلاح: تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها و اقدامات فرهنگی و آموزشی در راستای مدیریت مصرف آب نقش مهمی در این زمینه دارد و از تلفات آب در تمامی بخش‌های مصرف جلوگیری می‌کند. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، همزمان با فصل گرم تابستان و شیوع بیماری کرونا و به تبع آن افزایش میزان مصرف آب توسط مشترکین و بمنظور ترغیب و تشویق شهروندان به صرفه جویی در مصرف آب، معاون مشترکین و درآمد شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی به همراه نمایندگان رسانه های گروهی و بصورت نمادین با حضور در منزل مشترکین کم مصرف از آنان تجلیل بعمل آوردند. معاون مشترکین و درآمد شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی با اعلام این مطلب که استفاده از ابزارهای انگیزشی و تشویقی در سال‌های اخیر در برنامه‌های کاری این شرکت قرار گرفته است، تصریح کرد: علاوه بر فعالیت‌های آموزشی و فرهنگی که توسط شرکت آبفا استان در بین اقشار مختلف مردم انجام می‌شود، در راستای تنوع‌بخشی به این اقدامات با به‌کارگیری مکانیزم های ترغیبی و تشویقی، مشترکین کم‌مصرف نیز شناسایی و تقدیر می شوند. مهندس ابراهیم زاده، از خانواده های کم مصرف و هم استانی های و مشترکینی که با مدیریت بهینه مصرف شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی را همواره یاری می کنند، تشکر و قدردانی کرد. گزارش خبرنگار ما حاکی است در ادامه این دیدار، مشترک نمونه و منتخب در مصاحبه با خبرنگاران رسانه ها با تاکید بر مدیریت مصرف اظهار داشت: رعایت الگوی مصرف و مدیریت مصرف آب مساوی با احترام به حقوق دیگران است و ما با این کار ضمن خشنودی پروردگار موجب بهره مندی همگان از آب شرب می شویم. وی خطاب به سایر خانواده های کم مصرف، افزود: شما با مدیریت مصرف یک فریضه الهی را به جا می آورید. به ویژه در شرایط کنونی که با ادامه روند خشکسالی و کاهش منابع تامین آب، با بحران کمبود آب مواجه هستیم و ضروری است همه با هم مدیریت مصرف را اعمال کنیم تا این بحران را به ویژه در فصل گرم تابستان به خوبی پشت سر بگذاریم. لازم به ذکر است بر اساس اعلام روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی، در پایان این دیدارها و به رسم قدردانی، هدایا و لوح تقدیر به خانواده های این عزیزان اهداء گردید.

پیشرفت ۹۸ درصدی طرح آبرسانی به۴ شهر و ۱۵روستای شهرستان لنجان

اصفهان – قاسم اسد: مدیرآبفا لنجان اعلام کرد: طرح آبرسانی از تصفیه خانه باباشیخعلی به شهرهای زاینده رود، باغشاد، چرمهین، باغبهادران و ۱۵ روستای تابعه آن به پیشرفت ۹۸ درصدی رسیده است و در آینده نزدیک رسما به بهره برداری می رسد. علی بیکیان محمدی با بیان اینکه تنها ۳۰۰ متر از ۳۳ کیلومتر طول خط انتقال هنوز اجرا نشده است عنوان کرد: به منظور اجرای پروژه آبرسانی به شهرها و روستاهای شهرستان لنجان ۳ مخزن و ۲ باب ایستگاه پمپاژ احداث گردیده است. وی با اشاره به جمعیت تحت پوشش این طرح تصریح کرد: با اجرای این پروژه بیش از ۷۰ هزار نفر تحت پوشش طرح آبرسانی اصفهان بزرگ قرار می گیرند که ۴۰ هزار نفر آن شامل جمعیت شهری و ۳۰ هزار نفر دیگر را جمعیت روستایی تشکیل می دهند. مدیر آبفا لنجان با بیان اینکه عملیات اجرای این پروژه در سال ۸۷ آغازشد اظهار داشت: از سال ۸۷ تا ۹۵ تنها ۳۰ درصد این پروژه عملیاتی شد، و از ۹۵ تا کنون بیش از ۶۸ درصد این پروژه اجرایی گردید. بیکیان با اشاره به برخی از عوامل زمانبر شدن این پروژه بیان داشت: در ابتدا مقرر گردید اعتبارات این پروژه از محل اعتبارات ملی تامین شود و تخصیص قطره چکانی اعتبارات ملی موجب شد مدیرعامل شرکت آبفا استان اصفهان برای تکمیل این پروژه دستور تخصیص اعتبارات جاری را صادر نماید و این امر منجر به تسریع در روند اجرای پروژه گردید. وی اعلام کرد: برای اجرای این پروژه بالغ بر ۳۰ میلیارد تومان هزینه شده است و با اجرای این پروژه ۲۶۰ لیتر در ثانیه از آب تصفیه خانه اصفهان برای شرب ساکنان ۴ شهر و ۱۵ روستای تابعه شهرستان لنجان که در مجاورت تصفیه خانه قرار دارند، تخصیص می یابد. بیکیان عنوان کرد: شهرستان لنجان در غرب استان قرار دارد و کشاورزی در این منطقه از رونق خوبی برخوردار است، بر این اساس برای آزادسازی زمین به منظور اجرای پروژه با معارضین بسیار مواجه بودیم که این رویداد یکی از عوامل متوقف شدن اجرای پروژه در سالهای ۹۰ تا ۹۵ بوده است.

ارجمند زاده عنوان کرد:

ظرفیت پهلوگیری کشتی‌های۵۰ هزار تنی در بندر بوشهر فراهم می‌شود

بوشهر – حیدری: مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر گفت: اجرای طرح مجتمع بندری نگین ظرفیت پهلوگیری شناورها در اسکله بندر بوشهر را تا ۵۰ هزار تن افزایش می‌دهد. به گزارش روابط عمومی ،سیاوش ارجمندزاده در نشست شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان بوشهر افزود: اجرای طرح‌های اسکله‌سازی، راه دسترسی به بندر نگین و لایروبی حوضچه این بندر از جمله پروژه‌های مهمی است که در رونق اقتصادی و تجارت بسیار مهم و تاثیرگذار است. وی بیان کرد: استان بوشهر در عرصه تجارت و دریانوردی سابقه‌ای پیشینه و درخشان دارد که اجرا طرح‌های توسعه‌ای بنادر استان بوشهر نوید بخش قرارگیری بر بستری برای رسیدن به این رونق دیرینه است. ارجمندزاده ادامه داد: رونق تجارت دریایی استان بوشهر علاوه بر ایجاد فرصت‌های شغلی متعدد زمینه را برای افزایش صادرات از استان کمک می‌کند. وی با اشاره به پهلوگیری دومین کشتی ۲۰ هزار تنی خاک فسفات در بندر بوشهر اظهار داشت: ظرفیت‌های موجود باعث شده تا تخلیه این کشتی‌های وارداتی یکی پس از دیگری براساس برنامه‌های زمانبندی تخلیه شوند. ارجمندزاده افزود: واردات این ۲ کشتی به راه‌اندازی خط تولید چند شرکت تولید کود فسفات استان کمک شایانی کرده و گامی حائز اهمیت در مسیر تحقق رونق تولید است. وی یادآور شد: با اتمام طرح‌های توسعه مجتمع بندری نگین ظرفیت تخلیه در بندر بوشهر از هفت میلیون تن کنونی به میزان قابل توجهی افزایش پیدا خواهد کرد. استاندار بوشهر نیز در این نشست با تاکید بر تشکیل کارگروه تخصصی برای رفع مشکلات اجرای پروژه مجتمع بندری نگین گفت: پروژه‌های مهم و حیاتی از جمله اسکله‌سازی، توسعه بنادر، سدسازی، راهسازی، بزرگراه‌ها و راه‌آهن باید با توجه ویژه انجام شود و ایجاد وقفه در اجرای آنها از هیچ مدیری پذیرفته نمی‌شود.

اهداف واحد بازرسی فنی و نشت یابی در سال۱۳۹۹

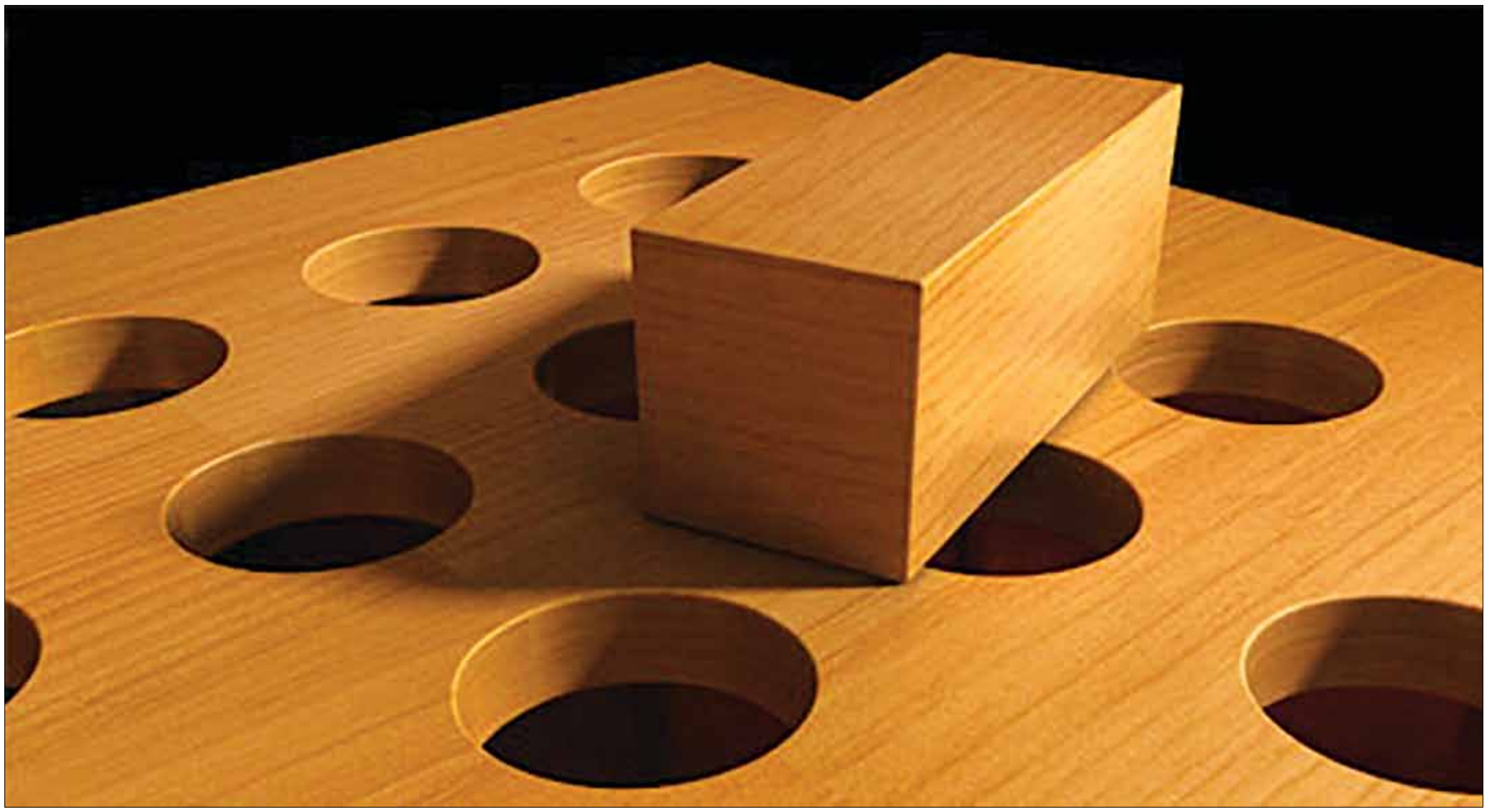
بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مسئول واحد بازرسی فنی و نشت یابی شرکت گاز استان هرمزگان در خصوص اهداف این واحد در سال ۱۳۹۹ افزود: قرارگرفتن شرکت گاز استان هرمزگان در بین ۵ شرکت گاز استانی برتر یکی از این اهداف است و بی شک این امر با برنامه ریزی و پشتکار پرسنل متخصص،مجرب و همچنین مدیریت منسجم شرکت گاز استان هرمزگان محقق خواهد شد.

جعفری به اهداف دیگر این واحد در سال جاری و در زمینه بازرسی فنی اشاره و تصریح کرد: در زمینه بازرسی فنی، مکانیزه کردن تست های نیوماتیک،هیدرواستاتیک و پوشش در حال برنامه ریزی است و همچنین در راستای کنترل مدیریت خوردگی و پیاده سازی نظام دارای های فیزیکی استفاده از روشهای Advance NDT از جمله Phased ، Array Corrosion Mapping و... بتوانیم با پیش بینی و تخمین عمر تاسیسات ،مانع از هرگونه خسارت و قطعی گاز در صنایع استراتژیک در سطح استان شویم. وی افزود: در حوزه نشت یابی نیز با ارتقاء نرم افزار نشت یابی از طریق ایجاد دسترسی نرم افزار به واحد بهره برداری ، امکان اعلام نشتی درجه ۱ و درجه ۲ به صورت آنلاین جهت بالابردن سرعت انجام رفع نشت و همچنین حذف مکاتبات پیرامون این موضوع را در بر خواهد داشت و همچنین استفاده از نقشه های سه بعدی ایزومتریک ایستگاه ها با نرم افزار solid work و برقراری ارتباط بین سامانه GIS و نرم افزار نشت یابی بمنظور ارتقاء انجام نشت یابی شبکه، انشعاب و ایستگاه های شرکت گاز استان هرمزگان نیز میتوان یکی دیگر از اهداف این واحد در سال ۱۳۹۹ بر شمرد.

جعفری در پایان ضمن تقدیر و تشکر از تلاش های بی وقفه پرسنل بازرسی فنی و نشت یابی و همکاری شایسته سایر واحدها با این واحد، خاطر نشان کرد: در خصوص تمامی موارد ذکر شده، لازم میدانم به پاس تلاش های مستمر همکارانم در این واحد که در راستای پیشرفت روز افزون و مطابق چشم انداز شرکت گاز استان هرمزگان گام بر می دارند، تقدیر و تشکر می نمایم.

بررسی ۷ دلیل ضعف استارت‌آپ‌ها در جلب توجه

چرا استارت‌آپ ما نظر دیگران را جلب نمی‌کند؟



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

فعالیت در دنیای کسب و کار نیازمند طراحی ایده‌های جذاب و ساماندهی استارت‌آپ‌های موفق است. برندهای بزرگ همگی با یک ایده جذاب و تازه شروع شده‌اند. بدون ایده کاربردی امکان طراحی استارت‌آپ از مرحله نخست تا اجرای آن وجود ندارد. با نگاهی اجمالی به وضعیت حوزه‌های مختلف کسب و کار امکان فهم رقابت شدید در دنیای کسب و کار وجود دارد. امروزه استارت‌پ‌های جذاب و تعاملی بیش از هر زمان دیگری کلید موفقیت در کسب و کار محسوب می‌شوند. بدون تردید همه کارآفرینان از اهمیت طراحی استارت‌آپ جذاب آگاهی دارند. چالش مهم در اینجا جلب نظر دیگران به طرح‌مان است. اغلب کارآفرینان و برندها در این مرحله با مشکل مواجه می‌شوند. آیا شما نیز تجربه بیان ایده استارت‌آپ‌تان برای دیگران و عدم دریافت بازخورد مناسب را داشته‌اید؟

نکته مهم در مورد ناتوانی کارآفرینان در جلب نظر دیگران درباره استارت‌آپ‌شان بیان ضعیف محتوای طرح است، بنابراین ما باید علاوه بر ایده‌پردازی خلاقانه به دنبال بیان مناسب طرح‌مان نیز باشیم. بی‌تردید دیگران دارای زاویه دید مشابه ما در زمینه کسب و کار نیستند. به همین خاطر تلاش برای بیان موضع و اهداف‌مان برای دیگران اهمیت بسیار زیادی می‌یابد. اگر شما نیز با مشکل جلب نظر دیگران در زمینه حمایت از استارت‌آپ‌تان مواجه هستید، نیازی به احساس تنهایی نیست. بسیاری از افراد در سراسر دنیا با چالشی مشابه مواجه هستند. وقتی ایده استارت‌آپ ما مورد بی‌توجهی دیگران قرار می‌گیرد، دو دلیل عمده برای توضیح وجود خواهد داشت. نخست اینکه ایده موردنظر ما بسیار ساده و غیرکاربردی است. در این صورت باید ایده دیگری را طراحی کنیم. تبیین دوم جذابیت ایده ما در ماهیتش و ناتوانی ما در زمینه بیان مناسب آن است. در این صورت ماموریت اصلی ما ایجاد آگاهی هرچه بیشتر پیرامون استارت‌آپ‌مان خواهد بود. به این ترتیب دیگران نسبت به مزیت‌های استارت‌آپ ما آگاهی خواهند یافت.

بدون شک تلاش برای اطلاع‌رسانی به دیگران در مورد استارت‌آپ‌مان بدون تلاش عملی امکانپذیر نیست. در این زمینه ما باید خودمان دست به کار شویم. هیچ فرد یا شرکت دیگری به جای ما فرآیند توضیح استارت‌آپ و تلاش برای جلب نظر دیگران را انجام نخواهد داد. هدف اصلی من در این مقاله بررسی هفت دلیل عمده در زمینه تحلیل ناکارآمدی و عدم توجه دیگران به استارت‌آپ‌مان است. با توجه مناسب به این موارد امکان بررسی بهینه دلایل عدم موفقیت استارت‌آپ‌ها وجود خواهد داشت.

۱. رفتار حق به جانب و ناتوانی در جلب نظر دیگران

اگر ما از همان ابتدا اعتماد بیش از حد به استارت‌آپ‌مان داشته باشیم، هیچ‌کس ما را جدی نخواهد گرفت. شاید این امر در ابتدا عجیب به نظر برسد. به هر حال اعتماد به نفس و ایمان به فعالیت کاری یکی از اصل‌های سنتی در حوزه کسب و کار محسوب می‌شود. نکته مهم در اینجا ماهیت پیش‌بینی‌ناپذیر دنیای کسب و کار است، بنابراین همیشه مقداری نگرانی و عدم اطمینان نزد برندها و کارآفرینان وجود دارد، با این وضعیت وقتی ما بیش از حد مطمئن رفتار می‌کنیم، تردید دیگران نسبت به استارت‌آپ ما طبیعی خواهد بود.

یکی از نکات منفی در زمینه اعتماد بیش از حد به استارت‌آپ عدم تحمل انتقادات است. این امر در اغلب موارد به صورت ترک جلسه کاری با اظهار نخستین انتقاد همراه است. اگر ما به دنبال موفقیت در دنیای کسب و کار هستیم، باید ظرفیت و انتقادپذیری‌مان را افزایش دهیم. همه افراد در دنیای کسب و کار مانند ما فکر نمی‌کنند، بنابراین باید زمان کافی برای بحث با آنها را مدنظر قرار داد. کسب و کار، درست مانند زندگی روزمره، نیازمند گفت‌وگو و تبادل‌نظر است. این امر به شکل‌گیری نقطه نظرهای مشترک کمک شایانی خواهد کرد.

بی‌شک هیچ‌کس تمایلی به گفت‌وگو یا شنیدن صحبت‌های فردی مغرور ندارد. این نکته در زمینه توضیح استارت‌آپ اهمیت بالایی پیدا می‌کند. گاهی اوقات صاحب‌های برخی استارت‌آپ‌ها همراه با غرور و خودبینی بسیار زیادی صحبت می‌کنند. این امر به طور طبیعی موجب رنجش دیگران خواهد شد، بنابراین حتی اگر بهترین ایده را نیز داشته باشید، جلب نظر دیگران غیرممکن به نظر می‌رسد. جلب نظر دیگران در حوزه کسب و کار بستگی زیادی به توانایی ما در زمینه صحبت و تعامل کاربردی با دیگران دارد. به نظر من یادگیری اصول گفت‌وگو و فن مذاکره یکی از راهکارهای اساسی برای موفقیت در جلب نظر طرف مقابل محسوب می‌شود.

۲.صحبت بیش از حد و عدم گوش دادن به صحبت‌های طرف مقابل

فضای کسب و کار هیچ‌گاه یک‌طرفه نیست. این امر به معنای ضرورت توجه به دیگران و نقطه نظرات‌شان است. برندهای موفق به خوبی این کار را انجام می‌دهند. به عنوان مثال، برند مایکروسافت را مدنظر قرار دهید. این برند به خوبی نیاز مشتریان، ایده‌های تازه مهندسان و تقاضای سایر برندها برای همکاری را مدنظر قرار می‌دهد. تصمیم‌گیری درست در حوزه کسب و کار فقط با توجه به ایده‌ها و پیشنهادات دیگران امکانپذیر است. اگر ما تمایلی به شنیدن صحبت دیگران نداشته باشیم، به طور طبیعی امکان تصمیم‌گیری مناسب نیز از ما سلب خواهد شد.

اشتباه بزرگ اغلب کارآفرینان ناتوانی در زمینه اعمال تفاوت میان هدایت گفت‌وگوی کاری و عدم توجه به صحبت‌های دیگران است. در فرآیند بحث اعمال نفوذ بر روی ذهنیت طرف مقابل تکنیک بسیار مناسبی خواهد بود. نکته مهم در این میان ضرورت شنیدن صحبت‌های طرف مقابل به منظور تاثیرگذاری بر وی است. هیچ‌کس توانایی تاثیرگذاری بر طرف مقابل بدون توجه به دیدگاه‌های وی را ندارد. درست به همین خاطر بسیاری از کارآفرینان به جای تاثیرگذاری بر روی دیگران در عمل به نظرات آنها بی‌توجهی می‌کنند. بی‌تردید در چنین شرایطی نباید انتظار دریافت واکنش مثبت از سوی افراد موردنظر را داشت.

مفهوم کارآفرینی هیچ تناسبی با نادیده‌انگاری ایده‌ها و نظرات دیگران ندارد، بنابراین ما باید بر روی توانایی گفت‌وگوی دوجانبه با دیگران کار کنیم. فقط در این صورت امکان تعامل سازنده در دنیای کسب و کار و جلب نظر مثبت دیگران پیرامون برندمان وجود خواهد داشت.

۳.اهمیت مهارت و ماهیت پویای دنیای کسب و کار

اغلب افراد در زمینه طراحی استارت‌آپ دست‌کم یک بار جمله «تو هرگز موفق به ساماندهی چنین طرحی نخواهی شد» را شنیده‌اند. این جمله اغلب در واکنش به طرح‌های بلندپروازانه بیان می‌شود. نکته مهم در مورد چنین اظهارنظری ارزیابی بسیار غیرواقعی استارت‌آپ‌هاست. گاهی اوقات استارت‌آپ ما خارج از زمینه تخصصی‌مان قرار دارد. این امر ریسک‌های اجرای ایده موردنظر را افزایش می‌دهد. به همین خاطر اغلب افراد و برندها حاضر به حمایت از آن نخواهند شد. به عنوان مثال، اگر شما در زمینه خدمات رایانه‌ای فعالیت دارید، انتظار موفقیت‌تان در پیشبرد استارت‌آپی در مورد صنعت هواپیمایی نیست. همچنین اگر هدف اولیه شما شروع به کسب و کار در زمینه خدمات حمل و نقل هوایی بدون اطلاع از نحوه کار با هواپیما یا اصول اولیه این صنعت باشد، بی‌تردید هیچ فرد و فرندی از شما حمایت نخواهد کرد.

امروزه دنیای کسب و کار بیش از هر زمان دیگری تخصصی شده است، بنابراین ما نیز باید در راستای پیشبرد اهداف‌مان به تخصص‌مان نگاه کنیم. این امر موفقیت ما در زمینه طراحی استارت‌آپ و جلب نظر دیگران را تضمین خواهد کرد.

نکته مهم درخصوص پرداختن به حوزه تخصصی در زمینه ایده‌پردازی وجود مثال‌های متناقض فراوان است. به عنوان مثال، برادران رایت برای طراحی نخستین هواپیما هرگز به صورت جدی در این حوزه فعالیت یا تجربه نداشته‌اند. هدف من از بیان این نکته تاکید بر ماهیت پویای کسب و کار است. اگر ایده شما با تخصص‌تان سازگاری ندارد، در نهایت فقط پس از تلاش برای اجرای ایده موردنظر امکان ارزیابی وضعیت استارت‌آپ‌تان وجود خواهد داشت.

۴.تاثیر سابقه نامناسب در زمینه تصمیم‌گیری‌های کاری

گاهی اوقات حتی ایده‌های مطلوب و کاربردی ما نیز مورد بی‌توجهی دیگران قرار می‌گیرد. منظور من از چنین شرایطی امکات پذیرش ایده ما در صورت بیان از سوی فرد دیگری است. در این حالت مشکل اصلی مربوط به استارت‌آپ‌مان نیست. برخی از افراد در حوزه کسب و کار تصمیم‌گیری‌های اشتباه متمادی داشته‌اند. به این ترتیب با گذشت زمان دیگر کسی به آنها اعتماد نمی‌کند. حال اگر همان افراد استارت‌آپ تازه‌ای داشته باشند، امکان تاثیرگذاری بر روی دیگران از دست می‌رود. راهکار مدنظر من در چنین مواقعی تلاش برای یافتن نقاط ضعف کارمان و بهبود فرآیند تاثیرگذاری بر روی دیگران است.

بدون تردید امکان حذف سابقه نامطلوب افراد در زمینه تصمیم‌گیری کاری وجود ندارد. هدف ما در اینجا جلوگیری از ادامه روند تصمیم‌گیری نامناسب خواهد بود. به این ترتیب در آینده نزدیک دوباره اعتماد همکاران‌مان را جلب خواهیم کرد. امروزه بدون کسب اعتماد دیگران امکان فعالیت در دنیای کسب و کار وجود ندارد. به همین خاطر باید توجه زیادی به وضعیت اعتماد دیگران به خودمان داشته باشید.

۵. عدم تمایل به محصول موردنظر یا ناآگاهی از ارزش استارت‌آپ

برخی افراد هیچ علاقه‌ای به حضور در کسب و کاری تازه ندارند. این امر موجب مخالفت آنها با هر نوع ایده کاری خواهد شد. در این میان تفاوتی بین استارت‌آپ‌های موفق و ضعیف وجود ندارد. وقتی فردی مایل به حمایت از ایده‌ای تازه نیست، کیفیت آن اهمیت چندانی نخواهد داشت. راهکار موردنظر من در این بخش مبتنی بر ارزیابی دلیل عدم تمایل طرف مقابل به مشارکت در ساماندهی کسب و کاری تازه است. گاهی اوقات افراد تمایلی به محصول ما ندارند. در این صورت مخالفت پی در پی امری طبیعی خواهد بود. وظیفه ما در این بخش اطلاع‌رسانی به افراد موردنظر پیرامون ارزش محصول‌مان است. بر این اساس امکان حل همکاری سرسخت‌ترین افراد نیز فراهم خواهد شد. دلیل دوم مخالفت پی در پی افراد با استارت‌آپ‌ها ناآگاهی از ارزش آن است. در این مرحله نقش توضیح و بیان دقیق ایده‌مان دوچندان می‌شود.

نکته پایانی در این بخش مربوط به سلیقه افراد موردنظرمان است. ما باید افراد مناسب برای پیشنهاد استارت‌آپ‌مان را پیدا کنیم. در غیر این صورت ارزش آن به خوبی درک نخواهد شد. اشتباه بسیاری از کارآفرینان تلاش برای همکاری با فردی بی‌علاقه به استارت‌آپ‌شان است. در نتیجه روند توسعه کسب و کار به صورت مطلوب پیش نخواهد رفت. یک مثال واضح در این زمینه صنعت پرورش دام است. اگر ما ایده پرورش دام به صورت تخصصی و کاربردی را بدون توجه به مخاطب‌مان بیان کنیم، احتمال دریافت بازخورد مناسب اندک خواهد بود. بدون تردید بیان ایده پرورش دام برای افراد گیاه‌خوار هیچ فایده عملی نخواهد داشت. مخالفت مداوم دیگران با ایده ما در چنین وضعیتی جای هیچ‌گونه تعجبی نخواهد داشت.

۶.چرا همه افراد باید کارآفرین باشند؟

گاهی اوقات ایده ما برای برخی افراد هیچ جذابیتی ندارد. در اینجا مشکل اصلی از سوی ما نیست. برخی از افراد تمایلی به کارآفرینی و موفقیت بیشتر در دنیای کسب و کار ندارند. به همین خاطر هرچه ما تلاش کنیم، بازهم آنها تمایلی به همکاری نشان نخواهند داد. در اینجا ما باید تصمیم‌گیری سریعی انجام دهیم. اگر هدف ما اصرار بر همکاری با افراد بی‌علاقه به کسب و کارمان باشد، در نهایت هیچ شریک یا مخاطبی برای استارت‌آپ‌مان پیدا نخواهیم کرد، بنابراین در صورت مشاهده عدم تمایل دیگران به همکاری با ما باید به سراغ افراد تازه رفت. فقط در این صورت امکان تحقق به‌موقع استارت‌آپ‌مان وجود خواهد داشت.

بی‌تردید ایده کسب و کار مدنظر ما حالت انحصاری ندارد، بنابراین در صورت اجرای آن از سوی فردی دیگر فقط حسرت برای ما باقی خواهد ماند. اجرای یک استارت‌آپ باید وضعیت تعادل را رعایت کند. در این زمینه اجرای دیرهنگام درست مانند اجرای بسیار سریع همراه با مشکلات فراوانی خواهد بود.

فرآیند یافتن افراد مناسب برای اجرای استارت‌آپ نیازمند تلاش و پشتکار است. توانایی پذیرش پاسخ‌های منفی اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر ما با نخستین پاسخ منفی عرصه را خالی کنیم، هیچ‌گاه به موفقیت نخواهیم رسید. مرور داستان موفقیت کارآفرینان بزرگ در این زمینه اهمیت بسیار زیادی دارد. آنها همیشه از صفر شروع کرده‌اند، اما هیچ‌گاه به جایگاه‌شان راضی نشده‌اند. تحقق رویاهای ما در مورد استارت‌آپ‌مان در گرو موفقیت در جلب نظر سرمایه‌گذاری و مخاطب هدف است. اگر برخی افراد به استارت‌آپ ما توجه ندارند، دلیلی برای اصرار به همکاری با آنها وجود ندارد. همیشه امکان یافتن همکار یا شریک تازه در حوزه کسب و کار وجود خواهد داشت.

۷. به اشتراک‌گذاری استارت‌آپ با افراد نامناسب

بسیاری از ما ایده‌های کاری‌مان را با افراد نامناسب در میان می‌گذاریم. به عنوان مثال، من برای مدت زیادی تمام ایده‌های کاری‌ام را با پدر و مادرم به اشتراک می‌گذاشتم. نکته مهم در این زمینه عدم مهارت و تخصص اینگونه افراد در زمینه تخصصی استارت‌آپ‌مان است، بنابراین مشاهده مخالفت یا بی‌توجهی آنها امری طبیعی خواهد بود.

اگر ما قصد موفقیت در دنیای کسب و کار را داریم، باید ایده‌های‌مان را با افراد ماهر و متخصص در میان بگذاریم. به این ترتیب امکان استفاده از نقطه نظرات آنها فراهم می‌شود. بی‌تردید یک استارت‌آپ در مرحله نخست کاستی‌های بسیار زیادی دارد. گفت‌وگو پیرامون استارت‌آپ موردنظر با افراد متخصص کمک شایانی به اصلاح و به‌روزرسانی آن خواهد کرد.

جمع‌بندی

با توجه به آنچه در این مقاله مورد توجه قرار گرفت، جلب توجه و همکاری دیگران در مورد استارت‌آپ امر دشواری محسوب می‌شود. این فرآیند شامل تلاش برای گفت‌وگو با دیگران و تقویت بسیاری از مهارت‌های فردی است. به عنوان عضوی از دنیای کسب و کار توجه به هفت نکته مورد بحث در این مقاله از ما کارآفرین بهتری خواهد ساخت. در نهایت باید اهمیت انتخاب افراد مناسب برای اجرای استارت‌آپ را به خاطر داشت. شکست بسیاری از استارت‌آپ‌ها به دلیل همکاری با افراد نامناسب است. وقتی تیم استارت‌آپ ما ناهماهنگ باشد، امکان کسب موفقیت از طریق جلب نظر مخاطب هدف کاهش چشمگیری خواهد یافت.

منبع: noobpreneur

چرا کتاب‌خواندن برای کودکان اهمیت دارد و از کجا باید شروع کنیم؟

کتاب‌خوانـدن یکی از مهم‌ترین فعالیت‌هایی اسـت کـه می‌توانید فرزنـدان خود را به آن تشـویق کنیـد. کتاب‌خواندن سـرگرم‌کننده، اندیشـه‌برانگیز و بـرای موفقیـت در زندگی کاملاً حیاتی اسـت. یک کتاب‌خوان فعال بودن تا کلاس سـوم ابتدایی عامل اصلی در موفقیت آتی کودک اسـت. خواندن برای بچه‌ها فقط سـرگرمی نیسـت، بلکه دروازه‌ای بـرای یادگیـری در مورد افراد، مکان‌هـا و ایده‌های دیگر با امکانات بی‌حدوحصر است.

چرا خواندن برای کودکان مهم است؟

مهارت‌های واژگان و زبان را توسعه می‌دهد

قبل از اینکه بچه‌ها بتوانند خودشان بخوانند، مهم است که در اوایل عشق به کتاب را در آنها پرورش دهید. خواندن با صدای بلند برای آنها در سـن کودکی یک راه عالی برای ارتقای مهارت‌های ارتباطی کلامی بین والدین و کودک است.

همان‌طـور که بچه‌هـا بزرگ‌تر می‌شـوند، ما با آنها به طـور روزانه صحبت می‌کنیم، اما واژگان و موضوعاتی که در معرض آنها قرار دارند محـدود و اغلب تکراری هسـتند. کتاب‌خواندن واژگان فرزند شـما را بهبود می‌بخشـد و آنها را با انواع مختلف ساختار جمله، سبک نوشتن و شیوه بیان آشنا می‌کند.

نه‌تنها درک خواندن فرزندان شما در طول زمان بهبود می‌یابد، بلکه تأثیر مثبتی بر مهارت‌های نوشتاری و ارتباطات آنها نیز خواهد داشت. برای کودکانی که دو زبانه هسـتند یا زبان دوم یاد می‌گیرند، خواندن، بخش مهمی برای حفظ واژگان است.

حس تشنگی برای دانش را تشویق می‌کند

در مـورد هر موضوع قابل تصور، بسـیاری از سـطوح مختلف برای خواندن وجود دارد. هنگام خواندن کتاب، فرزندان شـما به موضوعات مختلف، فرهنگ‌ها و ایده‌های جدید معرفی خواهند شد. آنها همچنین متوجه می‌شوند که چقدر دانش برای کشف وجود دارد و به موضوعاتی که علاقه‌شان را جذب می‌کند، بیشتر می‌پردازد.

در بسـیاری از موارد، آنها از محتوای کتـاب آنقدر لذت می‌برند که حتی نمی‌فهمند در حال به دست آوردن اطلاعات زیادی در مورد یک موضوع خاص هستند.

همدلی را افزایش می‌دهد

کودکان درک بسـیار کمی از جهان اطرافشـان دارنـد. این امر به خاطر تعداد محدود تجربیاتی اسـت که با آن مواجه بوده‌اند و براساس شـرایطی که در آن رشـد کرده‌اند. خوانـدن کتاب‌هایی در مورد انواع مختلفی از افراد که طیف وسـیعی از تجربیات را داشـته‌اند، به بچه‌ها اجازه می‌دهد کـه نه‌تنها تنوع را درک کنند، بلکه همچنین می‌توانند خـود را جای فرد دیگر بگذارند. انجام این کار به آنها کمک می‌کند تا با افرادی که وجه اشـتراک کمی با آنها دارند همدردی کنند که باعث توسعه شخصیت‌شان می‌شود.

بهترین فرم سرگرمی است

در عصر حاضر فناوری تبدیل به سـرگرمی بزرگسالان و بچه‌ها شده اسـت. اگرچه برنامه‌های تلویزیونی و برنامه‌های کودک می‌تواند منبع خوبی برای یادگیری باشد، کتاب‌ها همیشه انتخاب بهتری هستند.

بـه جای صرف سـاعت‌ها در مقابـل یک صفحه، بچه‌ها را تشـویق کنید که کتاب را به عنوان منبع پیش‌فرض سـرگرمی در نظر بگیرند. مطالعات نشـان می‌دهد کـه در خانواده‌هایی که خواندن در آن تاکید شـده اسـت، کودکان بیشـتر به طور مسـتقل مطالعه می‌کنند و در طولانی مدت علاقه‌ای به کتاب در آنها ایجاد خواهد شد.

همبستگی ایجاد می‌کند

روش‌هـای متعددی وجـود دارد کـه کتاب‌خوانـدن پیوندی میان والدیـن و کودک ایجـاد می‌کند. از دوران کودکـی، خواندن با صدای بلند، همبستگی را از طریق گذراندن وقت با هم و نزدیک بودن از نظر فیزیکی ایجاد می‌کند.

همان‌طور که فرزند شـما بزرگ‌تر می‌شـود، می‌توانید به خواندن با صدای بلند ادامه دهید یا همان کتاب را به طور جداگانه بخوانید و در مورد قسمت‌هایی که بیشتر از آن لذت بردید صحبت کنید.

از خوانـدن به عنوان یـک فرصت برای تعامل با فرزندتان اسـتفاده کنید، از آنها درباره اندیشـه‌های خود در مورد موضوعاتی که در کتاب آمده است بپرسید.

مغز آنها را تمرین می‌دهد

خواندن نیاز به قدرت بیشـتری نسـبت به تماشـای تلویزیون دارد. وقتـی بچه‌های ما کتاب می‌خوانند، از بخشـی از مغز خود اسـتفاده می‌کننـد که با ادغام چند حـس، بین کلمات و تفکـر بصری ارتباط برقرار می‌کند.

برای خوانندگان مبتـدی، تصاویر می‌تواند ابزار مفید برای کمک به آنها در درک بهتر روایت باشـند. خوانندگان پیشـرفته‌تر، از مغز خود هنگام جمع‌آوری سـرنخ‌های متنی اسـتفاده می‌کنند تا به آنها کمک کند کلمات یا عبارات ناآشنا را تشخیص دهند.

خوانـدن همچنین تفکـر انتقادی را تحریک می‌کنـد و بچه‌ها را به ایجـاد ارتباط بین کتـاب و زندگی واقعی و تشـکیل نظرات در مورد داستان تحریک می‌کند.

تمرکز را بهبود می‌بخشد

خوانـدن یک کتاب نیاز بـه تمرکز دارد، که مهارتـی ضروری برای کار کـردن بر روی آن اسـت، حتی برای کودکان نوپـا که نمی‌توانند یک گوشه بنشـینند. پیوسته کتاب خواندن برای بچه‌ها به آنها کمک می‌کند تا آرامش ذهن داشـته باشـند و بدن خود را بـرای تمرکز بر یـک کار در یک دوره زمانی مشـخص تمرین دهند. بـا از بین بردن حواس‌پرتی‌ها و دادن فضا برای خواندن و درک به آنها، توجه‌شان جلب می‌شود و توانایی تمرکزشان در طول زمان بهبود می‌یابد.

باعث موفقیت آنها در مدرسه و زندگی می‌شود

مطالعات متعددی وجود دارد که نشـان می‌دهد کتاب‌خواندن برای کودکان در سنین اولیه تأثیر پایدار بر موفقیت آنها در مدرسه دارد که اغلب به طور مستقیم به موفقیت در محل کار مرتبط است، اما مزایای آن فقط به موفقیت علمی ختم نمی‌شود.

خواندن یک تجربه یادگیری درازمدت اسـت که رشـد و پیشـرفت را به ارمغان می‌آورد و باعث می‌شـود فرزندان شـما به طور کلی فرد (همسران، کارفرمایان و دوستان) بهتری باشند.

خلاقیت و تخیل را ترویج می‌دهد

هنـگام خواندن یک داسـتان، کودکان ما تصویری از داسـتان را در ذهن خود، با اسـتفاده از خلاقیت و تخیل ایجاد می‌کنند. هر فرد یک تصویـر متفـاوت را در ذهن خود می‌بیند که با هـر بار خواندن کتاب ممکن است تغییر کند.

خوانـدن همچنیـن دنیاهای جدیـد، چه حقیقی چـه خیالی را به کـودکان معرفـی می‌کند. غوطه‌ور شـدن در کتاب اجـازه می‌دهد تا بچه‌هـا تجارب و سـناریوهای جدید که هرگز فکـر نمی‌کردند ممکن باشـد را تصور کننـد. آنها می‌توانند این ایده‌هـا را به زمان بازی خود بیاورند و از خلاقیت خود اسـتفاده کنند تـا از محدودیت‌های زندگی روزمره بیرون بیایند.

از کجا شروع کنید

اکنون که از مزایای بسـیاری که خواندن می‌تواند برای بچه‌های‌تان فراهم کند، آگاه هسـتید، قدم بعدی چیسـت؟ اگر فرزند شـما هنوز خواندن را دوست ندارد، برای شروع خیلی دیر نشده است.

۱. کتاب خواندن را به یک انتخاب تبدیل کنید، نه یک کار اجباری

کتاب‌خوانـدن را به یک وظیفه اجبـاری یا تمرین اختصاصی تبدیل نکنید. بچه‌ها را تشـویق کنید و یـادآوری کنید که کتاب بخوانند، اما اجـازه دهید تصمیم‌گیری نهایی در مـورد خواندن و مدت‌زمان آن را خودشـان بگیرند. احسـاس اجبار در نهایت لذت این تجربه را از آنها خواهد گرفت. اگر یک خواننده بی‌میل دارید، سـعی کنید دریابید که علت اصلی بی‌میلی او چیسـت. اگر فرزند شـما با کلمات مشکل دارد، چند کتاب زیر سـطح خوانـدن او پیدا کنید تا اعتماد به نفسـش در شـناخت واژه‌هایی کـه از قبل می‌داند را افزایش دهیـد. به تدریج به کتاب‌های سـخت‌تر روی آوردن باعث می‌شود بیشتر مایل به خواندن داوطلبانه باشـند. جایگزین دیگر کتاب‌های صوتی هسـتند. شـنیدن صدای شـخص دیگر که با اعتماد به نفس می‌خواند، راهی عالی برای سـلامت اسـت، او قادر خواهد بود از کتاب لذت ببرد بدون آنکه برای خواندن آن به مشکل بربخورد.

اگر محتوا مسـئله است و خواندن را خسـته‌کننده می‌داند، او را به انواع مختلفی از موضوعات معرفی کنید.

۲. انواع موضوعات برای خواندن را پیشنهاد کنید

خواندن می‌تواند در بسـیاری از فرم‌ها صورت بگیرد و هر فرم چیزی را بـه خواننـده معرفی می‌کنـد. اگر کودک در لذت‌بـردن از خواندن مشـکل دارد، ممکن اسـت به این دلیل باشد که ژانر مورد علاقه خود را پیدا نکرده است.

کتاب‌های سـنتی در بسـیاری از ژانرها، از جمله رمـز و راز، تاریخ، بیوگرافی، فانتزی، علمی تخیلی و ... عرضه می‌شوند. برخی از کتاب‌ها در سـبک‌های منحصر به فرد و سـرگرم‌کننده نوشته شده‌اند، از قبیل کتاب‌های ماجراجویی، رمان خاطرات‌گونه، یا رمان فکری.

اگر به دنبال موضوعاتی هستید که بیشتر بصری و تحریک‌کننده‌اند یـک رمـان گرافیکی، مجله یا کتاب سـفر را امتحـان کنید. کتاب‌ها همچنین منابع عالی برای یادگیری مهارت‌های جدید هسـتند. کتاب جوک، کتاب شـعبده بازی و کتاب آشـپزی نمونه‌هـای بزرگی از این هستند.

فرامـوش نکنید که بچه‌ها را به سـمت خواندن عملی نیز راهنمایی کنید. از کمک آنها در خواندن لیست مواد غذایی در فروشگاه استفاده کنید یا از آنها بخواهید هنگام آشپزی دستورالعمل غذا را بخوانند.

۳. کتاب را دست اول تجربه کنید

همان‌طور که بچه‌های شما کتاب‌های بیشتری را می‌خوانند، ممکن اسـت شـروع به تصور این کنند که اگر یکی از شـخصیت‌های کتاب بودند چه می‌شـد؟یک راه عالی برای حمایت عشق به خواندن، کمک کردن به آنها برای مجسـم کردن بخش‌های مورد علاقه خود از کتاب اسـت. یکی دیگر از راه‌های جالب برای جشن گرفتن تمام کردن یک کتاب، تماشـای تفسـیر فیلمی از آن اسـت. مشـاهده شخصیت‌های محبوب به روی صفحه نمایش یک راه آسـان برای افزایش لذت‌بردن از خواندن است.

۴. یک الگو باشید

شما شخصی‌ترین فردی هسـتید که فرزندان‌تان از آنها الگوبرداری می‌کنند. بچه‌ها عاشـق کپی‌کـردن از والدین خـود و انجام کارهایی هسـتند که پدر و مادرشان هر روز انجام می‌دهند. فقط به آنها نگویید که بخوانند. با انجام دادن به آنها نشـان دهید. دو صد گفته چون نیم کردار نیست.

هنگامی‌که شما عشق خود را به خواندن و کتاب‌ها الگو قرار می‌دهید و به آنها نشان می‌دهید که شادی به زندگی شما می‌بخشد، بچه‌ها نیز تمایل خواهند داشت همان شادی را احساس کنند.

۵. زمانی برای مطالعه کنار بگذارید

بـرای یک کودک با یک برنامه پرمشـغله و بسـیاری از فعالیت‌های سـرگرم‌کننده روی صفحه نمایش، کنار گذاشـتن وقت برای خواندن می‌تواند دشوار باشد.

این تصمیم را با ایجاد زمان اختصاصی که فقط برای خواندن اسـت، کمی ساده‌تر کنید. زمان مطالعه می‌تواند درست قبل از خواب، درست بعد از انجام تکالیف یا هر زمان که برای برنامه‌های شـلوغ خانواده‌تان بهترین اسـت باشـد. این زمان می‌تواند برای خواندن با صدای بلند با کودک یا خواندن مستقل مورد استفاده قرار گیرد.

۶. کتاب را به زندگی بیاورید

پیـدا کردن ارتباطات زندگی واقعی با کتاب‌هایی که بچه‌های شـما می‌خوانند، لذت تجربه خواندن را گسترش می‌دهند. آیا بچه‌های شما یـک کتـاب در مورد زندگی در مزرعـه را تازه تمـام کرده‌اند؟ آنها را بـه بازدید از یک مزرعـه محلی ببرید و بگذارید آنچـه خواندند را در زندگی واقعـی نیز تجربه کنند. خواندن یک کتاب درباره سـیاره‌ها و فضا می‌تواند منجر به سـفر به مرکز نجوم شـود. برای یک سفر به یاد ماندنی، به سـفر خانوادگی خارج از کشور بروید، مانند بازدید از لندن پس از اتمام سری هری پاتر.

۷. کتاب را در دسترس داشته باشید

یک کتابخانه عالی در منطقه خود پیدا کنید تا فرزندان‌تان را به آنجا ببرید و اجازه دهید سـحر و جادو از امکان بی‌حدومرز را تجربه کنند. کارت کتابخانـه برای‌شـان بگیرید و آنها را تشـویق کنید که مالکیت ماجراجویی خواندن را خود به دست بگیرند.

مجموعـه‌ای کوچـک از کتـاب را در خانـه خود درسـت کنید تا بچه‌های‌تان همیشه کتاب در دسترس داشته باشند. از یک کتابفروشی بازدید کنید، آنلاین جسـت‌وجو کرده یا برای اشـتراک ماهانه ثبت‌نام کنید. دسـتیابی به کتاب‌های جدید به صورت منظم، کتاب خواندن را هیجان‌انگیز و سرگرم‌کننده نگه می‌دارد.

۸. یک باشگاه کتابخوانی راه بیندازید

داشتن افراد دیگر به شما کمک می‌کند انگیزه برای خواندن بیشتر و کشـف کتاب‌های جدید داشته باشید. بچه‌های خود را تشویق کنید تا یک باشـگاه کتاب، با همسالان خود یا با شما، شروع کنند. یک کتاب انتخـاب کنید که همه از آن لذت ببرنـد و مهلتی برای دور هم جمع شـدن و صحبت دربـاره آن تعیین کند. مهلت مقـرر ملموس انگیزه زیادی برای ادامه در مسیر و به صورت منظم خواندن به شما می‌دهد.

کلام آخر

پرورش عشـق برای خواندن در کودکان یکی از بزرگ‌ترین هدایایی اسـت که می‌توانید به آنها بدهید. خواندن کتاب می‌تواند آنها را به هر جا کـه می‌توانند تصور کنند ببرد. مزایایی که برای آنها در کوتاه‌مدت و درازمدت فراهم می‌کند بی‌شمار است.

از این نکات اسـتفاده کنید تا به طور فعال کتاب خواندن را تشـویق کرده تا به یک فعالیت لذت‌بخش در زندگی آنها تبدیل شود.

منبع: Lifehack/ucan

مفقودی

کلیه مدارک وسیله نقلیه پژو تیپ:پارس برنگ : مشکی متالیک مدل ۱۳۸۳ به شماره موتور ۱۲۴۸۲۰۴۵۷۳۹ به شماره شاسی ۸۲۸۲۲۷۶۲ به شماره انتظامی ۶۱۹ ب ۷۸ ایران ۷۹ بنام ناردانه افشار ونگینی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی فقدان سند مالکیت ۵/۴۵۳۱

آگهی چون معصومه روئی فرزند مندہ علی به استناد یکبرگ استشهاد محلی که به امضاء شهود وگواهی دفترخانه ۳۶ دوگنبدان رسیده است که سند مالکیت ششدانگ یک باب خانه به پلاک ۴۵۳۱ فرعی از ۵ اصلی واقع در قطعه یک بخش پنج دوگنبدان که مورد ثبت ذیل شماره - صفحه - جلد- به نام آقای خانم معصومه روئی صادروتسلیم گردیده است. لذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک یا وجود معامله سند مالکیت ۰۷۴۰۸۳۹ می باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف ۱۰ روز اعتراض خود را به ضمیمه اصل سند مورد معامله به این اداره اعلام ورسید دریافت نمایند تا مورد رسیدگی قرار گیرد والا پس از انقضای مدت مذکور ونرسیدن واخواهی ویا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۵/۲۰

حسین قائدگیوی مدیر واحد ثبت حوزه ثبت ملک دوگنبدان

آگهی مزایده اموال غیر منقول

حسب پرونده کلاسه ۹۸۰۲۲۲ به موجب دادنامه شماره ۹۸۰۹۹۷۱۸۳۰۱۰۰۵۶۹ صادره از شعبه اول دادگاه حقوقی ماسال دعوی آقای قاسم دولتی به طرفیت تقی و غنی و قنبر و تقی و کبری و خدیجه جملگی نصیری فرزندان قدیر و بهناز و حوریه جملگی ماسالی فرزندان اسفندیار موضوع دستور فروش مال مشاع و تقسیم بهای حاصله بین مالکین مشاع که در همین راستا مال غیر منقولی به حیطه توقیف درآمده و توسط هیئت سه نفره کارشناسان رسمی به شرح ذیل ارزیابی و توصیف اجمالی گردیده است.ششدانگ عرصه و اعیان یک باب مغازه به انضمام حیاط خلوت پشت آن دارای سند رسمی به شماره ۲۷۵ فرعی از ۲۳ اصلی بخش ۲۶ ناحیه ۵۵ به مساحت مجموعا ۳۹/۶۰ مترمربع (۲۲/۵۰ مترمربع قضای مغازه و ۱۷/۱۰ مترمربع قضای حیاط پشت مغازه) واقع در ماسال روبروی میدان امام خمینی جنب مغازه سوپرمارکت دلاوری با حدود اربعه شمالا به مغازه آقای سدیدی و جنوبا به سوپرمارکت آقای دلاوری و شرقا به مغازه آقای کاوکار و غربا به بیاده روی خیابان و ماورای آن میدان اصلی شهر که با توجه به موقعیت مکانی و مساحت و قدمت و کاربری ارزش ششدانگ عرصه و اعیان (غیر از سرقفلی) جمعا ۳/۴۶۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال برآورد شده است.بنابراین مقرر شده ملک موصوف از طریق مزایده حضوری در روز یکشنبه مورخه ۱۳۹۹/۰۶/۱۶ از ساعت ۱۰ الی ۱۱ در دفتر اجرای احکام مدنی دادگستری ماسال بفروش برسد. قبل از موعد مقرر هریک از شرکت کنندگان به دفتر اجرا مراجعه و مبلغ ده درصد قیمت پایه را واریز و رسید دریافت نموده و رسید مربوطه را به همراه قیمت پیشنهادی بصورت مکتوب در وقت مقرر به دفتر اجرا ارائه نمایند و درخواست افراد بدون پیوست فیش فاقد اعتبار می باشد. برنده مزایده مجموعا می تواند ده درصد قیمت پیشنهادی خود را تودیع و نسبت به باقی ظرف مدت یک ماه اقدام نماید و چنانچه برنده مزایده ظرف مدت یک ماه نتواند باقیمانده را پرداخت نماید ده درصد واریزی پس از کسر هزینه های اجرایی به نفع صندوق دولت ضبط و مزایده تجدید خواهد شد و وجوه واریزی کلیه شرکت کنندگان که در مزایده برنده نشده اند نیز به آنها مسترد خواهد شد و همچنین کسانی که تمایل برای شرکت در مزایده را دارند می توانند ۵ روز قبل از برگزاری مزایده به دفتر اجرا مراجعه تا مقدمات بازدید فراهم آید. ایس

تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۵/۲۰

سید رحیم مهرجوی - مدیر اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان ماسال

بهترین حوزه‌ها برای سرمایه‌گذاری در دوران پساکرونا

به قلم: الیور ایساکس نویسنده حوزه تکنولوژی و کسب و کار
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از سوالات مهم بسیاری از افراد این است که در شرایط پساکرونا، چه حوزه‌هایی برای شروع یک کسب و کار مناسب خواهد بود. درواقع در شرایط حال حاضر اگرچه برخی از برندها با رشد فوق‌العاده‌ای مواجه شده‌اند، با این حال اکثر کسب و کارها، با مشکلاتی مواجه شده و این امر منجر به بیکاری گسترده شده است. به همین خاطر هم‌اکنون بسیاری از افراد به دنبال ایجاد کسب و کاری پرسود برای خود هستند. در این راستا به بررسی حوزه‌هایی خواهیم پرداخت که شانس موفقیت بسیار بالایی را حتی در شرایط سخت حال حاضر دارند.

۱-فروشگاه آنلاین

در شرایطی که فروش بسیاری از برندها با کاهش مواجه شده و فروشگاه‌ها نیز در تعطیلی به سر می‌برند، برندی نظیر آمازون، نه‌تنها با نرخ فروش بالاتری مواجه شد، بلکه اقدام به استخدام گسترده نیز کرد. درواقع جهان به سمتی در حال حرکت است که افراد دیگر زمان خود را برای اقدامات تکراری، تلف نخواهند کرد. بدون شک خرید نیز یکی از این موارد محسوب می‌شود. به همین خاطر ایجاد یک فروشگاه آنلاین، انتخابی هوشمندانه خواهد بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که ممکن است شما توانایی چنین اقدامی را نداشته باشید. درواقع دلیلی نیز وجود ندارد که شما بخواهید چنین اقدامی را به تنهایی انجام دهید. به همین خاطر توصیه می‌شود که تیمی را ایجاد کرده و مراحل کار را ساده نمایید. در این راستا بهتر است که در کنار سایت، به دنبال ایجاد یک اپلیکیشن نیز باشید. بدون شک به هر میزان که تولید محتوای کامل‌تری را داشته باشید، شانس موفقیت شما نیز افزایش پیدا می‌کند. برای مثال در کنار نمایش تصاویر محصول، از تهیه فیلم هنگام استفاده از آنها و نقد و بررسی محصولات نیز غافل نشوید. بروز بودن قیمت‌ها، ایجاد طرح‌های تخفیف ویژه در کنار تنوع در نوع پرداخت، باعث خواهد شد تا شانس موفقیت شما بسیار بالا باشد. در نهایت فراموش نکنید که استفاده از تکنولوژی‌های جدید نظیر AR و چت بات‌ها ضروری بوده و باعث می‌شود تا در مقایسه با سایر رقبا، شانس موفقیت بالاتری را داشته باشید. درواقع راز اصلی موفقیت در این زمینه این است که با تحلیل اقدامات انجام شده به طرح‌های جدید روی آورید.

۲-رستوران آنلاین

اگر تا به امروز رستوران به مکانی اطلاق می‌شد که افراد در آن حضور پیدا کرده و سفارش خود را میل کنند، این تعریف با سرعتی فوق‌العاده در حال تغییر بوده و امروزه افراد ترجیح می‌دهند که زمان خود را در صف رستوران و انتظار برای پخت سفارش خود، هدر ندهند. به همین خاطر سفارش آنلاین به یک ترند تبدیل شده است. همچنین توجه به سلامت غذا نیز بسیار مورد توجه قرار گرفته است. در این راستا توصیه می‌شود که خرید یک فضای بزرگ را فراموش کنید. درواقع شما می‌توانید یک رستوران آنلاین انواع شیرینی، غذاهای خانگی و یا هر چیزی باشید و سفارشات را به محل موردنظر افراد برسانید. در این رابطه برند Kellogg یک مثال بسیار خوب محسوب شده و شما می‌توانید با تحلیل اقدامات آنها، به درک بهتری از این موضوع دست پیدا کنید. نکته دیگری که نباید فراموش کنید این است که طرح فوق تنها به برندهای تازه تاسیس محدود نبوده و رستوران‌ها نیز می‌توانند در این زمینه اقدام نمایند، با این حال شما باید تصاویر و فیلم‌های مختلفی از منوی خود ایجاد نمایید. در این رابطه حتی ایده نمایش شیوه پخت نیز جذاب خواهد بود و باعث ایجاد یک محتوای آموزشی می‌شود. در نهایت چنین اقدامی باعث می‌شود تا افراد به اطمینان بالاتری از خرید خود دست پیدا کنند. یکی از اقدامات بسیار جذاب در این رابطه، دسته‌بندی مواد غذایی است. برای مثال می‌توانید غذاهای تند را در یک بخش قرار دهید. این امر به بهبود تجربه کاربری مخاطبان شما منجر خواهد شد. همچنین درست به مانند مورد قبل، ضروری است تا یک اپلیکیشن نیز برای خود طراحی نمایید. علت این امر به این خاطر است که امروزه اکثر افراد از طریق گوشی تلفن همراه، به اینترنت متصل می‌شوند.

۳-بیمارستان آنلاین

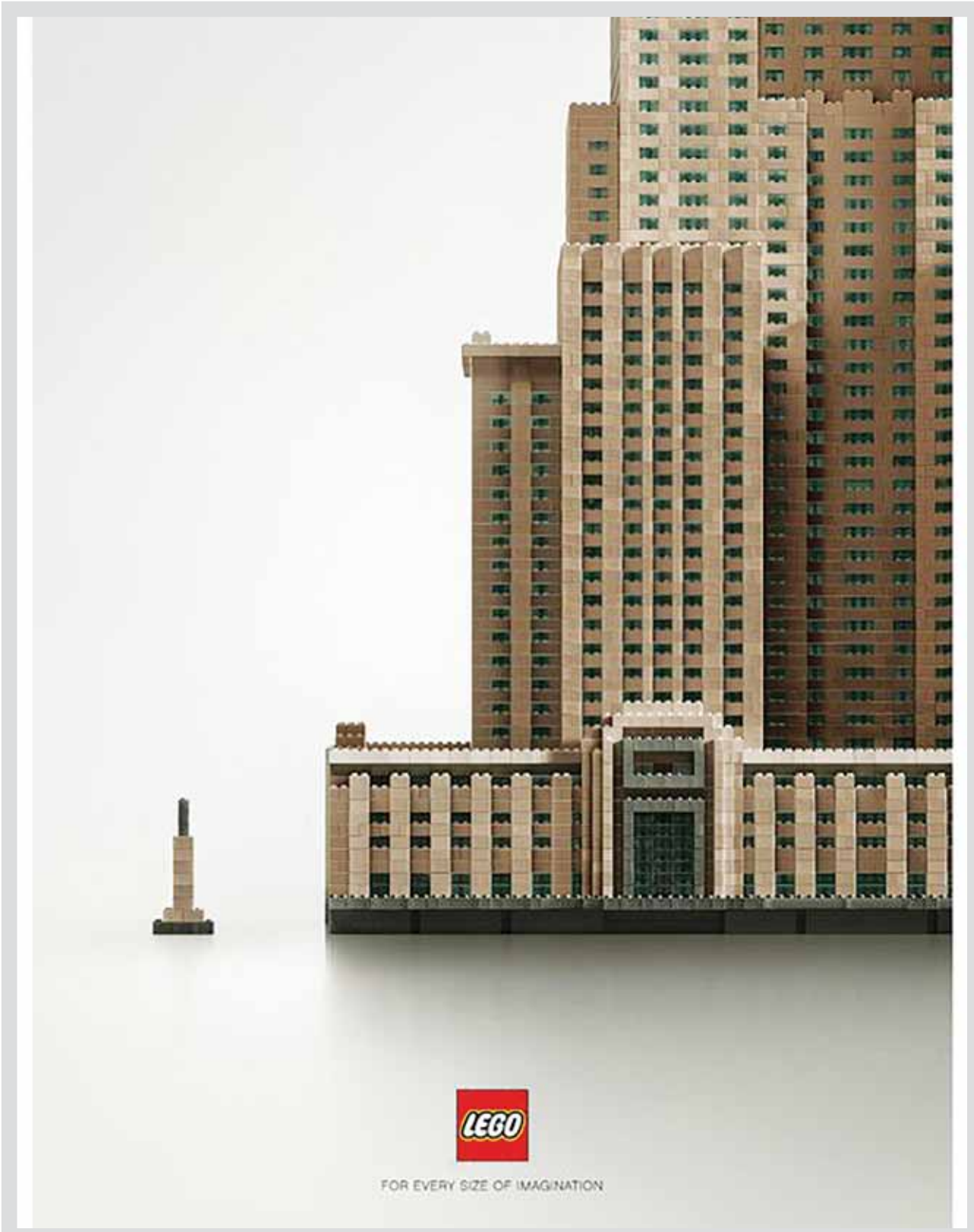
نکته‌ای که تا به این بخش متوجه آن شده‌اید این است که وجه مشترک تمامی حوزه‌های این مقاله، آنلاین بودن آنها است. درواقع شما می‌توانید حتی در حوزه‌های دیگر نیز با آنلاین نمودن آنها، یک شانس جدید را ایجاد نمایید. در این راستا یکی دیگر از اقدامات، ایجاد بیمارستان آنلاین است. درواقع در حال حاضر افراد برای حتی ساده‌ترین بیماری‌های خود مجبور به حضور در بیمارستان هستند. بدون شک حضور در فضایی که پر از بیماران مختلف است، می‌تواند به بدتر شدن اوضاع منجر شود. نمونه بارز این موضوع را می‌توان در شرایط حال حاضر مشاهده کرد که حضور افرادی که صرفا مشکوک به کرونا بوده‌اند، در محیط بیمارستان باعث شده است تا به این ویروس مبتلا شوند. در این راستا دسترسی به بیمارستان برای تمامی افراد ساده نبوده و این امر باعث می‌شود تا معضلات جدی وجود داشته باشد. این امر در حالی است که با ایجاد یک بیمارستان آنلاین، می‌توان از ایجاد صف، احتمال ابتلای افراد به بیماری‌های دیگر و تمامی مشکلات این حوزه را برطرف نمود. بدون شک ایجاد یک بیمارستان آنلاین نیز به هزینه به مراتب کمتری نیاز دارد و زمینه فعالیت برای بسیاری از فارغ‌التحصیلان این رشته را مهیا خواهد کرد. در این راستا دکترها می‌توانند از طریق تماس تصویری، با بیماران خود ارتباط برقرار کرده و وضعیت آنها را مشاهده کنند. در نهایت پس از تعیین نسخه، افراد می‌تواند از داروخانه آنلاین، اقدام به سفارش نمایند. تمامی این اقدامات بدون نیاز به جا به جایی افراد صورت گرفته است، با این حال طبیعی است که در صورت نیاز، به افراد توصیه شود که به بیمارستان مراجعه کنند، با این حال این امر بدون شک برای اکثر بیماری‌های ساده و رایج، نیاز نخواهد بود. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که در چنین زمینه‌ای شما صرفا به ایجاد یک بیمارستان کامل نیازی نداشته و می‌توانید صرفا در حوزه خود، اقدام نمایید. برای مثال ممکن است شما یک مشاور تغذیه، دکتر پوست و یا فعال در هر حوزه دیگری باشید. در این راستا می‌توانید اقدام به ایجاد یک اپلیکیشن کرده و به اقدامات درمانی خود بپردازید، با این حال به علت حساسیت کار، شما باید حتما مجوزهای لازم را دریافت نمایید. در این راستا برند Teladoc Health Inc یک مثال کاملا مناسب و حرفه‌ای محسوب می‌شود که الگوی خوبی برای شما خواهد بود.

۴-امنیت سایبری

امروزه مسئله امنیت افراد در بستر اینترنت، به یک دغدغه جهانی تبدیل شده است. در این رابطه شما اگر توانایی لازم را داشته باشید، می‌توانید با تامین امنیت افراد و برندها، درآمد بسیار خوبی را داشته باشید. با توجه به این امر که شما به حضور در شرکت‌ها نیازی ندارید، امکان همکاری با چند برند امکان‌پذیر خواهد بود. در این راستا چندان نیازی به اپلیکیشن نیز وجود نداشته و شما می‌توانید با حضور در یک شبکه اجتماعی و ارائه برخی از آموزش‌های ساده، در کنار تبدیل شدن به یک اینفلوئنسر، با برندها و افرادی که امنیت سایبری برای‌شان مهم است، وارد همکاری شوید. در کنار این موضوع پس از کسب شهرت، شما می‌توانید از طریق تبلیغات نیز به درآمد خود بیفزایید.

منبع: entrepreneur.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| دوشنبه | ۲۰ مرداد ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۰۰ | صفحه ۱۶ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM



چگونه به استقلال مالی دست پیدا کنیم

به قلم: گرنت کاردون متخصص فروش
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از سوالاتی که همواره از من پرسیده می‌شود این است که چگونه می‌توان به استقلال مالی دست پیدا کرد. درواقع هنوز هم بسیاری از افراد وجود دارند که علی رغم بالارفتن سن، در کنار خانواده خود زندگی کرده و از نظر اقتصادی، کاملا وابسته آنها هستند، با این حال برخی از راهکارها وجود دارد که باعث خواهد شد تا در سنین به مراتب پایین، به استقلال مالی دست پیدا کنید. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که افراد موفق، در مسیر زندگی ساخته می‌شوند و ابدا چیزی به نام استعداد وجود ندارد. درواقع مشکل از جایی شروع می‌شود که افراد کاملا متفاوت را بخواهیم با معیارهایی یکسان، مقایسه نماییم. در این راستا به بررسی پنج توصیه که حاصل تجربه شخصی من است، خواهم پرداخت.

۱-مهارت مذاکره و فروش خود را تقویت نمایید

فروش یک مهارت بسیار مهم است که افراد برای دستیابی به آن باید تمرین کافی را داشته باشند. در این رابطه توصیه می‌شود که در هر مرحله از زندگی خود، در این رابطه تمرین داشته باشید. برای مثال از متقاعدکردن اعضای خانواده و دوستان خود برای انجام یک کار شروع نمایید. در این راستا ضروری است که نکاتی را یادداشت نمایید. با این اقدام در کمتر از سه سال، به مجموعه‌ای از مهارت‌های مختلف دست پیدا خواهید کرد که هر یک از آنها می‌تواند در آینده کمک بسیار خوبی برای شما باشد. درواقع بسیاری از افراد با تکیه بر مهارت فروشندگی و مذاکره، به بهترین موقعیت‌ها دست پیدا می‌کنند. پس از تمرین این امر، ضروری است تا دانسته‌های خود را وارد عمل نمایید. درواقع شما باید در زمینه اقتصادی، شروع به فعالیت کنید. در این راستا تفاوتی ندارد که شغل‌های اولیه شما، تا چه حد ساده خواهد بود. در این رابطه تنها کافی است که به شغل‌های اولیه افراد موفق جهان نگاهی بیندازید. این امر باعث خواهد شد تا دیگر از انجام اقدامات مختلف، احساس بدی پیدا نکنید. درواقع این اقدامات صرفا موقتی بوده و زمینه رشد شما را فراهم می‌آورد. به عنوان آخرین توصیه فراموش نکنید که به هر میزان که فعالیت تجاری بیشتری را داشته باشید، زمینه‌های کاری بالاتری را به دست خواهید آورد، با این حال فراموش نکنید که از شکست واهمه نداشته باشید. درواقع هیچ تضمینی وجود ندارد که تمامی اقدامات شما موفقیت‌آمیز باشد، با این حال شما نباید ناامید شوید تا مسیر ساخته شدن شما بدون توقف، ادامه پیدا کند.

۲-مطالعه داشته باشید

بدون شک هر فردی یک رویا دارد. در این رابطه شما نیز باید هدف خود را در زندگی پیدا کنید. پس از طی کردن این مرحله، شما باید دانش خود را افزایش دهید. در این رابطه خوشبختانه روش‌های آموزشی بسیار متنوع شده و شما می‌توانید حتی از زمان‌های مرده خود نیز به کتاب‌های صوتی گوش دهید. به همین خاطر در این رابطه هیچ‌گونه عذر و بهانه‌ای قابل قبول نخواهد بود. درواقع هر فرد قبل از شروع سرمایه‌گذاری بر روی موارد مختلف، ابتدا باید بر روی خود سرمایه‌گذاری انجام دهد. این امر باعث خواهد شد تا شما شایستگی قرار گرفتن در رده‌های بالاتر را به دست آورید. یکی از اشتباهات رایج افراد این است که تصور می‌کنند که موقعیت‌های شغلی باید برای آنها ایجاد شود. برای مثال تحصیل در یک دانشگاه، این توقع را ایجاد می‌کند که حتما یک شرکت معتبر با شما تماس بگیرد. با این حال واقعیت این است که این موضوع بیش از حد ایده‌آل‌گرایانه محسوب شده و معمولا رخ نمی‌دهد. به همین خاطر اگر خواهان رسیدن به چنین سطحی را دارید، لازم است تا در تلاش برای بهبود مداوم خود باشید. درواقع افرادی موفق هستند که هیچ‌گاه برای خود نقطه پایانی را متصور نمی‌شوند. این امر باعث خواهد شد تا بتوانند همواره در مسیر رشد قرار داشته باشند. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که رسیدن به جایگاه‌های برتر، ابدا امری ساده نبوده و نباید تصور کنید که مسیر همواری را طی خواهید کرد. درواقع برای قرار گرفتن در جایگاه مطلوب خود، لازم است تا بدون ترس، نهایت تلاش خود را انجام دهید.

۳-تیم خود را ایجاد نمایید

اگر بخواهید به تنهایی اقدام کنید، بدون شک متحمل شکست خواهید شد. در این رابطه توصیه می‌شود که همواره در تلاش برای پیدا کردن دوستان جدیدی برای خود باشید. درواقع این افراد بهترین گزینه‌ها برای ایجاد تیم شما خواهند بود. انجام کارها در حالت تیمی، نه تنها ساده‌تر خواهد بود، بلکه امکان انجام اقدامات بیشتر را نیز مهیا می‌سازد. با نگاهی به مراحل ایجاد تمامی برندهای جهانی، متوجه این امر خواهید شد که این امر توسط چندین نفر انجام شده است. برای مثال ابدا نمی‌توان ایجاد برندی نظیر اپل را صرفا به استیو جابز اطلاق کرد.

۴-پس‌انداز داشته باشید

هیچ دلیلی وجود ندارد که در مسیر رشد، سبک زندگی پرخرجی داشته باشید. درواقع شما باید از درآمد خود برای سرمایه‌گذاری استفاده نمایید. در این رابطه صرفا پس‌انداز مفید نبوده و شما باید از پول خود، استفاده درستی را داشته باشید. در این رابطه برخی از افراد اقدام به خرید کالاهای ارزشمند می‌کنند و برخی وارد بازار بورس می‌شوند. درواقع این امر که با پس‌انداز خود چه اقدامی را می‌خواهید انجام دهید، کاملا به نظر خودتان بستگی دارد، با این حال برای کاهش ریسک اقدامات خود، بهتر است که از چندین نفر مشورت بگیرید. با این حال مشورت گرفتن از افرادی که خود در طبقه ضعیف قرار دارند را فراموش کنید.

۵-ریسک‌پذیر باشید

برای برداشتن قدم‌های بزرگ، شما باید روحیه ریسک‌پذیری را داشته باشید. در این راستا ضروری است تا به صورت مداوم، طرح‌های بزرگ‌تری را به اجرا بگذارید. درواقع در هر نقطه‌ای که متوقف شوید، ابتدای مسیر نابودی شما شکل خواهد گرفت. در این رابطه همواره برندهای جهانی‌ای را به خاطر داشته باشید که به علت عدم تداوم رشد خود، با نابودی مواجه شده‌اند. در این راستا تلاش کنید تا یک مشکل موجود را شناسایی کرده و خود را برای رفع آن آماده نمایید.

منبع: entrepreneur.com