

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

۳ عاملی که مانع اوج‌گیری قیمت طلای سیاه خواهند شد

تأثیر نفتی کرونا

قیمت نفت در بالاترین سطح پنج ماهه خود قرار دارد، اما این واقعیت که قیمت طلای سیاه در چند هفته گذشته با وجود خبرهای مثبت هنوز نتوانسته به محدوده بالاتری صعود کند، اتفاقی مایوس‌کننده برای...

فعالان اقتصادی از کدام دستگاه‌های دولتی بیشترین و کمترین رضایت را داشتند؟

عملکرد ۴۴ دستگاه در تسهیل کسب و کار

فرصت امروز: تازه‌ترین گزارش محیط کسب‌وکار نشان می‌دهد که از نگاه فعالان اقتصادی، «بانک مرکزی»، «شهرداری‌ها» و «سازمان تأمین اجتماعی» به ترتیب بدترین دستگاه مرتبط با محیط کسب‌وکار بوده‌اند و کمترین میزان رضایت را از فعالان اقتصادی کسب کرده‌اند. جزئیات طرح ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار در سال ۱۳۹۸ همچنین نشان می‌دهد شاخص ملی این طرح به عدد ۴۰۴۷ رسیده که در مقایسه با رقم ۵۰۲ در سال ۱۳۹۷، حاکی از بهبود رضایت فعالان اقتصادی از عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار است (امتیاز یک به معنای رضایت کامل و امتیاز ۱۰ به معنای نارضایتی مطلق است). براساس آنچه مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی اتاق ایران از نتایج این طرح منتشر کرده است، فعالان اقتصادی...

۲

نقدینگی ۲۷۰۰ هزار میلیاردی تا پایان مردادماه امسال

سرعت خلق پول کم شد

۴

مدیریت و کسب‌وکار



مارک زاکربرگ ترامپ را به مسدود کردن تیک تاک ترغیب کرده است

- زیر وبم دنیای ناشناخته استارت‌آپ‌ها
- ریتارگتینگ چیست: ۶ نکته درباره تبلیغات بازهدف‌گذاری
- رپر تاژ آگهی چیست؟ و روش انتشار رپر تاژ آگهی
- بازار بای و چالش گردآوری اطلاعات کاربران
- جای خالی فروش‌های حضوری در بازار
- ۵ روش بهبود استراتژی بازاربای موبایلی یا موبایل مارکتینگ

۸ تا ۱۶



بازگشت شاخص بورس به مدار صعود با رشد ۴۱ هزار واحدی

ورق بورس برگشت

بانک پاسارگاد برای حمایت از طرح‌های اقتصادی و اجتماعی در استان لرستان اعلام آمادگی کرد

عزم بانک پاسارگاد برای توسعه لرستان

او با اشاره به نگاه ویژه مدیرعامل بانک پاسارگاد در توسعه متوازن و کمک به مناطق افروز، هدف از حضور بانک پاسارگاد، استفاده و بهره‌گیری از ظرفیت‌های استان برای ایجاد توسعه، تکمیل طرح‌های عمرانی و اقتصادی، اشتغال‌زایی و کمک به رفع محرومیت‌ها است که امیدواریم با استفاده صحیح از این فرصت، در رسیدن به اهداف موردنظر توفیق حاصل شود. دکتر مجید قاسمی مدیرعامل بانک پاسارگاد نیز در این نشست با اشاره به نقش مهم بانک‌ها در توسعه کشور گفت: لرستان دارای نعمت‌ها و مواهب طبیعی و خدادادی بسیاری است که باید با شناخت توانمندی‌های آن، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف، استان را آن‌گونه که شایسته است توسعه داده و به‌گونه‌ای عمل کنیم که حتی بتواند به سایر استان‌های همجوار خود نیز کمک کند.

او ادامه داد: بانک پاسارگاد نیز با امکاناتی که در اختیار دارد، تا حد توان در حمایت از سرمایه‌گذاران در پروژه‌های مختلف استان، به ویژه در صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی، پیشقدم خواهد شد.

دکتر قاسمی مشارکت بانک پاسارگاد در ساخت و تکمیل جاده پلدختر به خرم‌آباد، سرمایه‌گذاری در طرح‌های نیمه‌تمام اقتصادی و عمرانی که توجیه اقتصادی دارند، مشارکت در طرح بازارآفرینی شهری، حمایت از مشاغل خانگی به ویژه در زمینه قالی‌بافی و ساخت ۱۱ مدرسه دیگر در مناطق مختلف و کم‌برخوردار استان علاوه بر ۱۳ مدرسه ساخته شده و در دست ساخت را از دیگر برنامه‌های این بانک در استان لرستان عنوان کرد.

ما تَعْلَمُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ؛ هر کار نیکویی که انجام دهید، خداوند از آن آگاه است»

وی تأکید کرد: به جرات می‌توانم بگویم در مدت هشت ماه حضور در این استان، امروز شاهد برگزاری جلسه‌ای بی‌نظیر بودم که خود در آن تصمیمات مفید و ارزشمندی برای ایجاد تحول در استان لرستان گرفته شد. این خبر بسیار خوبی برای مردم لرستان است که در پی آن آن‌شاءالله نشاط، شادابی و امید در استان ما اعتلا خواهد یافت. نماینده ولی‌فقیه در پایان خطاب به مدیران استان تصریح کرد: اکنون باید مدیران ما در استان، با مدیریت جهادی و کار مضاعف، از این فرصت بهره ببرند تا با یاری خدا، توکل و توسل به حضرت امام‌حسین (ع)، آینده خوبی برای استان لرستان رقم بزنند.

همچنین سید موسی خادمی استاندار لرستان در ادامه این نشست با اشاره به اقدامات بانک پاسارگاد در این استان گفت: بانک پاسارگاد در سیل سال گذشته، به‌عنوان اولین بانک از کشور در محل حاضر شد و اقدامات تأثیرگذاری در کمک به سیل‌زدگان استان داشت. استاندار لرستان در ادامه، مشکلات و چالش‌های استان را در سه حوزه اجتماعی، اقتصادی، رفاهی مطرح کرد و درخواست کرد که بانک پاسارگاد در طرح‌های توجیه‌پذیری که سرمایه‌گذار نیز دارای اهلیت است، به کمک استان بیاید.



صنعتی، پتروشیمی، صنعت سنگ و... دارد، از شرایط اقتصادی نامناسب و بیکاری رنج می‌برد. او با اشاره به لزوم توجه به این استان ادامه داد: با عنایت به ظرفیت‌های موجود در این استان، بانک پاسارگاد با حمایت‌های خود می‌تواند پیام‌آور امید و یک زندگی آبرومند، برای جوانان

باصفای این سرزمین دانست و رئیس اداره آموزش و پرورش دلفان هم اقدامات بانک پاسارگاد در ایفای مسئولیت‌های اجتماعی را قابل تقدیر بیان کرد.

همچنین نشست «ورسی نقش بانک پاسارگاد در زمینه حمایت‌های مالی و توسعه سرمایه‌گذاری در استان لرستان» با حضور نماینده ولی‌فقیه در استان، مدیرعامل و معاون پشتیبانی بانک پاسارگاد، استاندار لرستان و جمعی از مدیران استانی در تاریخ ۲۱ مردادماه برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، در این نشست مدیران کل واحدهای مختلف، مسائل اقتصادی و توانمندی بالقوه استان و انتظارات خود را با جزئیات مطرح کردند. سپس حجت‌الاسلام والمسلمین سید احمدرضا شاهرخی نماینده ولی‌فقیه در استان لرستان با اشاره به ظرفیت‌ها و نعمت‌هایی که استان لرستان از آنها بهره‌مند است، گفت: لرستان با وجود ظرفیت‌های فراوانی که در بخش‌های کشاورزی، دامپروری، دامداری، گیاهان دارویی،

فرصت امروز: بانک پاسارگاد در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، نقش پررنگی در مدرسه‌سازی و تجهیز مدارس طی سال‌های گذشته داشته و در تازه‌ترین عملکرد خود اقدام به ساخت ۱۳ مدرسه در استان لرستان کرده است که از این تعداد، پنج مدرسه در روزهای ۳۰ و ۳۱ مردادماه امسال افتتاح شد. حضور بانک پاسارگاد در استان لرستان به حادثه سیل سال گذشته در مناطق غربی کشور برمی‌گردد که این بانک بلافاصله پس از وقوع سیل علاوه بر ارسال کمک‌های نقدی و غیرنقدی، مشارکت خود را در امر ساخت مدرسه در مناطق آسیب‌دیده اعلام کرد. در این راستا، عملیات احداث ۱۳ مدرسه در نقاط سیل‌زده استان لرستان توسط بانک پاسارگاد آغاز شد و از این تعداد، پنج مدرسه در شهرهای الیگودرز (روستای کشکک)، دورود (روستای فرمان‌آباد)، اشتر (روستای گریزان علیا)، چگنی (روستای دوره)، و نورآباد (روستای نبی‌وند) در روز پایانی مردادماه به بهره‌برداری رسید.

در آیین افتتاح این مدارس، دکتر خدابخش و دکتر ابراهیمی نمایندگان مردم الیگودرز، سلسله و دلفان در مجلس شورای اسلامی، اسد عبدالمی معاون اقتصادی استاندار لرستان، دکتر امیری معاون عمرانی استانداری، دکتر مجید قاسمی مدیرعامل بانک پاسارگاد و تعدادی از مسئولان استانی و محلی و همچنین دانش‌آموزان و اهالی منطقه حضور داشتند. در این مراسم، مدیرعامل بانک پاسارگاد، این بانک را یک بانک اقتصادی-فرهنگی نامید و گفت: «سرمایه‌گذاری پالایشی یکم» پاسارگاد را الگویی در زمینه محرومیت‌زدایی خواند. فرماندار

دستورالعمل پذیرهنویسی پالایشی یکم و تکالیف بانک‌های منتخب اعلام شد

جزئیات پذیرهنویسی پالایشی یکم

پذیرش خود، این موضوع را به نحو مقتضی اطلاع‌رسانی خواهند کرد. انجام پذیرهنویسی به میزان کمتر از سقف تعیین شده و در چند مرحله برای هر کد ملی بلامانع است؛ مشروط بر اینکه مجموع پذیرهنویسی‌های انجام شده برای هر کد ملی، بیشتر از سقف مقرر نباشد. با توجه به اینکه قیمت هر واحد سرمایه‌گذاری مبلغ ۱۰۰ هزار ریال در نظر گرفته شده است، لذا بانک‌های منتخب باید در گاه‌های حضوری و غیرحضوری خود را جهت واریزی و وجه متقاضیان براساس مضربی از ۱۰۰ هزار ریال تنظیم کنند. به منظور سهولت در کنترل اطلاعات، بانک‌ها مکلفند متقاضیان را به گونه‌ای راهنمایی کنند که واریزی‌های خود را طی یک مرحله انجام دهند.

پذیرهنویسی واحدهای سرمایه‌گذاری موضوع این دستورالعمل صرفاً شامل اشخاص حقیقی ایرانی دارای کد ملی بوده و اشخاص حقوقی نمی‌توانند در پذیرهنویسی شرکت کنند و استفاده از حساب آنها برای پرداخت وجوه امکان‌پذیر نیست. چنانچه متقاضی به در گاه‌های بانک منتخبی که در آن بانک فاقد حساب است مراجعه کند، بانک‌ها مکلف به پذیرش وی و دریافت اطلاعات هستند.

خواهد یافت و جزو دارایی‌های صندوق محاسبه می‌شود. داشتن کد معاملاتی (کد بورسی) برای پذیرهنویسی الزامی نیست. لیکن متقاضیان برای انجام معامله این واحدها که از یک ماه به بعد از تخصیص امکان‌پذیر است، می‌توانند به تدریج طی ماه‌های آینده و در فرصت مناسب نسبت به ثبت نام در سامانه سجام و دریافت کد معاملاتی (کد بورسی) مطابق رویه‌های شرکت سپرده‌گذاری مرکزی و تسویه وجوه اقدام کنند. متقاضیان دارای حساب در هر یک از بانک‌های منتخب می‌توانند از طریق مراجعه به درگاه‌های غیرحضوری و حضوری که توسط بانک‌های مربوطه اطلاع‌رسانی خواهد شد و با ورود حداقل اطلاعات مورد نیاز، نسبت به پذیرهنویسی واحدهای سرمایه‌گذاری مزبور اقدام کنند. داشتن حساب به ازای هر کد ملی الزامی نیست بنابراین شماره شبا‌ی پرداخت‌کننده باید برای عودت وجه مازاد بر واحدهای تخصیص یافته پس از اتمام پذیرهنویسی، در اطلاعات متقاضیان درج شود. همچنین حداقل مبلغ پذیرهنویسی برای هر یک از اشخاص حقیقی ایرانی دارای کد ملی ۱۰۰ هزار ریال و حداکثر مبلغ پذیرهنویسی معادل ۵۰ میلیون ریال است. بانک‌ها در درگاه‌های

دستورالعمل پذیرهنویسی واحدهای پالایشی یکم و تکالیف بانک‌های منتخب اعلام شد. پذیرهنویسی واحدهای این صندوق از طریق کارگزاری‌های بورس، سامانه‌های آنلاین معاملات در گاه‌های غیرحضوری و حضوری بانک‌های منتخب صورت می‌پذیرد. شروع پذیرهنویسی از امروز چهارشنبه ۱۹ شهریور لغایت ساعت ۲۴ روز چهارشنبه ۱۹ شهریورماه انجام خواهد شد. پذیرهنویسی برای هر شخص حقیقی ایرانی دارای کد ملی تا سقف ۵۰ میلیون ریال امکان‌پذیر است و محدودیت سنی برای متقاضیان وجود ندارد. متقاضیانی که قبلاً در پذیرهنویسی واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق واسطه‌گری مالی یکم (دارا یکم) شرکت کرده‌اند، می‌توانند در مجموع دو صندوق «سرمایه‌گذاری واسطه‌گری مالی یکم» و همچنین «سرمایه‌گذاری پالایشی یکم» تا سقف ۵۰ میلیون ریال پذیرهنویسی کنند. مبنای محاسبه تخفیف برای هر فرد حقیقی ایرانی در مجموع صندوق‌های سرمایه‌گذاری موضوع ۵۰ میلیون ریال است. مبنای محاسبه قیمت برای اعمال تخفیف، قیمت پایانی روز معاملاتی قبل از شروع پذیرهنویسی، با احتساب ۲۰ درصد تخفیف است. ۵۰ درصد از مبلغ پذیرهنویسی به بازارگردانی واحدهای صندوق تخصیص

یادداشت

نگاهی به ۷ اقدام بانک مرکزی در اصلاح نظام بانکی

ایمان‌اسلامیان
کارشناس اقتصادی

درست یا اشتباه، این باور جمعی در میان عموم فعالان اقتصادی وجود دارد که بانک‌ها در ایران مهمترین عامل و یا مانع توسعه هستند و تا رفتار نظام بانکی اصلاح نشود، هیچ یک از مسایل کلان ملی سامان نخواهد یافت. علیرغم حاشیه‌هایی که می‌توان بر این باور نگاشت اما باید پذیرفت که بخش زیادی از اصلاح نظام اقتصادی کشور از مسیر اصلاح در سیاست‌ها، فرایندها و رویه‌های صنعت بانکداری می‌گذرد. از همین رو در سال‌های اخیر عزم و خیز متعددی برای اصلاح نظام بانکی در مراکز مختلف حاکمیتی برداشته شد که بعضی با تغییر دولت، تعدادی به دلیل ناهماهنگی قسوا و دلایل دیگر منجر به اقدامات عملیاتی نشد. در بیست سال اخیر طرح‌های متعددی با نام یا داعیه اصلاح نظام بانکی رایج شد اما در عمل هیچ طرحی نتوانست در سنایه اجماع سراسری، اجرایی شود. لیکن یادداشت اینستاگرامی بسیار مهم رئیس‌کل...

۴

رویداد

با حضور رئیس‌جمهور و در سومین روز از هفته دولت

۳ طرح ملی در حوزه صنعت و معدن افتتاح شد

رئیس‌جمهور روز سه‌شنبه در ارتباط ویدئوکنفرانسی، سه طرح ملی در حوزه صنعت و معدن را با اعتبار ۲ هزار و ۶۹۵ میلیارد تومان و اشتغال‌زایی برای ۹۵۰ نفر در استان‌های یزد، فارس و کردستان افتتاح کرد.

واحد تولید آهن اسفنجی در مجتمع فولاد اردکان استان یزد با ظرفیت تولید ۹۶۰ هزار تن آهن اسفنجی در سال، طرح تولید کامیون کشنده در شهرستان شیراز استان فارس با ظرفیت تولید ۳ هزار دستگاه کامیون کشنده در سال و فاز توسعه تولید شمش طلا در شهرستان قروه استان کردستان با ظرفیت تولید سالانه دو تن شمش طلا، سه طرح بزرگ ملی در حوزه صنعت و معدن بود که در بیستمین هفته از افتتاح طرح‌های ملی کشور در سه استان یزد، فارس و کردستان مورد بهره‌برداری قرار گرفتند.

حجت‌الاسلام و المسلمین حسن روحانی در آیین بهره‌برداری از طرح‌های ملی وزارت صمت با بیان اینکه توطئه دشمنان، تعطیلی اقتصاد ایران به بهانه کرونا بود، گفت: دشمنان در ماجرای کرونا یک توطئه‌ای داشتند که ما همه کارهای اقتصادی را تعطیل کنیم. وقتی در اواخر فروردین اعلام کردیم کسب و کارها باید باز باشد و نباید واحدهای تولید تعطیل شوند خیلی عصبانی شدند و در رسانه‌های‌شان می‌گفتند دولت چرا برای جان مردم اهمیتی قائل نیست. آنها می‌خواستند کشور را به بحران ببرند.

رئیس‌جمهور ادامه داد: از واحدهای تولیدی به خاطر رعایت پروتکل‌های بهداشتی تشکر می‌کنم. دشمنان می‌خواستند بگویند همه کارها باید تعطیل شود اما ما تاکید داشتیم که واحدهای تولیدی نباید تعطیل شود که آنها عصبانی شدند و می‌گفتند برای دولت جان انسان‌ها مهم نیست.

روحانی با اشاره به اهمیت توسعه معادن طلا و اینکه گسترش و استخراج معادن طلا جایگزین ارز خارجی شود، گفت: معادن و پتروشیمی توانسته جای صادرات نفت را بگیرد و توسعه معادن می‌تواند جایگزین ارز خارجی شود. دولت حاضر است برای معادن طلا سرمایه‌گذاری ویژه انجام دهد.

وی ادامه داد: تولید طلا نسبت به سال ۹۲ به ۱۴ برابر رسیده است. در سال پیش رو قادر به یک تحول بزرگ هستیم. طلا می‌تواند پشتوانه پول ما باشد و در صنایع بسیار حساس کاربرد داشته باشد و دولت آماده تلاش بیشتر در این زمینه است. در چهار ماه امسال نسبت به پارسل دارای رشد هستیم که این امر خیلی در شرایط کرونا مهم است. در تولید فولاد دنیا به خاطر کرونا ۶۰ درصد کاهش داشته ولی ما ۱۰ درصد افزایش داشته‌ایم.

روحانی سپس از واحدهای تولیدی به خاطر رعایت پروتکل‌های بهداشتی تشکر کرد و افزود: از واحدهای تولیدی به خاطر رعایت پروتکل‌های بهداشتی تشکر می‌کنم. در کارخانه آهن اسفنجی هیچ مبتلابی نداریم. دشمنان می‌خواستند بگویند همه کارها باید تعطیل شود، اما ما تاکید داشتیم که واحدهای تولیدی نباید تعطیل شود که آنها عصبانی شدند. در رسانه‌های بیگانه داشتند خودکشی می‌کردند و می‌گفتند برای دولت جان انسان‌ها مهم نیست. می‌خواستند کشور را به بحران بکشانند و می‌خواستند شرایط ما مثل آنها شود که برای نان و آب و وسایل بهداشتی صف می‌بستند اما ستاد مقابله با کرونا تصمیم گرفت که تولید ضروری نباید تعطیل شود و کسب و کار هم از ۲۳ فروردین آغاز شد. ما گفتیم نان و جان باید با هم باشد به شرط رعایت دقیق پروتکل‌های بهداشتی.

رئیس‌جمهور همچنین با بیان اینکه سه رهبر دنیا گفتند به من که مقابله با کرونا در ایران برای ما الگو شد، اضافه کرد: ما از آغاز دولت دوازدهم دنبال نوسازی ناوگان حمل و نقل هستیم و برنامه‌ریزی لازم انجام شد که با بدعهدی ترامپ ما دچار مشکل شدیم، ولی نوسازی باید به شکل دیگری انجام شود.

به گفته روحانی، رانندگان در ایام کرونا حمل و نقل را حتی برای یک ساعت تعطیل نکرده و با رعایت پروتکل‌ها، میلیون‌ها تن کالاها را از بنادر به انبارها منتقل کردند. آنها کار عظیمی انجام دادند.

در بنادر همیشه سه چهار میلیون تن کالای اساسی وجود دارد. رئیس‌جمهور همچنین در راستای اجرای دقیق تاکید رهبر معظم انقلاب اسلامی مبنی بر جلوگیری از خام‌فروشی به ویژه در دو حوزه سنگ‌های قیمتی و زعفران به وزارت صنعت، معدن و تجارت دستور داد که در این دو حوزه و برای اجرای منویات رهبری معظم انقلاب، کار و تلاش ویژه انجام دهند. او با اشاره به بیانات رهبری درباره پرهیز از خام‌فروشی زعفران و سنگ‌های قیمتی، گفت: از وزارت صمت می‌خواهم در این دو مورد خاص تلاش ویژه‌ای انجام دهد و دولت هم آماده است در زمینه بسته‌بندی کار ویژه‌ای انجام دهد. بخش خصوصی در این زمینه باید سرمایه‌گذاری کند و دولت هم آماده کمک است. همین‌جا اعلام می‌کنم که ما از لحاظ سرمایه‌گذاری لازم کمک خواهیم کرد، قاعدتا بخش خصوصی باید اینها را سرمایه‌گذاری کند و ما باید کمک کنیم در همه جهات که مردم بتوانند در این زمینه فعالیت مضاعفی را انجام دهند.

روحانی در پایان با اشاره به رشد و جهش تولید فولاد گفت: در یک روز با افتتاح کارخانه آهن اسفنجی، یک میلیون تن محصول افزایش یافت. خوشحالم پتروشیمی و فولاد در سال‌های سخت فشار دشمن، بخش بزرگی از مشکلات ما را جبران و ارز موردنیاز کشور را تأمین کرد. از مدیران، مهندسان و کارگران در بخش صنایع و معادن تشکر می‌کنم و امیدوارم بتوانیم راه استقلال خود را در سایه فرهنگ عاشورا و ابی عبدالله ادامه دهیم.



سوی مقابل، مشارکت‌کنندگان در طرح ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار در سال ۱۳۹۸ به ترتیب سه دستگاه اصلی «بانک مرکزی»، «شهرداری‌ها» و «سازمان تأمین اجتماعی» را بدترین دستگاه‌های مرتبط با محیط کسب‌وکار و حائز کمترین میزان رضایت اعلام کرده‌اند.

همچنین بررسی یافته‌های این طرح به تفکیک جغرافیای استانی نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۸، دستگاه‌های اجرایی در سه استان «خراسان جنوبی»، «آذربایجان غربی» و «یزد» به ترتیب بیشترین میزان رضایت فعالان اقتصادی را جلب کرده‌اند، در حالی که دستگاه‌های اجرایی در سه استان «تهران»، «خراسان شمالی» و «اصفهان»، کمترین میزان رضایت فعالان اقتصادی را به خود جلب کرده‌اند.

نتایج طرح به تفکیک بخش‌های اقتصادی نیز نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۸، میزان رضایت فعالان اقتصادی در بخش کشاورزی از عملکرد دستگاه‌های اجرایی در مقایسه با رضایت فعالان اقتصادی در بخش‌های خدمات و صنعت، بهتر ارزیابی شده است. بین اعضای اتاق‌های سه‌گانه نیز اعضای اتاق اصناف، اتاق تعاون و اتاق بازرگانی به ترتیب بیشترین میزان رضایت را از عملکرد دستگاه‌های اجرایی اعلام کرده‌اند.

همچنین بین ۴۴ دستگاه اجرایی، سازمان امور مالیاتی و «وزارت صنعت، معدن و تجارت» به عنوان دستگاه‌هایی ارزیابی شده‌اند که بیشترین ارتباط کاری با فعالان اقتصادی شرکت‌کننده در این طرح را داشته‌اند. ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی برحسب صدور مجوزهای کسب و کار در جدول مربوطه آمده است.

فعالان اقتصادی از کدام دستگاه‌های دولتی بیشترین و کمترین رضایت را داشتند؟

عملکرد ۴۴ دستگاه در تسهیل کسب و کار

پیش‌روی فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاران در کشور شود. از همین رو، اتاق بازرگانی ایران در راستای اجرای ماده ۴ قانون بهبود مستمر کسب‌وکار و پس از ۱۴ دوره اجرای موفق طرح پایش ملی محیط کسب‌وکار، مصمم شد تا برای دومین بار با اجرای طرح نظرسنجی از فعالان اقتصادی سراسر کشور، عملکرد سازمان‌ها، نهادها و دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار را مورد ارزیابی قرار دهد.

در این آمارگیری که به صورت سالانه برگزار می‌شود، عملکرد دستگاه‌های استانی و ملی در زمینه چهار مولفه «سهولت در فرآیندهای اداری و سرعت در ارائه خدمات»، «کیفیت رسیدگی به درخواست‌های قانونی مراجعان»، «نحوه رفتار با فعالان اقتصادی و تکمیل آرباب‌رجوع» و «شفافیت و اطلاع‌رسانی در زمینه ارائه خدمات مورد ارزیابی قرار گرفته است. در دومین دوره از اجرای این طرح که به مدت ۶۰ روز در دبیرشهرت اجرا شد، عملکرد ۴۴ سازمان و نهاد ملی و استانی در سال گذشته و در قالب دو گروه عمده (دستگاه‌های اصلی و فرعی مرتبط با محیط کسب‌وکار) توسط یک هزار و ۶۰۰ فعال اقتصادی منتخب از زیرمجموعه سه اتاق بازرگانی، اصناف و تعاون مورد بررسی قرار گرفت.

براساس گزارش مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی اتاق ایران، در سال ۱۳۹۸ شاخص ملی این طرح به عدد ۴۰۴۷ رسیده که در مقایسه با رقم ۵۰۲ در سال ۱۳۹۷، از بهبود نسبی رضایت فعالان اقتصادی از عملکرد دستگاه‌های اجرایی کشور در حوزه حل‌وفصل مشکلات و موانع محیط کسب‌وکار حکایت دارد. البته با نگاهی به بهبود شاخص ملی محیط کسب‌وکار در سال ۱۳۹۸، بهبود رضایت از عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار نیز اتفاق دور از انتظاری نبوده است. بررسی جزئیات طرح ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار در سال ۱۳۹۸ نشان می‌دهد، فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در این طرح، به ترتیب از سه دستگاه اصلی «سازمان بهزیستی»، «وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی» و «سازمان ملی استاندارد ایران» بیشترین میزان رضایت را داشته‌اند. در

فرصت امروز: تازه‌ترین گزارش محیط کسب‌وکار نشان می‌دهد که از نگاه فعالان اقتصادی، «بانک مرکزی»، «شهرداری‌ها» و «سازمان تأمین اجتماعی» به ترتیب بدترین دستگاه مرتبط با محیط کسب‌وکار بوده‌اند و کمترین میزان رضایت را از فعالان اقتصادی کسب کرده‌اند. جزئیات طرح ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار در سال ۱۳۹۸ همچنین نشان می‌دهد شاخص ملی این طرح به عدد ۴۰۴۷ رسیده که در مقایسه با رقم ۵۰۲ در سال ۱۳۹۷، حاکی از بهبود رضایت فعالان اقتصادی از عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار است (امتیاز یک به معنای رضایت کامل و امتیاز ۱۰ به معنای نارضایتی مطلق است).

براساس آنچه مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی اتاق ایران از نتایج این طرح منتشر کرده است، فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده به ترتیب از «سازمان بهزیستی»، «وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی» و «سازمان ملی استاندارد ایران» نیز بیشترین میزان رضایت را داشته‌اند.

محیط کسب‌وکار به مجموعه عواملی گفته می‌شود که بر عملکرد و اداره بنگاه‌های اقتصادی موثر است، اما تقریباً خارج از کنترل مدیران بنگاه‌ها قرار دارد؛ عواملی نظیر قوانین و مقررات، عملکرد دستگاه‌های اجرایی و فرهنگ کاری در یک منطقه که در کشورها و مناطق جغرافیایی گوناگون در هر رشته کاری و همینطور در طول زمان متفاوت هستند. امروزه بهبود محیط کسب‌وکار یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه اقتصادی در کشورها به شمار می‌رود و نقش دستگاه‌های اجرایی برای بهبود این محیط به‌ویژه از جنبه مولفه‌های نهادی بسیار چشمگیر و تاثیرگذار است. در سال‌های گذشته و براساس مفاد قانونی از جمله قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار، قانون برنامه ششم توسعه و مصوبه‌های هیات‌وزیران، تکالیف متعددی برای دستگاه‌های اجرایی در جهت بهبود محیط کسب‌وکار تعیین شده تا منجر به ارتقای جایگاه بین‌المللی ایران در وضعیت کسب‌وکار و همچنین رفع مشکلات و موانع

هنوز به مرحله بلوغ در دولت الکترونیک نرسیده‌ایم

مقاومت دستگاه‌های دولتی در اشتراک‌گذاری اطلاعات

می‌توانند با رعایت قواعدی جهت استفاده از این اطلاعات مانند کسب اجازه از دستگاه‌های صاحب اطلاعات و رعایت پروتکل‌های لازم به اطلاعات ارزشمندی در حوزه‌هایی نظیر کد ملی، شناسه حقوقی شرکت‌ها، کد پستی، اطلاعات مربوط به اسناد و املاک، حساب‌های بانکی و ... دسترسی داشته باشند و از این طریق باعث کاهش مراجعه حضوری مردم شوند، اما متأسفانه شاهدیم که برخی دستگاه‌های دولتی در راستای به اشتراک‌گذاری اطلاعات خود در گذرگاه خدمات دولت (GSB) همکاری لازم را به عمل نمی‌آورند.

او به ارائه آمار و اطلاعات در حوزه دولت الکترونیک پرداخت و ادامه داد: در طول دو سال از حدود ۳۰۰ خدمت به بیش از ۸۰۰ خدمت در مرکز ملی تبادل اطلاعات رسیده‌ایم که نشانه وجود رشد ۲٫۵ برابری است. همچنین تعداد دستگاه‌های خدمت‌گیرنده، حدود ۶۰ دستگاه بوده که امروزه به‌طور تقریبی همه دستگاه‌ها یعنی حدود ۱۵۰ دستگاه اصلی به این گذرگاه متصل شده‌اند، اما حدود ۲۰ دستگاه، یعنی کمتر از یک‌چهارم، نسبت به ارائه سرویس اقدام می‌کنند و بقیه بیشتر خدمت‌گیرنده هستند. معاون وزیر ارتباطات با بیان اینکه هنوز به مرحله بلوغ در دولت الکترونیک نرسیده‌ایم، گفت: دولت الکترونیک زمانی به رشد واقعی می‌رسد که همه دستگاه‌ها، داده‌های‌شان را به اشتراک بگذارند و از این منظر می‌توان گفت هنوز به مرحله بلوغ

سال‌هاست که دولت‌ها به دنبال الکترونیک کردن خدمات هستند، اما آنطور که کارشناسان می‌گویند، به دلیل فراهم نبودن زیرساخت‌ها هنوز استقرار دولت الکترونیک در عمل اجرا نشده است. حالا با شیوع کرونا در کشور، دولت الکترونیک و ارائه خدمات دولتی به صورت غیرحضوری بیش از پیش اهمیت پیدا کرده و مهم‌ترین برنامه‌های است که در این روزهای خانه‌نشینی و فاصله‌گذاری اجتماعی لزوم انجام آن احساس می‌شود. در این راستا، امیر ناظمی معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با حضور در برنامه تلویزیونی به مقاومت دستگاه‌های دولتی در اشتراک‌گذاری اطلاعات اشاره کرد و گفت: اگرچه در طول دو سال با رشد ۲٫۵ برابری در حوزه خدمات مرکز ملی تبادل اطلاعات مواجه شده‌ایم و در تیرماه امسال تعداد ۱۲۰ میلیون مراجعه به نهادها کاهش پیدا کرده، اما هنوز هم برخی دستگاه‌های دولتی در به اشتراک‌گذاری اطلاعات همکاری نمی‌کنند.

به گزارش ایسنا، رئیس سازمان فناوری اطلاعات با تشریح جزئیات گذرگاه ملی تبادل خدمات، آن را مسیری دانست که دستگاه‌های مختلف دولتی در کشور از طریق به اشتراک‌گذاری داده می‌توانند به ارائه خدماتی بپردازند که نتیجه آن برای مردم قابل لمس است. ناظمی در این باره گفت: خوشه‌های مختلف اعم از چندین دستگاه و پایگاه‌های متعدد داده ملی به مرکز ملی تبادل اطلاعات متصل هستند

همچنین در نمودار تعداد تراکنش‌ها در گذرگاه ملی تبادل خدمات که به معنای هر تراکنش برابر یک استعلام است، در تیرماه امسال تعداد ۱۲۰ میلیون مراجعه به نهادها کاهش پیدا کرده است. این آمار در سال ۱۳۹۷، تعداد ۷ میلیون بوده است که حدود یک هجدهم حال حاضر است که نشانه تغییر تفکر دستگاه‌هاست. ناظمی همچنین از آماري جالب در خصوص تعداد داده‌های آزادسازی شده توسط دولت خبر داد. به گفته وی، در طول دو سال، حدود ۴۲۰۰ دیتاست و دیتاکاتالوگ توسط دولت آزاد شده است که بیشترین بهره‌برداری از این اطلاعات توسط کسب‌وکارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها با هدف طراحی برنامه‌های کاربردی (اپلیکیشن) است که مصرف‌کنندگان نهایی آنها مردم هستند. این برنامه‌ها بدون نقض حریم خصوصی، امکان سریع استفاده از داده‌ها مانند نقشه‌های مسیریاب، جایگاه‌های پمپ بنزین، داروخانه‌ها و مواردی مشابه را برای مردم فراهم کرده‌اند.

رئیس سازمان فناوری اطلاعات دولت الکترونیک را مهم‌ترین ابزار نوسازی اداری در یک کشور دانست و آن را مسیری منجر به ایجاد شفافیت ذکر کرد و گفت: متأسفانه فرهنگ رایج در دستگاه‌های اداری نسبت به این قضیه چندان خوش‌امدگو نیست، اما امیدواریم با همکاری بیشتر دستگاه‌های دولتی و مدیران نوگرا، هزینه‌های گزافی را جهت توسعه پرداخت نکنیم.



دریچه

تاکنون چند نفر موفق به دریافت وام ودیعه مسکن شدند؟

پرداخت لاک پشتی وام اجاره

تسهیلات کمک ودیعه مسکن به حدود ۱۳ هزار شعبه بانک مسکن محول شده که در حال پرداخت است، اما به دلیل آشنابودن کارمندان بانک با سامانه اقدام ملی وزارت راه و شهرسازی روند یادگیری به کندی انجام می‌شود؛ تا جایی که بنا به گفته مدیرکل دفتر اقتصاد مسکن تا روز گذشته ۹۷ پرونده در بانک تشکیل و تا ساعت ۶ بعد از ظهر، ۹ فقره تسهیلات پرداخت شده است.

به گزارش ایسنا، پرداخت تسهیلات مراحه خرید کالا و خدمات یا همان کمک ودیعه اجاره مسکن بنا بود از روز یکم شهریورماه در حدود ۱۳ هزار شعبه بانک‌های سراسر کشور پرداخت شود اما براساس گزارش‌های میدانی محقق نشد. علت را از پروانه اصلی، مدیرکل دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی جویا شدیم که اظهار کرد: با توجه به اینکه کارکنان شعب مختلف ۱۳ هزار بانک سراسر کشور که درگیر پرداخت کمک ودیعه اجاره مسکن هستند به تازگی با سامانه اقدام ملی مسکن آشنا شده‌اند روند آموزش این افراد در حال انجام است. وی افزود: امیدواریم فرآیند یادگیری و ورود به کارتابل توسط کارکنان بانک‌ها به سرعت جلو برود و در روزهای آینده شاهد افزایش پرداخت تسهیلات باشیم.
اصلاتی در پاسخ به این سوال که تاکنون چه تعداد از افراد به بانک معرفی شده‌اند، گفت: فعلاً ۹۷ پرونده تشکیل شده و تا ساعت ۱۸ روز سوم شهریور ماه شش فقره تسهیلات هم پرداخت شده اما همانطور که گفتم روند پرداخت به سرعت بالا می‌رود. ثبت نام متقاضیان به پایان رسیده، بارگذاری مدارک متقاضیان هم در حال انجام است، به محض اینکه استعلام متقاضیان بیاپد به صورت خودکار به بانک معرفی می‌شوند. در روزهای گذشته عبدالناصر همتی، مدیرکل بانک مرکزی گفته بود که بانک‌ها هنوز به سامانه وزارت راه و شهرسازی متصل نشده‌اند. با توجه به صحبت‌های پروانه اصلی ظاهراً این مشکل برطرف شده است. با این حال به طور سرزده از چند شعه بانک مسکن چند و چون پرداخت وام اجاره را جویا شدیم که غالب آنها عنوان کردند بخشنامه‌ای در این زمینه به ما ابلاغ نشده است. روز ۲۵ مردادماه محمود محمودزاده، معاون وزیر راه و شهرسازی گفته بود: برای دریافت تسهیلات کمک ودیعه اجاره یک میلیون و ۷۰۰ هزار نفر مشمول شدند که تا روز چهارشنبه ۲۲ مردادماه ۴۰۰ هزار نفر از این تعداد مدارک خود را در سامانه اقدام ملی به نشانی **temmrud.ir** بارگذاری کردند. از این تعداد تاکنون براساس استعلامات صورت گرفته ۸۰ هزار نفر واجد شرایط شناخته شدند که سریعاً به بانک معرفی می‌شوند. استعلام سایر متقاضیان در حال انجام است.

رئیس کل گمرک ایران خبر داد

صادرات یک میلیارد دلاری بنزین از ابتدای سال ۹۹

رئیس کل گمرک ایران گفت در پنج ماهه امسال، بیش از یک میلیارد دلار بنزین از طریق گمرک به کشورهای دیگر صادر شده است. به گزارش تسنیم، مهدی میراشرفی افزود: حجم تجارت خارجی، در پنج ماهه نخست امسال، بیش از ۵۳ میلیون تن به ارزش ۲۴۶ دهم میلیارد دلار است که از این میزان، سهم صادرات ۳۸ میلیون تن به ارزش ۱۰٫۹ دهم میلیارد دلار و سهم واردات ۱۳٫۸ دهم میلیون تن به ارزش ۱۳۶٫۷ دهم میلیارد دلار است. به گفته وی، بیشترین تاثیر منفی در بخش صادرات به دلیل کرونا و تحریم در اردیبهشت ماه با ۵۴ درصد، منفی بوده که در حال حاضر به ۲۷ درصد منفی رسیده و این کاهش نشان از عادی شدن روند صادرات را دارد. نخستین قلم کالای صادراتی کشور در این پنج ماه، بنزین است که با کاهش مصرف و افزایش تولید توانستیم بیش از یک میلیارد دلار از این کالاها را به کشورهای دیگر صادر کنیم. رئیس کل گمرک ایران افزود: در زمینه صادرات، شرکای تجاری ما چین، عراق، امارات، افغانستان و ترکیه و در بخش واردات هم شرکای اصلی ما به ترتیب چین، امارات، ترکیه، هند و آلمان هستند که نسبت کالایی وارداتی ما از آنها در زمینه کالاهای اساسی ۹٫۷ دهم تن است که در مقایسه با مدت مشابه برابر است و در سایر اقلام مثل مواد اولیه و ماشین‌آلات خط تولید ۴٫۱ دهم میلیون تن به ارزش ۱۰٫۲ دهم میلیارد دلار است.

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران:

خرید طلا با کارت ملی

ارتباطی با اخذ مالیات ندارد

به گفته رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران، ارائه کارت ملی برای خرید سکه و طلا به منظور جلوگیری از پولشویی بوده و هدف از این اقدام، اجراز هویت خریداران است. ضمن اینکه الزام کارت ملی برای خرید طلا با موضوع مالیات ارتباطی ندارد. ابراهیم محمودلی در رابطه با مطرح شدن مجدد موضوع الزام ارائه کارت ملی جهت خرید سکه و طلا به ایسنا، گفت: طرح این دستورالعمل که در راستای مبارزه با پولشویی است، به حدود یک سال و نیم پیش بازمی‌گردد که براساس آن میزان خرید بالای ۱۵ میلیون تومان منسوط به ارائه کارت ملی بوده و هدف اصلی آن بررسی اصالت خریدار و تطابق کارت بانکی با کارت ملی وی بوده است.

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان اینکه بعضا دیده شده که سارقان با کارت‌های مسروقه بانکی اقدام به خرید سکه و طلا کرده که موجب بروز مشکلاتی برای فروشندگان و همکاران صنفی ما شده است، تاکید کرد: در زمان ابلاغ این دستورالعمل، ۱۵ میلیون تومان حدوداً برابر با ۱۲۰ گرم طلا بود، اما در حال حاضر این مبلغ کمتر از ۱۵ گرم طلا می‌شود؛ لذا لازم است مسئولان امر میزان سقف خرید طلا با کارت ملی را با توجه به شرایط روز افزایش دهند. این مقام صنفی ضمن رد ارتباط این موضوع با بحث اخذ مالیات از خریداران، افزود: تصمیم برای دریافت مالیات، با سازمان امور مالیاتی است و هیچ ارتباطی با اتحادیه طلا و جواهر ندارد. ضمن اینکه در این رابطه، بخشنامه‌ای هم به ما ابلاغ نشده است بنابراین ارائه کارت ملی برای خرید طلا و سکه تنها به منظور مبارزه با پولشویی خواهد بود.

۳ عاملی که مانع اوج‌گیری قیمت طلای سیاه خواهند شد

تاثیر نفتی کرونا



روند کاهش به میزان قابل ملاحظه‌ای ضعیف‌تر بوده است.

طبق آمار اداره اطلاعات انرژی آمریکا، ذخایر نفت آمریکا در هفته منتهی به ۲۴ ژوئیه به میزان ۱۰۶ میلیون بشکه، سپس در سه هفته بعد آن به ترتیب ۷۴ میلیون بشکه، ۴۵ میلیون بشکه و فقط ۱۶ میلیون بشکه کاهش پیدا کرده است. این خطر که روند مذکور معکوس شده و ذخایر نفت دوباره روند رو به رشد پیدا کنند، جدی بوده و به ضرر قیمت‌های نفت خواهد بود.

نگرانی‌های مربوط به این ذخایر به تسهیل کاهش تولید اوپک پلاس اضافه می‌شود. این گروه از ابتدای اوت کاهش تولید خود را حدود ۲ میلیون بشکه در روز تسهیل کرده و به ۷٫۷ میلیون بشکه در روز رسانده است. هری چلینگوریان، مدیر استراتژی کالای بانک بی ان بی پارینسا به بلومبرگ گفت: این نگرانی وجود دارد که افزایش تولید اوپک پلاس با احیای ضعیف تقاضا برای نفت مصادف شود.

شرکت تحقیقاتی ریس‌تاد انرژی هم هشدار داده که تجدید مازاد عرضه پس از تسهیل محدودیت کاهش تولید اوپک پلاس می‌تواند به بازار نفت ضربه بزند، با این حال شاهزاده عبدالعزیز بن سلمان، وزیر انرژی عربستان سعودی تلاش کرد نگرانی‌های بازار را آرام کند و به این موضوع اشاره کرد که این افزایش تولید با کاهش بیشتر تولید از سوی اعضای که در ماه‌های گذشته مازاد تولید داشته‌اند جبران خواهد شد اما از نظر بازار این موضوع تضمین شده نیست.

ابهامات واکسن کرونا و اثرات آن در بازار نفت

افزایش اخیر قیمت‌های نفت و بازارهای سهام تا حدود زیادی تحت تاثیر خوش‌بینی به تولید واکسن کووید- ۱۹ بوده است، در واقع شتاب برای ساخت یک واکسن موثر ادامه دارد و در سطح جهانی ۱۸۵ تیم

ماجرای اخذ مالیات از معاملات خودرو چیست؟

تبعات مالیات جدید در بازار خودرو

این مسئله قانون شده، دولت که نمی‌تواند از تمام معاملات خودرو مالیات بگیرد، زمانی که شما بستر یک کار را فراهم می کنید، باید به عواقب آن نیز بیندیشد. همین الان می‌خواهند از سکه نیز مالیات بگیرند، زمانی که بانک مرکزی سسکه را حراج کرده بود باید به این مسئله فکر می کرد که با این اقدام قیمت سکه پایین نمی آید، حال که این موضوع مشخص شده، می‌خواهند از خریداران مالیات بگیرند.

به اعتقاد وی، در مورد خودرو نیز داستان همین است، زمانی که کارشناسان اعلام می‌کنند، با این شیوه پیش فروش و قرعه‌کشی، خودرو نصیب خریداران واقعی نمی‌شود، آقایان قبول نمی‌کنند، حال که خودشان نیز بی برده‌اند که دلالت و افراد ذی‌نفعذ خودروها را از کارخانه می‌گیرند و به قیمت بازار می‌فروشند، قصد دارند، مالیات بگیرند، قدر مسلم دلالت و کسناسی که این کار را انجام می‌دهند، راه دور زدن این کار را نیز به خوبی بلد هستند و تنها با این کار معاملات زیرزمینی و صوری افزایش پیدا می‌کند، در حالی که دلالت همچنان به سودهای نجومی خود خواهند رسید.

این کارشناس اضافه کرد: نکته دیگر این است که دولت چند درصد از مابه‌التفاوت قیمت کارخانه و حاشیه بازار را می‌خواهد به عنوان مالیات از افراد بگیرد، نهایتاً ۲۵درصد، باز هم با چنین وضعیتی، افراد سودهای خود را خواهند برد و تنها این مالیات قیمت خودرو در بازار را افزایش خواهد داد و مردم در این وسط ضرر بیشتری خواهند کرد، اگر دولت واقعا می‌خواهد وضعیت صنعت و بازار خودرو را درست کند، راه حل مشخص است، باید در این راستا اقدامات اصلاحی انجام شود و بسیاری از رویکردهای صنعت خودرو تغییر پیدا کند، در غیر این صورت بازار خودرو درست نخواهد شد.

زاوه با اشاره به اینکه در حال حاضر دولت مالیات نقل و انتقال خودرو را از مردم دریافت می‌کند، افزود: چاره اصلی کار این است که سیاست‌های کلان اقتصادی دولت تغییر پیدا کند، تا زمانی که انضباط مالی بر فعالیت‌های دولت حکمفرما نشود، دولت دست از استقراض از بانک مرکزی و چاپ پول و… برندارند، وضعیت اقتصادی همین خواهد بود و قیمت‌ها در بازارهای مختلف افزایشی خواهد بود، از سویی اگر دولت می‌خواهد مالیات را سامان دهد، بهتر از است از مجموع درآمد افسراد مالیات بگیرد، که بسیار عملی‌تر و کارا تر است، اما به دلایل مختلف دولت از انجام این کار طفره می‌رود.

سازوکار اخذ مالیات از معاملات خودرو مشخص نیست

امیرحسین کاکایی، دیگر کارشناس صنعت خودرو نیز با اشاره به

قیمت نفت در بالاترین سطح پنج ماهه خود قرار دارد، اما این واقعیت که قیمت طلای سیاه در چند هفته گذشته با وجود خبرهای مثبت هنوز نتوانسته به محدوده بالاتری صعود کند، اتفاقی مایوس‌کننده برای خریداران بوده است. هم‌اکنون نوسان قیمت نفت به سطح پیش از بحران کرونا بازگشته است و به نظر نمی‌رسد در مقطع کنونی هیچ رخداد و رویدادی بازارها را به جنبش بیندازد. در این راستا، پایگاه خبری «ویل پرایس» در گزارش اخیر خود به بررسی سه عاملی پرداخته که برخلاف امیدواری خریداران، برای یک مدت طولانی مانع صعود قیمت‌های نفت خواهد شد. اولین عامل از نگاه «ویل پرایس» به شیوع ویروس کرونا بازمی‌گردد و دو عامل دیگر، اشباع عرضه نفت و رونق تجدیدپذیرها هستند.

در حال حاضر، فضای مثبت معکوس شده و بازارهای نفت با موج جدیدی از نگرانی روبه‌رو شده‌اند. پس از اینکه وزارت کار آمریکا گزارش داد شمار متقاضیان دریافت بیمه بیکاری در هفته گذشته به ۱،۱۰۶ میلیون نفر افزایش پیدا کرده است، قیمت‌های نفت به محدوده پایین ۴۵ دلار نزول کردند. افزایش آمار متقاضیان بیمه بیکاری درست یک هفته پس از کاهش آنها به پایین مرز یک میلیون نفر اتفاق افتاد و نگرانی‌ها نسبت به پایداری روند احیای اقتصادی را برانگیخت.

از اشباع عرضه نفت تا کاهش تولید اوپک پلاس

اشباع عظیم عرضه نفت و عدم وجود فضای کافی برای نگهداری مازاد عرضه، بزرگ‌ترین دلیل منفی شدن قیمت نفت آمریکا در آوریل برای نخستین بار در تاریخ بود. خوشبختانه وضعیت در حال حاضر بهتر از چهار ماه پیش است که باعث احیای مطلوب قیمت نفت شده است، با این حال اگرچه ذخایر نفت آمریکا طی چند هفته کاهش داشته اما

درحالی که این روزها بازار خودرو بسیار آشفته است و قیمت‌ها نیز مدام سیر صعودی دارند، معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه قیمت‌های فعلی خودروها در بازار مورد تأیید این وزارتخانه نیست، از طراحی طرح مالیات بر عایدی سرمایه خبر داد که در صورت تصویب از مابه‌التفاوت قیمت درب کارخانه و حاشیه بازار و از معامله‌گران خودرو مالیات اخذ می‌شود.

مهدی صادقی‌نیارکی، معاون امور صنایع وزارت صمت در این باره گفت: تصویب این مالیات ویژه که به پیشنهاد وزارت اقتصاد به ستاد اقتصادی دولت رفته، می‌تواند حضور دلالتن و واسطه‌گران را در این بازار کمرنگ کند. التهاب بازار خودرو ناشی از التهاب در بازارهای موازی بورس، طلا، سکه، ارز، مسکن و … است و از سال‌های گذشته برخی روی خودرو به عنوان کالای سرمایه‌ای سرمایه‌گذاری کرده و می‌کنند.

اشکالات اساسی طرح اخذ مالیات از معاملات خودرو

در این زمینه، فرید زاوه کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه اخذ مالیات از معاملات دارای چند اشکال اساسی است، به فرارو گفت: زمانی که این قانون وضع شود، شناسایی افرادی که باید مالیات بدهند سخت است، زیرا که در چنین صورتی امکان استفاده از کارت‌های ملی افرادی که خودرو ندارند، زیاد می‌شود، با توجه به این موضوع، دوباره پدیده اجاره کارت ملی باب می‌شود، همان طور که در پدیده‌های مشابه نیز این مسئله تکرار شد. او ادامه داد: در حال حاضر با استفاده از کارت‌های بازرگانی افراد عادی تجارت‌های آنچنانی صورت می‌گیرد، اما بعد که پای دریافت مالیات به میان می‌آید، مشخص می‌شود که افرادی که حتی سواد خواندن و نوشتن ندارند، کارت به نام آنها بوده، بسا توجه به چنین موضوعی، عملا دریافت مالیات و حقوق دولت به محاق می‌رود، در زمینه خودرو نیز دلالتی که بخواهد از کارخانه ماشین بگیرد و در بازار آزاد بفروشد، کارت ملی را به قیمت ناچیزی اجاره کرده و کار خود را انجام می‌دهد، بنابراین بستر دور زدن قانون در این شیوه بسیار راحت است، نمونه‌های فراوانی از این دور زدن برای ندادن مالیات در فعالیت‌های مختلف اقتصادی وجود دارد.

زاوه با اشاره به اینکه مشکل دوم نیز نبود محمل قانونی برای اخذ مالیات از معاملات خودرو است، گفت: در حال حاضر قانون مشخصی در این باره نیست و گفته می‌شود، تازه مجلس در حال بررسی این موضوع است، از سوی دیگر در قانون مالیات‌های مستقیم، اخذ مالیات از درآمد افراد آمده که آن هم اجرا نمی‌شود، حال شما فرض بگیرید،

یادداشت



نگاهی به ۷ اقدام بانک مرکزی در اصلاح نظام بانکی

ایمان‌اسلامیان
کارشناس اقتصادی

درست یا اشتباه، این باور جمعی در میان فعالان اقتصادی وجود دارد که بانکها در ایران مهمترین عامل و یا مانع توسعه هستند و تا رفتار نظام بانکی اصلاح نشود، هیچ یک از مسایل کلان ملی سامان نخواهد یافت. علیرغم حاشیه‌هایی که می‌توان بر این باور نگاشت اما باید پذیرفت که بخش زیادی از اصلاح نظام اقتصادی کشور از مسیر اصلاح در سیاست‌ها، فرایندها و رویه‌های صنعت بانکداری می‌گذرد. از همین رو در سال‌های اخیر عزم و خیز متعددی برای اصلاح نظام بانکی در مراکز مختلف حاکمیتی برداشته شد که بعضی با تغییر دولت، تعدادی به دلیل ناهماهنگی قوا و دلایل دیگر منجر به اقدامات عملیاتی نشد. در بیست سال اخیر طرح‌های متعددی با نام یا داعیه اصلاح نظام بانکی ارایه شد اما در عمل هیچ طرحی نتوانست در سایه اجماع سراسری، اجرایی شود. لیکن یادداشت اینستاگرامی بسیار مهم رئیس کل محترم بانک مرکزی در روزهای اخیر و معرفی ۷ اقدام بانک مرکزی در اصلاح نظام بانکی، امیدهایی را برای بهبود فرایندی و رفتاری نظام بانکی ایجاد کرده است. اما چرا این هفت اقدام مهم است و در صورت عملیاتی شدن می‌تواند منجر به نتایج مهمی شود.

* رئیس کل محترم بانک مرکزی، گام نخست را سامان‌دهی بانکهای ناسالم و بهبود شاخص‌های آنها، اعلام نموده است. این موضوع از آن جهت اهمیت دوچندان می‌یابد که در حال حاضر صنعت بانکداری از منظر استانداردهای بین‌المللی نظیر بال و CAMELS وضعیت مناسبی نداشته و درخصوص شاخص‌های محوری نظیر کفایت سرمایه و دارایی با حداقل‌های ملی نیز فاصله زیادی دارد. این موضوع در کنار محدودیت‌های بین‌المللی و حضور کشورها در فهرست سیاه FATF موجب می‌شود تا نهاد ناظر بانکداری در ایران نیازمند قاطعیت و جدیت مضاعف در تعیین دقیق شاخص‌های عملکردی و نظارت دقیق بر آنها باشد. پیش‌شاخص‌های عملکردی همراه با رویه‌های سالم‌سازی بانکی می‌تواند گامی اساسی برای احیاء بانک‌های سالم و بهره‌ور با قابلیت تأمین مالی مقیاس پذیر در اقتصاد ملی باشد. موضوع دیگر اینکه برخی از مشکلات فراروی بانک‌های خصوصی در ایران تقریباً اختصاص به کشورها داشته و نحوه مدیریت آن نیازمند تبیین راهبردی بومی است.

* گام‌های دیگر اعلام شده برای اصلاح نظام بانکی، توقف موسسات اعتباری ناسالم و ادغام بانک‌های نظامی است. در این خصوص باید در نظر داشت که در سال‌های گذشته و به دلایل مختلف نهادی و اقتصادی، چند تعاونی اعتبار و صندوق ظاهراً قرض الحسنه کوچک بدون اخذ مجوز از بانک مرکزی ج. ا. ا، ظرف کمتر از ۱۵ سال، ۲۵ درصد بازار پولی کشور را در اختیار گرفتند. توسعه کمی این واحدها و نظارت ناپذیری آنها موجب بروز اختلالات مختلف اقتصادی و حتی اجتماعی و امنیتی در کشور گردید. حسب قانون تنظیم بازار غیرمتشکل پولی، نقش یگانه بانک مرکزی در اعطای مجوز تاسیس و ادامه فعالیت موسسات مالی و اعتباری به رسمیت شناخته شد. لیکن بیش از هفت هزار مجوز صادره قبلی و موسسات اعتباری فعال با چندین هزار شعبه فعال خارج از چتر نظارتی بانک مرکزی باعث شد تا مأموریت دسوارتی برای نهادهای حاکمیتی از جمله وزارت امور اقتصادی و دارایی و بانک مرکزی ج. ا. ا به میراث گذاشته شود. نکته‌ای که رییس کل بانک مرکزی نیز به فشار ۳۰ هزار میلیارد ریالی ناشی از حل مشکلات موسسات اعتباری غیرمجاز اشاره نمود. ورود عملی موسسات غیر مجاز به بازی پانزی و پرداخت سود سپرده از محل اصل سپرده‌های جدید موجب شد تا تک نرخ سود مورد انتظار سپرده گذاران به تدریج بالا رفته و گرداب سود سپرده، دامن بسیاری از بانک ها را بگیرد. بالا بردن نرخ سود سپرده‌ها و به دنبال آن گران شدن هزینه تأمین مالی بخش واقعی اقتصاد تنها یکی از عوارض منفی فعالیت بی قید این موسسات بود. بنگاهداری بی قاعده، التهاب افکنی به بازارهای ارز، سکه و مسکن، ایجاد فعالیت‌های شبه پولشویانه، رقابت‌های غیرحرفه‌ای و رفتارهای رقابت شکنانه، بی اثرسازی سیاست‌های نظارتی حاکمیت، دامن زدن به فعالیت‌های غیرمولد و مخدوش سازی اعتماد عمومی به نظام بانکی از دیگر آثار فعالیت موسسات اعتباری غیرمجاز برآورد می‌شود.

* گامهای دیگری که مورد تأکید قرار گرفته است؛ سیاستگذاری بومی پولی بمنظور ساماندهی قاطعانه اضافه برداشت‌های بانکها، اصلاح ضوابط تأیید صلاحیت مدیران، نحوه شناسایی درآمد و حد مجاز تملک سهام بانک‌ها وضع مقررات جدید در تراکنش‌های بانکی، تدوین و ابلاغ دستورالعمل نحوه امهال مطالبات معوق بانکها، وصول مطالبات معوق بدهکاران کلان با پشتیبانی قوه قضائیه و پیگیری کمیته فرادستگاهی رسیدگی به مطالبات معوق بوده است. مواردی که به نظر علاوه بر امکان‌پذیری می‌تواند بستری برای تحول فراگیر نظام بانکی باشد.

* بی‌شک یکی از گام‌های اساسی بانک مرکزی در سال‌های اخیر، تدوین دستورالعمل عملیات بازار ساز و اجرایی نمودن آن است. ابزاری که بی شک آغاز بهره برداری از آن مرهون جسارت و چابکی بانک مرکزی است. البته همانطور که قبلاً اشاره شد این ابزار نمی‌تواند مشکلات موجود در رابطه میان بانک مرکزی و بانکهای دارای کسری ظاهری و بانک‌های ناتراز پنهان را حل کند. چرا که این ابزار بیشتر شیوه‌های کنونی تأمین کسر و مازاد منابع بانکها را ساماندهی می‌کند و در صورت حل نشدن مشکلات ناترازی برخی بانک‌ها و عدم اصلاحات ساختاری آنها، عملاً این ابزار کارایی نخواهد شد.

درست یا اشتباه، این باور جمعی در میان فعالان اقتصادی وجود دارد که بانکها در ایران مهمترین عامل و یا مانع توسعه هستند و تا رفتار نظام بانکی اصلاح نشود، هیچ یک از مسایل کلان ملی سامان نخواهد یافت. علیرغم حاشیه‌هایی که می‌توان بر این باور نگاشت اما باید پذیرفت که بخش زیادی از اصلاح نظام اقتصادی کشور از مسیر اصلاح در سیاست‌ها، فرایندها و رویه‌های صنعت بانکداری می‌گذرد. از همین رو در سال‌های اخیر عزم و خیز متعددی برای اصلاح نظام بانکی در مراکز مختلف حاکمیتی برداشته شد که بعضی با تغییر دولت، تعدادی به دلیل ناهماهنگی قوا و دلایل دیگر منجر به اقدامات عملیاتی نشد. در بیست سال اخیر طرح‌های متعددی با نام یا داعیه اصلاح نظام بانکی ارایه شد اما در عمل هیچ طرحی نتوانست در سایه اجماع سراسری، اجرایی شود. لیکن یادداشت اینستاگرامی بسیار مهم رئیس کل محترم بانک مرکزی در روزهای اخیر و معرفی ۷ اقدام بانک مرکزی در اصلاح نظام بانکی، امیدهایی را برای بهبود فرایندی و رفتاری نظام بانکی ایجاد کرده است. اما چرا این هفت اقدام مهم است و در صورت عملیاتی شدن می‌تواند منجر به نتایج مهمی شود.

* رئیس کل محترم بانک مرکزی، گام نخست را سامان‌دهی بانکهای ناسالم و بهبود شاخص‌های آنها، اعلام نموده است. این موضوع از آن جهت اهمیت دوچندان می‌یابد که در حال حاضر صنعت بانکداری از منظر استانداردهای بین‌المللی نظیر بال و CAMELS وضعیت مناسبی نداشته و درخصوص شاخص‌های محوری نظیر کفایت سرمایه و دارایی با حداقل‌های ملی نیز فاصله زیادی دارد. این موضوع در کنار محدودیت‌های بین‌المللی و حضور کشورها در فهرست سیاه FATF موجب می‌شود تا نهاد ناظر بانکداری در ایران نیازمند قاطعیت و جدیت مضاعف در تعیین دقیق شاخص‌های عملکردی و نظارت دقیق بر آنها باشد. پیش‌شاخص‌های عملکردی همراه با رویه‌های سالم‌سازی بانکی می‌تواند گامی اساسی برای احیاء بانک‌های سالم و بهره‌ور با قابلیت تأمین مالی مقیاس پذیر در اقتصاد ملی باشد. موضوع دیگر اینکه برخی از مشکلات فراروی بانک‌های خصوصی در ایران تقریباً اختصاص به کشورها داشته و نحوه مدیریت آن نیازمند تبیین راهبردی بومی است.



رسیده و سهم پایه پولی از آن معادل ۴۲۷ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان بوده است. همچنین، وضعیت این دو متغیر پولی تا پایان خردادماه امسال بیانگر این است که نقدینگی معادل ۲۶ هزار و ۵۷۱ میلیارد تومان رسیده و سهم پایه پولی از آن ۵۰۲۰۰ میلیارد تومان بوده است. اگر طبق گفته همتی نقدینگی و پایه پولی تا پایان مردادماه نسبت به پایان سال گذشته ۱۲ و ۴ درصد رشد کرده باشد، اکنون نقدینگی تا پایان مردادماه باید به رقم ۲۷ هزار و ۶۸۷ میلیارد تومان و پایه پولی نیز معادل ۴۴۴۳ میلیارد تومان رسیده باشد. با این حساب، رشد پایه پولی در سه ماهه اول سال جاری نسبت به پایان سال گذشته، معادل ۸۶ درصد بوده که آمار پنج ماهه نخست نشان‌دهنده کندشدن حدود ۴۶ درصدی رشد پایه پولی است و رشد پایه پولی و نقدینگی همچنان ادامه دارد اما این رشد با سرعت کمتری اتفاق می‌افتد. در همین حال، وزارت اقتصاد روز گذشته اعلام کرد که در سال گذشته مجموعاً ۸۲ هزار میلیارد تومان اوراق مالی اسلامی شامل ۴۰ هزار میلیارد تومان اوراق نقدی و ۴۲ هزار میلیارد تومان اوراق غیرنقدی منتشر کرده است. به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت اقتصاد، قسمت اول عملکرد یک ساله معاونت نظارت مالی و خزانه‌داری این وزارتخانه منتشر شد. در این گزارش ضمن تشریح اهم سیاست‌ها، برنامه‌های عملیاتی، اقدامات اجرایی و دستاوردهای معاونت نظارت مالی و خزانه‌داری این وزارتخانه، آمده است: در طول سال ۱۳۹۸، معادل ۱۳۱ هزار و ۳۵۸ میلیارد ریال تهاتر بدهی‌ها و مطالبات دولت از

همتی: در حال خروج از رکود اقتصادی ناشی از کرونا هستیم

داشته و تصمیمات بسیار مهمی هم گرفته است. خوشبختانه رشد پایه پولی و نقدینگی در پنج ماهه سال جاری به خوبی کنترل شده است و آثار این کنترل را همه در تثبیت بازارهای مهم اقتصاد کلان کشور به خوبی مشاهده می‌کنند.

رئیس کل بانک مرکزی ادامه داد: عملیات بازار باز بنا به تعریف ابزاری برای خرید و فروش اوراق خزانه دولت در بازار برای کنترل نقدینگی است، یعنی در مواقعی که نقدینگی زیاد باشد بانک مرکزی برای فروش اوراق و جمع‌آوری نقدینگی ورود پیدا می‌کند و بالعکس در مواقعی که نقدینگی کم باشد بانک مرکزی اوراق را خریداری و نقدینگی را به بازار تزریق می‌کند. به گفته وی، عملیات بازار باز یک سیاست پذیرفته‌شده در همه بانک‌های مرکزی دنیاست. هم‌اکنون کنترل نقدینگی و ثبات نرخ سود در بازار پول وجود دارد که بخشی به خاطر اجرای سیاست عملیات بازار باز است.

او ابراز امیدواری کرد که از این ابزار بتوان برای کنترل نقدینگی و مهار تورم در کشور به خوبی استفاده کرد. همتی همچنین با اشاره به بازار متشکل ارزی گفت: بازار متشکل ارزی به صورت آزمایشی طی یک سال پیش در کشور آغاز شده است. شاید به صورت رسمی اعلام نشده، اما این بازار در حال کار است. بیش از ۲۰۰ صراف و بانک در این بازار متشکل ارزی کشور عضو هستند. وی بسا بیان اینکه بازار متشکل ارزی یکی از ابزارهای خوب مداخله بانک مرکزی در بازار ارز است، یادآور شد: این بازار هم نقش بسیار خوبی در تثبیت بازار ارز کشور داشته است.

اگر حمایت‌ها و پشتیبانی ایشان نبود، قطعاً نمی‌توانستیم در این مسیر موفق باشیم.

وی ادامه داد: مقام معظم رهبری همیشه به خدمت‌گزاران خود در بانک مرکزی محبت و توجه داشته و دارند و از این بابت از ایشان بسیار ممنون هستیم. با حمایت ایشان قدرت بیشتری پیدا می‌کنیم تا با کچ رفتاری‌ها و توطئه‌هایی که علیه اقتصاد کشور اجرا می‌شود، بتوانیم قاطعانه مقاومت و مقابله کنیم. خوشبختانه بانک مرکزی در این مدت اقدامات بزرگی در بخش ارزی و پولی، اصلاح ساختار بازار پول، نظام بانکی، کنترل و تثبیت بازار ارز و حمایت از رشد اقتصادی کشور انجام داده است.

رئیس کل بانک مرکزی در بخش دیگری از سخنانش گفت: تسهیلات بانکی در چهار ماهه اول سال جاری نسبت به چهار ماهه سال گذشته ۶۷ درصد رشد داشته است. علاوه بر سپرده‌های بانکی اضافه‌شده که خرج تسهیلات شد، خیلی از اموال و دارایی‌های بانک‌ها که فروخته شده خرج تسهیلات برای رونق تولید شده است و ما خوشحال هستیم که به ملت عزیز اعلام کنیم که در همین چهار ماه به خاطر شیوع کرونا رکودی در اقتصاد ایران در اوایل سال اتفاق افتاد، ولی شاخص‌های ماهانه صنعت نشان می‌دهد که ما در حال خروج از رکود مقطعی هستیم و امیدواریم با روندی که جلو می‌روم ما بتوانیم کارهای بهتری را برای کشور انجام دهیم.

همتی همچنین از تشکیل کمیته نقدینگی در کشور خبرداد و گفت: این کمیته دو سال پیش در بانک مرکزی ایجاد شد و تاکنون ۸۵ جلسه

سکه به قیمت ۱۰ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان رسید

دلار در کانال ۲۳ هزار تومانی

به قیمت ۳ میلیون تومان و هر قطعه سکه یک گرمی نیز با ارزش یک میلیون و ۶۸۰ هزار تومان معامله شد. در بازار طلا نیز قیمت‌ها نسبت به روز قبل افزایش یافتند، چنانچه یک گرم طلای خام ۱۸عیار به ارزش یک میلیون و ۵۱ هزار تومان فروخته شد و هر مثقال طلا نیز ارزش ۴ میلیون و ۵۵۳ هزار تومان داشت. افزایش قیمت در بازار طلای ایران در حالی است که بهای انس جهانی در روز سه‌شنبه نسبت به روز قبل حدود ۲۰ دلار کاهش یافت و در بازار ارز هم، نرخ ارز در صرافی‌های بانکی تغییر نداشت، اما بازار آزاد شاهد افزایش قیمت حدود ۲۰۰

با توجه به گفته‌های رئیس کل بانک مرکزی مبنی بر اینکه رشد پایه پولی و نقدینگی در پنج ماهه سال کنترل شده است، بررسی‌ها نشان می‌دهد که نقدینگی تا پایان مردادماه به بیش از ۲۷۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده و نسبت به نقدینگی بیش از ۲۴۰۰ هزار میلیاردی پایان سال گذشته، رشدی همراه با سرعت کم و کنترل شده داشته است. به گزارش ایسنا، نقدینگی میزان حجم پول در گردش است که از مجموع پایه پولی و شبه پول (هرگونه پولی که در بانک سپرده‌گذاری شده اما امکان برداشت از آن به زمان خاصی محدود شده است) خلق می‌شود و رشد بیش از اندازه و خارج از کنترل آن تأثیرات مخربی چون افزایش تورم و قیمت‌ها بر اقتصاد هر کشوری را دربر خواهد داشت.

در این زمینه، کارشناسان اقتصادی وضعیت نقدینگی در امسال را اینگونه توصیف می‌کنند که رشد آن همچنان ادامه‌دار خواهد بود و پیش‌بینی رقی معادل یک میلیون میلیارد تومان برای آن دارند اما رئیس کل بانک مرکزی وعده داد که امسال با انتشار اوراق و فروش اموال دولتی رشد نقدینگی کنترل و کم می‌شود.

پس از طرح این موضوع، همتی در جدیدترین سخنان خود اعلام کرد که رشد پایه پولی و نقدینگی در پنج ماهه اول سال جاری در مقایسه با پایان سال گذشته کنترل شده و این دو متغیر در این بازه زمانی به ترتیب تنها ۴ و ۱۲ درصد رشد داشته‌اند.

بررسی آمار وضعیت نقدینگی و پایه پولی در پایان سال گذشته نشان می‌دهد که نقدینگی در این مدت به بیش از ۲۴۰۰ هزار میلیارد تومان رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرد در چهار ماه اول سال به خاطر شیوع کرونا رکودی در اقتصاد ایران اتفاق افتاد، ولی شاخص‌های ماهانه صنعت نشان می‌دهد که ما در حال خروج از این رکود مقطعی هستیم. عبدالناصر همتی در برنامه رهیافت رادیو اقتصاد، با اشاره به خروج از رکود اقتصادی ناشی از کرونا گفت: اگر چه به سبب شیوع کرونا رکودی برای اقتصاد کشور در ابتدای سال اتفاق افتاد ولی شاخص‌های نقطه به نقطه و ماهانه بخش صنعت نشان می‌دهد کشور در حال خروج از این رکود مقطعی است. امیدواریم که با روندی که جلو می‌رود بتوانیم کارهای بهتری برای کشور انجام دهیم.

همتی ادامه داد: شرایط کشور در طول دو سال گذشته به‌گونه‌ای بود که مورد تهاجم یکی از قوی‌ترین اقتصادهای جهان قرار گرفت. تحریم‌های ظالمانه‌ای که علیه ملت ایران و کشور قرار شد، بی‌سابقه‌ترین تحریم و فشار اقتصادی بود، طبعاً در این فشار اقتصادی بانک مرکزی به عنوان خط مقدم جنگ اقتصادی تمام تلاش خود را انجام داد تا بتواند این فشار حداکثری دشمن را خنثی و همچنین بتواند از به‌هم خوردن شاکله اقتصادی کشور جلوگیری کند. رئیس کل بانک مرکزی افزود: به لطف خدا و به کمک همکاران عزیز در سیستم بانکی و بانک مرکزی توانستیم این دوره بسیار سخت را پشت‌سر بگذاریم که جای بسی مباهات دارد. از مقام معظم رهبری ممنون هستیم چرا که همواره حمایت‌ها و راهنمایی‌های‌شان سرلوحه کار همه در این نهاد پولی و بانکی بوده است. معظم‌له در این شرایط سخت حمایت‌ها و پشتیبانی‌های خوبی از بانک مرکزی داشته و دارند.



تولید مواد ضدعفونی بر پایه آب در کشور

محققان یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان مواد ضدعفونی بر پایه آب عرضه کردند. به گزارش ایسنا، دانایی مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان از طراحی و ساخت کیسه‌های بهداشتی استریل‌کننده ضایعات عفونی به عنوان یکی از فعالیت‌های این شرکت دانش‌بنیان برای تأمین نیازهای ضروری در مقابله با کرونا یاد کرد و ادامه داد: این مجموعه با ظرفیت آزمایشگاهی خود پژوهش و آزمایش‌ها بر روی ساخت و تولید انبوه کیسه‌های ضدعفونی‌کننده را آغاز کرد و پس از قطعی شدن اثرمندی این فرآورده تولیدی در حذف ضایعات عفونی خشک و نیمه مرطوب، مجوزهای قانونی برای تولید انبوه دریافت شد. وی تولید انبوه مواد ضدعفونی‌کننده بر پایه آب را یکی دیگر از دستاوردهای این شرکت نام برد و افزود: در مسیر تولید گندزدایی با پایه آب با حداقل اثرات زیست‌محیطی به عنوان جایگزین گندزدهای شیمیایی مرسوم در واحد تحقیق و توسعه شرکت انجام شد که پایداری، خواص ضدعفونی‌کنندگی و سایر الزامات قانونی برای تولید انبوه فراهم شده است. دانایی، هدف اصلی این تولیدات را تأمین نیاز کشور به فرآورده‌های ضدعفونی و کمک به عرصه سلامت عنوان کرد و ادامه داد: ایده‌های متنوعی برای تولید محصول تعریف شدند، اما با توجه به نیاز مبرم کشور در مقابله با بیماری و کمک به سلامت کشور، با رویکرد ایجاد اشتغال و ایجاد ارزش افزوده، این محصولات در دستور کار تولید قرار گرفتند. براساس اعلام مرکز اطلاع‌رسانی معاونت علمی، این فعال فنآور درباره ظرفیت صادراتی محصولات تولیدشده، گفت: محصولات جدیدی که در واحد تحقیق و توسعه در حال طراحی و ساخت است و محصولات تمام شده‌ای که کار تحقیقاتی آنها به پایان رسیده است و در حال اقدام برای گرفتن مجوزهای لازم برای تولید هستند؛ برخی از این محصولات می‌توانند جایگزین محصولات وارداتی بوده و یا حتی زمینه‌سازی برای صادرات آنها مهیا شود، قطعا به جلوگیری از خروج ارز کمک می‌کند.

بررسی طرح تامین کالاها اساسی در کمیسیون بودجه نهایی نشده است

نایب رئیس کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی گفت که بررسی طرح تضمین دسترسی به کالاها اساسی در این کمیسیون ادامه دارد و هنوز نهایی نشده است. محمد خدابخشى در گفت و گو با ایسنا، اظهار کرد: طرح تضمین دسترسی به کالاها اساسی به دنبال افزایش قیمت کالاها اساسی و کاهش قدرت خرید مردم تدوین و به کمیسیون بودجه ارجاع شد، ما جلسات متعدد کارشناسی در این زمینه داشتیم. هفته گذشته هم آقای نوبخت در جلسه کمیسیون نقطه نظرات سازمان برنامه و بودجه را مطرح کرد؛ با توجه به اینکه این طرح بار مالی دارد ما باید نظر موافق دولت را داشته باشیم و بر همین اساس در حال مذاکره با سازمان برنامه هستیم البته منابع مختلفی پیش‌بینی شده اما نظر سازمان برنامه و بودجه نیز باید ارائه شود لذا هنوز کار بررسی این طرح در کمیسیون به اتمام نرسیده است. نماینده مردم الیگودرز در مجلس ادامه داد: در سال ۹۵ که قدرت خرید مردم نسبت به الان بالاتر بوده برای دهک سوم هر نفر ۱۲۰ هزار تومان در ماه هزینه سبد خانوار بوده است. ما هم در این طرح باید ابتدا ببینیم چقدر منابع داریم آنها را احصا کنیم و هزینه‌ها را برآورد کنیم تا مشخص شود برای هر نفر چه مبلغی می‌توانیم شارژ کنیم که برای خرید کالاها اساسی اختصاص یابد و برآورد دقیقی در این زمینه داشته باشیم. به هر حال در سه چهار سال گذشته قدرت خرید مردم کم شده و ما می‌خواهیم بخشی از آن را جبران کنیم. نایب رئیس کمیسیون برنامه و بودجه مجلس با بیان اینکه جامعه هدف این طرح ۶۰ میلیون ایرانی معادل ۷ دهک است، اضافه کرد: پایگاه اطلاعات رفاه خانوارها در وزارت کار اطلاعات خوبی در این زمینه دارد که می‌تواند مبنای شناسایی باشد؛ در هر حال بررسی این موضوع در کمیسیون در ابعاد مختلف همچنان ادامه دارد.

چگونه در دام لوازم التحریر بی کیفیت نیفتیم؟

رئیس انجمن تولیدکنندگان نوشتافزار کشور داشتن نشان استاندارد را یک معیار خوب برای خرید لوازم‌التحریر استاندارد معرفی کرد و نسبت به خرید اسلام برای بچه‌ها هشدار داد، چراکه این وسیله بازی مجوزی از سازمان غذا و دارو و سازمان ملی استاندارد ندارد و باید از سطح بازار جمع‌آوری شود. محمودرضا صنعتکار در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه با توجه به ممنوعیت واردات، برای ارائه اجناس باکیفیت باید رقابت سالم بین تولیدکنندگان وجود داشته باشد و انحصاری ایجاد نشود، اظهار کرد: فرهنگ‌سازی باید به گونه‌ای صورت گیرد که مردم کالای ایرانی باکیفیت بخردند نه هر کالای ایرانی که دیدگاه منفی نسبت به کالای ایرانی ایجاد شود. وی با بیان اینکه برخی از تولیدکنندگان ایرانی براساس استانداردهای اروپا فعالیت می‌کنند، تصریح کرد: عده‌ای تولیدنما هم ادعا می‌کنند کالای ایرانی تولید می‌کنند، اما کالای آنها کیفیت بسیار پایینی دارد که باید درباره آنها اطلاع‌رسانی شود چراکه عموماً این افراد در صورت زیرپله‌ای قطعات درجه سه چینی را به صورت رسمی یا قاچاق وارد و مونتاژ می‌کنند و به عنوان کالای ایرانی می‌فروشند و حجم این محصولات هم نسبتاً زیاد است، به خصوص در شهرستان‌ها که عموماً با نشان دادن ماشین آلات تولید، پروانه دریافت می‌کنند و این افراد براساس همان پروانه قطعات وارد و مونتاژ می‌کنند و با عنوان ساخت ایران در بازار عرضه می‌کنند. رئیس انجمن تولیدکنندگان نوشتافزار در ادامه با بیان اینکه کالاهایی مثل خمیربازی و رنگ انگشتی با سلامت کودکان سر و کار دارد و در خرید آنها باید دقت بیشتری شود، تصریح کرد: در حال حاضر اسلامیهایی (یک نوع خمیر بازی که حالت ژله‌ای دارد) که در بازار عرضه می‌شود مجوز سازمان غذا و دارو و استاندارد را ندارند، به صورت زیرپله‌ای تولید شدند، بنابراین برای بچه‌ها خطرناک است و باید از سطح بازار جمع‌آوری شود و اخیراً نامه قاچاق و ممنوعیت فروش این اسلامیه‌ها را نیز دریافت کردیم. خمیربازی هم باید مجوز سازمان غذا و دارو را داشته باشد که در حال حاضر در شرکت، یکی خمیربازی روغنی سنگین و دیگری سبک با پایه آب تولید می‌کند که دومی به عنوان اختراع هم ثبت شده است و هر دو استاندارد و مجوز سازمان غذا و دارو را دریافت کردند.



تعهد ارزی داشتند، اگر تا ۱۵ شهریور تعهد ارزی آنها رفع نشود، در این روز کارت آنها تعلیق می‌شود و کارت بازرگانی صادرکنندگانی که رفع تعهد ارزی آنها ۳۱ تا ۶۹ درصد است، در تاریخ ۳۱ شهریور و در صورت ایفا نشدن بقیه تعهد ارزی، تعلیق می‌شود. واحدهای تولیدی تا آخر شهریور مهلت دارند برای رفع تعهد ارزی در تعامل با بانک عامل خود اقدام کنند؛ در غیر این صورت ۳۱ شهریور کارت بازرگانی آنها تعلیق می‌شود. او در بخش دیگری از صحبت‌های خود به بحث صدور کارت‌های بازرگانی جدید نیز اشاره و از برنامه‌ریزی برای افزایش شرط‌هایی جدید در مسیر صدور این کارت‌ها سخن گفته است. زادبوم از ارائه پیشنهاد برای اضافه شدن ۵ تغییر و شرط جدید به شروط سابق صدور کارت بازرگانی در توافق با اتاق بازرگانی خبر داده و گفت: این ۵ شرط جدید به شورای عالی هماهنگی اقتصادی پیشنهاد شده و هر وقت در این شورا به تصویب برسد در فرآیند صدور کارت بازرگانی، اجرایی می‌شود. به طور نمونه در سال ۱۳۸۹ شرط سابقه کار برای صدور کارت بازرگانی حذف شده بود که متوجه شدیم بسیاری از تعهدات ارزی ایفانشده مربوط به کسانی است که بدون هیچ سابقه‌ای، کارت بازرگانی گرفتند و مشکل ایجاد کردند؛ از این رو یکی از شروط جدید پیشنهادی این است که متقاضی کارت بازرگانی، حداقل دو سال سابقه کار داشته باشد که این خواست ما و اتاق بازرگانی است.

بسته می‌شود تا بتوانیم در آینده‌ای نزدیک در حوزه کالاهایی که ساخت داخل داریم واردات نداشته باشیم. **آخرین وضعیت برخورد با صادرکنندگان متخلف** در کنار بحث واردات، آنچه که در ماه‌های گذشته در ارتباط تجار بخش خصوصی با دولت سر و صدای زیادی به پا کرده موضوع ایفای تعهد ارزی صادرکنندگان و بازگشت ارز حاصل از صادرات به کشور بوده است. هر چند صادرکنندگان معتقد بودند با توجه به شیوع ویروس کرونا و دشواری و بازگشت ارز به کشور، دولت باید زمان اعلام شده برای رفع تعهد ارزی را تمدید کند اما در عمل بانک مرکزی با این پیشنهادات موافقت نکرد و در نهایت پایان تیرماه امسال، زمان بازگشت ارز به کشور تعیین شد.

زادبوم در این زمینه گفت: در چهار ماه نخست امسال ۱۱ میلیارد دلار واردات داشتیم که ۸۴ درصد آن کالاها واسطه‌ای، سرمایه‌ای و مواد اولیه است و حدود ۱۵ درصد هم کالاها مصرفی مانند برنج، موز و گوشی تلفن همراه است که در این ۱۵ درصد هم کالاهایی مانند برنج جزو اقلام ضروری محسوب می‌شوند. فهرست کالاها وارداتی به صورت هفتگی با پیشنهادهایی که از سوی معاونت‌های تولیدی وزارت صمت ارائه می‌شود، توسط دفتر مقررات صادرات و واردات رصد می‌شود و ثبت سفارش‌های کالاهایی که تولید داخل دارد، به تدریج

رئیس سازمان توسعه تجارت گفته از سال گذشته تا امروز، ۸۰۰ کالای دیگر نیز وارد فهرست ممنوعیت‌های وارداتی به ایران شده‌اند. به گزارش ایسنا، براساس صحبت‌های حمید زادبوم، در سال گذشته براساس سیاست‌های دولت، واردات ۱۶۰۰ قلم کالا به ایران ممنوع بود اما امسال این عدد به ۲۴۰۰ قلم کالا رسیده است. این سیاست دولت از حدود دو سال پیش و همزمان با بازگشت‌های تحریم‌های آمریکا اجرایی شد. با توجه به کاهش درآمدهای ارزی کشور تحت تاثیر تحریم‌ها، دولت اعلام کرد که واردات کالاها لوکس و کالاهایی که مشابه داخلی برای آنها وجود دارد ممنوع می‌شود و از این رو در ماه‌های گذشته تنها به کالاهایی مجوز واردات داده شده که در فهرست کالاها ضروری و اساسی بوده‌اند.

زادبوم در این زمینه گفت: در چهار ماه نخست امسال ۱۱ میلیارد دلار واردات داشتیم که ۸۴ درصد آن کالاها واسطه‌ای، سرمایه‌ای و مواد اولیه است و حدود ۱۵ درصد هم کالاها مصرفی مانند برنج، موز و گوشی تلفن همراه است که در این ۱۵ درصد هم کالاهایی مانند برنج جزو اقلام ضروری محسوب می‌شوند. فهرست کالاها وارداتی به صورت هفتگی با پیشنهادهایی که از سوی معاونت‌های تولیدی وزارت صمت ارائه می‌شود، توسط دفتر مقررات صادرات و واردات رصد می‌شود و ثبت سفارش‌های کالاهایی که تولید داخل دارد، به تدریج

اجرای برنامه‌های جلوگیری از خام‌فروشی در حوزه سنگ آهن

اجرای کرده و بر همین اساس، امروز ذخایر استراتژیک کالایی کشور در شرایط کاملاً مناسبی قرار دارد و دغدغه در این خصوص نداریم. سرفقینی با اشاره به فرمایشات اخیر مقام معظم رهبری در دیدار ویدئوکنفرانسی با هیات دولت طی روزهای گذشته، گفت: از ۱۸ مورد تذکر و موارد مورد نگرانی ایشان، به صورت مستقیم و غیرمستقیم ۱۲ مورد مرتبط به وظایف و خدمات وزارت صمت است. در این مدت اقدامات متناسب با منویات ایشان در موضوعی همچون خام‌فروشی انجام گرفته و البته در تلاش هستیم که نتایج حداکثری در این موارد حاصل شود. سرپرست وزارت صمت خاطر نشان کرد: تا پیش از سال ۱۳۹۸ به طور متوسط حدود ۲۲ میلیون تن سنگ آهن خام از کشور صادر می‌شد که با تمهیدات اتخاذ شده این رقم هم‌اکنون به کمتر از ۳ میلیون تن رسیده و با تداوم روند موجود این میزان به زودی به حداقل ممکن خواهد رسید.

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت ضمن یادآوری اینکه در پایان سال ۱۳۹۱ بالغ بر شش و نیم میلیون تن واردات فولاد به کشور صورت گرفته است، گفت: در همان مقطع زمانی، یک و نیم میلیون تن صادرات به ثبت رسیده که این امر، در عمل بیلان منفی ۵ میلیون تنی در حوزه فولاد را به ثبت رسانده بود. همچنین در سال ۱۳۹۸ میزان صادرات فولاد کشور بالغ بر ۱۲ میلیون تن بود و در مقابل میزان واردات محدود به چند صد تن آن هم در برخی محصولات فولادی خاص بوده است که با راه‌اندازی طرح فولاد آلیاژی یزد، این مشکل نیز مرتفع خواهد شد و واردات کشور به حداقل ممکن می‌رسد. وی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به دستورالعمل ویژه رئیس‌جمهور در سال ۱۳۹۴ برای حفظ امنیت غذایی کشور و تأمین مناسب ذخایر استراتژیک کالایی گفت: وزارت صمت همواره تلاش کرده تا مصوبه هیأت وزیران و دستورالعمل صادره از سوی رئیس‌جمهوری را

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت، ضمن اشاره به رشد مناسب تولید محصولات منتخب صنعتی و معدنی در چهار ماه اول سال جاری نسبت به مدت مشابه سنال گذشته، اعلام کرد که در راستای کاهش خام‌فروشی، صادرات ۲۲ میلیون تنی سنگ‌آهن در سنوات گذشته، به کمتر از ۳ میلیون تن در سال ۱۳۹۸ رسیده است. به گزارش ایسنا، جعفر سرفقینی در مراسم افتتاح همزمان سه طرح صنعتی و معدنی در کشور که به صورت ویدئوکنفرانس و با دستور رئیس‌جمهوری انجام شد، اظهار کرد: تولید چهار ماهه ابتدایی محصولات منتخب صنعتی و معدنی در سال جاری، نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۹۲ که شروع دولت دوازدهم بود، از رشد فزاینده‌ای برخوردار بوده است؛ به نحوی که در فولاد خام، ۸۰ درصد رشد به ثبت رسیده؛ ضمن اینکه رشد تولید مس در این بازه زمانی ۵۷ درصد، دارویی انسانی ۴۲ درصد، محصولات فولادی ۳۴ درصد، لاستیک خودرو ۲۴ درصد و شمش آلومینیوم ۲۳ درصد بوده است.

افزایش ۱۴ درصدی تولید شمش طلا در کشور

ایران در زمینه تولید طلا رتبه ۳۰ در جهان و ۱۰ در آسیا دارد، گفت: قرار بود در پایان برنامه ششم، میزان تولید طلا در کشور به ۱۰ تن برسد که امروز در اواسط برنامه ششم به ۱۲ تن اضافه پیدا کرده است. ضمن اینکه ایران، در سال گذشته سه تن به ارزش ۱۸۰ میلیون دلار صادرات طلا داشته است که در مقابل ۹۳ میلیون دلار صرف واردات شده است. به گفته اسماعیلی، کردستان، آذربایجان غربی، خراسان، زنجان، اراک، آذربایجان شرقی، گلستان و قم و ... بیشترین ذخایر طلای کشور را دارا هستند. وی در پایان تصریح کرد: این جای خشنودی است که امروز بخش معدن و صنایع معدنی ایران بخش زیادی از پروژه‌های قابل افتتاح را به خود اختصاص داده است.

قطعی در ۲۴ معدن کشور است. معاون امور معادن و صنایع معدنی وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه البته براساس برآوردهای اکتشافی، این ذخیره تا ۴۰۰ تن قابل افزایش است، اظهار کرد: براساس اکتشافات هزار نقطه امیدبخش معدن طلا را در قالب ۳۷ پروژه در دست داریم که با تحقق و عملیاتی شدن این پروژه‌ها میزان تولید ما از ۳۲۰ تن به چندین برابر افزایش خواهد یافت. وی افزود: مجموع تولید طلای جهان ۳۲۰۰ تن است که در ایران در سال ۱۳۹۱ بیش از ۸۵۰ کیلوگرم بوده و در سال ۱۳۹۸ به ۱۲ تن افزایش پیدا کرده است. در طول هفت سال گذشته، میزان تولید شمش طلا به ۱۴ برابر افزایش پیدا کرده است. معاون امور معادن و صنایع معدنی وزارت صمت با بیان اینکه کشور

به گفته معاون امور معادن و صنایع معدنی وزارت صنعت، معدن و تجارت در مراسم افتتاح طرح‌های هفته دهم پویش ملی «تولید، تداوم امید»، طی هفت سال گذشته تولید شمش طلا در کشور ۱۴ درصد افزایش داشته است.

به گزارش ایسنا، داریوش اسماعیلی صبح روز سه‌شنبه در مراسم افتتاح فاز دو پروژه معدن طلای ساریگونی قره‌و که همزمان با آغاز بهره‌برداری از طرح‌های ملی به صورت ویدئوکنفرانس با حضور رئیس‌جمهوری انجام شد، با تاکید بر اینکه فلز طلا یکی از ارزشمندترین فلزات در دنیا و پشتوانه مهمی برای ارز، گوشی‌های هوشمند، صنعت هوا و فضا و صنایع شیمیایی و ... است، گفت: مجموع ذخایر طلای جهان ۵۰ هزار تن است که سهم ایران از این میزان ۳۲۰ تن طلای

اوراق سلف خودرو میانبر تأمین مالی خودروسازان

این روزها بحث عرضه خودرو در بورس کالا و البته تأمین مالی خودروسازان از طریق انتشار اوراق سلف موازی استاندارد از سوی برخی کارشناسان مطرح می‌شود که «مراغه امینی»، از کارشناسان این حوزه و استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی نیز ورود خودروسازان به بورس کالا برای تأمین مالی را از راهکارهای مناسب می‌داند. به گفته وی انتشار اوراق سلف در بورس کالا می‌تواند یکی از راه‌حل‌های مناسب، کم هزینه و سریع برای تأمین مالی خودروسازان باشد، اما در عین حال وی معتقد است که باید زیرساخت‌های خودروسازان اصلاح شود:

در حال حاضر در بازار خودرو شاهد وضعیت نابسامانی از نظر عرضه و قیمت‌ها هستیم. تحلیل شما از وضعیت بازار چیست؟
برای بررسی بازار خودرو در حوزه کشف قیمت باید هم از طرف عرضه و هم از طرف تقاضا وضعیت را بررسی کنیم. ما در هر دو موارد مشکل داریم، یعنی عرضه‌ها از سوی چند شرکت محدود انجام می‌شود. این شرکت‌ها به صورت انحصاری تولید می‌کنند و تصمیم می‌گیرند چه موقع تولید را زیاد کنند، چه موقع تولید را کم کنند. کسی هم چندان بر آنها نظارت نمی‌کند، حالت رقابتی نداشته و حالت انحصاری دارند. انحصارگر هم تعیین‌کننده قیمت است. نکته بعدی هم این است که در حال حاضر، طرف تقاضا عمدتاً مصرفی نیست. تقاضاکننده تقاضاکننده‌ای است که این کالا را برای سرمایه‌گذاری می‌خرد، یعنی حالت سفته‌بازانه دارد و در واقع، او هم می‌خرد که بالاتر بتواند بفروشد یا در یک شرایط دیگری بفروشد. خودروساز می‌گوید قیمت‌گذاری دستوری است و من نمی‌توانم به شکل رقابتی محصول را بفروشم، یعنی توسط نهادی به نام شورای رقابت قیمت‌گذاری دستوری انجام می‌شود. خودروساز درست می‌گوید یا خیر؟

اصلاً شورای رقابت در واقع به دلیل این ایجاد شد که اینها حالت انحصاری دارند، یعنی علت وجود شورای رقابت برای این است که اینها خودشان انحصاری عمل می‌کنند، خودشان می‌خواهند قیمت تعیین کنند. حالا که می‌خواهند قیمت تعیین کنند، حالا که می‌خواهند اجحاف نشود، شورای رقابت می‌آید وسط و یک سازوکارهایی برای خودش دارد، یعنی می‌آید نرخ تورم را تعیین می‌کند، قیمت عوامل تعیین شده، یعنی قانون‌گذار برای اینکه بیاید جلوی این انحصارگری را بگیرد، شورای رقابتی را به عنوان نهاد قیمت‌گذار تعیین کرده است. حالا اینکه شورای رقابت می‌تواند، نمی‌تواند یا کارایی دارد یا ندارد، بحث دیگری است، اما اجالتاً مرکزی درست شده که بتواند جلوی اجحاف خودروساز را بگیرد. حالا شما از خودروساز بپرسید که نمی‌خواهد شورای رقابت کار کند؟ اشکال ندارد، تولید را بالا ببر و دوم اینکه اجازه بده واردات انجام شود. چرا اجازه نمی‌دهند و مخالفت می‌کنند؟ خودروساز در شرایط حاضر می‌خواهد تولید را بالا ببرد اما فعلاً با مشکل تأمین مالی مواجه است. بدهی انباشته هم دارند، نمی‌توانند وام بانکی بگیرند. به نظر شما انتشار اوراق سلف خودرو در بورس کالا با نرخ و سررسید معین چقدر می‌تواند به تأمین مالی خودروسازان کمک کند؟ انتشار اوراق سلف در بورس کالا می‌تواند یکی از راه‌حل‌های مناسب، کم‌هزینه و سریع برای تأمین مالی خودروسازان باشد که در این حوزه شرکت «سایپا» نیز از این شیوه تأمین مالی استفاده کرده است. البته اوراق سلف یکی از راه‌حل‌ها در این زمینه است و موضوع اصلی این است که شما یک شرکت خودروسازی دارید که این خودروساز در درون مشکلات اساسی دارد و باید زیرساخت‌های آن اصلاح شود.

نوسازی ناوگان خودرویی کشور نیازمند اعتبار

طرح نوسازی ۱۷۶ هزار دستگاه خودرو در مدت سه سال در کشور نیازمند اعتبار است.
به گزارش خبرگزاری صداوسیما، مرکز فارس، معاون امور صنایع و وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: ۱۷۶ هزار دستگاه خودرو در مدت سه سال در کشور نوسازی می‌شوند که این طرح همچنان نیازمند اعتبار است. مهدی صادقی نیارکی روز سه‌شنبه در مراسم افتتاح یک طرح صنعتی در منطقه ویژه اقتصادی استان فارس بیان کرد: در وزارت صنعت، معدن و تجارت امسال مقرر شده نوسازی و بهسازی ۲۵ هزار دستگاه در کشور اجرایی شود که این طرح نیز نیازمند تأمین اعتبار یک میلیارد دلاری است.

صادقی نیارکی افزود: در کشور این ظرفیت وجود دارد که در یک سال بیش از ۳۶ هزار دستگاه حمل و نقل سنگین تولید شود که از این ظرفیت بیش از ۲۴ هزار دستگاه کامیونت و نزدیک به ۱۱ هزار دستگاه اتوبوس نیز امکان تولید در کشور وجود دارد.

وی اضافه کرد: طی چهار ماه امسال ۱۲ و نیم درصد میزان تولید خودروهای حمل و نقل سنگین در مقایسه با سال قبل افزایش یافته است.

وی درخصوص نوسازی کشته‌های موجود در کشور نیز یادآور شد: براساس تفاهم‌نامه‌ای که میان وزارت صمت، وزارت راه و شهرسازی و یکی از شرکت‌های تأمین‌کننده خودرو در کشور امضا شده است مقرر شده تا بیش از هزار کشته‌نده در کشور نوسازی شوند این در حالی است که در این طرح نیز مقرر شده تا بیش از ۸۰ درصد از تسهیلات موجود از طریق ظرفیت بانک‌های عامل تأمین شود.

معاون وزیر صمت درخصوص نوسازی اتوبوس‌های درون‌شهری نیز متذکر شد: این ظرفیت در کشور وجود دارد که تنها با ۲۰ درصد از قیمت اتوبوس‌های نو نسبت به نوسازی ناوگان موجود اقدام کرد این نوسازی به گونه‌ای است که ۱۰۰ درصد ناوگان موجود نوسازی و بهسازی شده است البته این طرح نیز نیازمند اعتبارات و تسهیلات بانکی است.

او درخصوص طرح صنعتی تولید کامیون کشنده در جنوب کشور نیز بیان کرد: این طرح صنعتی به عنوان یکی از بزرگ‌ترین کارخانه‌های موجود در کشور با ظرفیت سالانه ۳ هزار دستگاه و اشتغال‌زایی مستقیم ۱۰۰ نفر در منطقه ویژه اقتصادی استان فارس به بهره‌برداری رسیده است.
به گفته مهدی صادقی نیارکی در این طرح صنعتی ۲۸۷ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری صورت پذیرفته است.

آزادسازی قیمت خودرو باید ضابطه‌مند و همه‌جانبه‌نگر باشد



مجموع می‌توان گفت معایب عرضه خودرو در بورس بیش از محاسن آن است. عضو هیات علمی دانشکده خودرو دانشگاه علم و صنعت ایران در ادامه به ارزیابی آزادسازی قیمت خودرو پرداخت و گفت: هدف از آزادسازی قیمت خودرو این است که خودروساز خودرو را با قیمت منطقی بفروشد و مصرف‌کننده با قیمت عادلانه بخرد. این امر زمانی اتفاق خواهد افتاد که آزادسازی قیمت‌ها همراه با قید و شرط باشد، در غیر این صورت همه چیز به نفع خودروساز و ضرر مصرف‌کننده تمام خواهد شد اما اگر آزادسازی را به قوانینی مشروط کنیم مصرف‌کننده و تولیدکننده هر دو سود خواهند کرد.

مرزبان راد با بیان عدم ضابطه‌مندی قوانین در کشور، خاطرنشان کرد: در اکثر موارد با قوانین سادهانگاران توسط قانون‌گذاران مواجه هستیم که زمینه‌ساز واسطه‌گری و سوءاستفاده هستند. متأسفانه ضوابط ما جامع و کامل نبوده و تمام موارد را دربر نمی‌گیرد و در برخی موارد با تغییر مدیران قوانین نیز تغییر می‌کنند و دلیل تغییر

قوانین تعرفه و قیمت‌گذاری خودرو در چند سال اخیر نیز همین موضوع بوده که ضوابط همه‌جانبه‌نگر نبوده و چون تنها به یک قسمت آن توجه شده مجبور به تغییر آن شدند. لذا تصمیم‌گیری و قانون‌گذاری در سطح مدیران کلان اشتباه بوده و در این زمینه همفکری با متخصصان امر ضروری است.

این کارشناس حوزه خودرو تشریح کرد: برای اینکه آزادسازی قیمت خودرو هدفمند و نتیجه‌بخش باشد باید تمام جوانب آن سنجیده شود و بر این اساس قوانین ضابطه‌مند برای اجرای آن در نظر گرفته شود. اگر واقعا هدف دولت و مجلس کنترل قیمت خودرو است می‌توان با مشورت و جمع‌بندی نظرات اساتید دانشگاه، شرکت‌های مشاوره و موسسات پژوهشی تصمیمات کارشناسانه گرفته و اقدام به قانون‌گذاری کنند بنابراین اگر آزادسازی قیمت خودرو ضابطه‌مند و با علم و دقت کافی باشد می‌تواند بخش عمده‌ای از مشکلات صنعت خودرو را حل کند.

عضو هیات علمی دانشکده خودرو دانشگاه علم و صنعت ایران به ارزیابی عرضه خودرو در بورس و آزادسازی قیمت خودرو پرداخت. جواد مرزبان راد در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: به نظر می‌رسد با عرضه خودرو در بورس به نوعی خودرو پیش‌فروش شده و متقاضیان نه برای مصرف واقعی بلکه برای سرمایه‌گذاری آن را پیش‌فروش می‌کنند و بدین ترتیب دلالتی تشدید خواهد شد. لذا با توجه به شرایط فعلی که حباب قیمتی وجود دارد عرضه خودرو در بورس راه حل منطقی نبوده چرا که حباب قیمتی را افزایش خواهد داد.

وی افزود: با توجه به اینکه یکی از اهداف طرح‌های پیش‌فروش و محدودیت‌های آن حذف دلالتی و واسطه‌گری است حال با عرضه در بورس به دلالتی رسمیت خواهیم بخشید. برای ارائه خودرو در بورس می‌توان با راهکارهایی مانند ایجاد محدودیت مانند طرح‌های فروش فوق‌العاده خودرو را تنها در اختیار مصرف‌کننده واقعی قرار داد. در

احتکار خودرو، مهر تاییدی بر دست‌های پشت پرده

امکان ترخیص نخواهند داشت.

در اواخر خردادماه برای بار چهارم مهلت ترخیص خودروهای دپوشده در گمرک تمدید شد که این زمان ۲۶ شهریورماه به اتمام می‌رسد. در این بین فعالان حوزه خودرو بارها نسبت به موانع ترخیص خودروهای باقی مانده گله کرده و نگران تمام شدن زمان باقی مانده هستند که ممکن است دیگر تمدید نشود، البته در کنار زمان سنگین‌اندازی‌هایی

قبل ترخیص خودروهای دپوشده کجاست؟

در حالی حدود ۲۰ روز دیگر تا پایان زمان ترخیص خودروهای دپوشده در گمرک مانده که حتی اتمام و تمدید مجدد این زمان نمی‌تواند تغییر خاصی در تعیین تکلیف و ترخیص این خودروها ایجاد کند، چرا که فقط تعدادی از آنها درگیر زمان هستند که آن هم با مشکل ثبت سفارش مواجه بوده و تا زمانی که این مسئله حل نشود

عطر کرblای حسین(ع) با اجرای پوش هر خانه یک حسینیه در قم می‌پیچد

احیای سنت روضه خانگی



همزمان با فرا رسیدن ماه محرم، مردم با پیوستن به پوش هر خانه یک حسینیه و با توجه به شرایط کرblایی، شاهد اقامه عزای حسینی متفاوتی خواهیم بود.

مردم ایران هرساله تحت تاثیر اتمسفر محرم و عزاداری امام حسین(ع) در تب و تاب برگزاری بهترین مراسمات برای شهادت اباعبدالله(حسین(ع) و ۷۲ تن از یاران باوفایش می‌شوند. ارادت به امام حسین(ع) پیر و جوان نمی‌شناسد و هر یک به نحوی ارادت ویژه و خالصانه خود را به مولایشان نشان می‌دهند از این رو مراسم عزاداری امام حسین(ع) هرساله باشکوه‌تر از گذشته برگزار می‌شود و این عشق خالصانه هیچ‌وقت کم‌رنگ نمی‌شود.

در چندسال اخیر برگزاری روضه‌های خانگی تا حدودی کم‌رنگ شده‌بود اما امسال به علت شیوع ویروس کرونا در کشور و به تبع آن در قم، که مراسمات عزاداری با محدودیت‌هایی برگزار می‌شود و به علت حفظ سلامت مردم مهم سال‌های گذشته گسترده‌گی ندارد، پوش هر خانه، یک حسینیه، احیاگر سنت برگزاری روضه‌های خانگی می‌شود. مردم با پیوستن به پوش هر خانه، یک حسینیه می‌توانند به ساخت مقدس اباعبدالله(حسین(ع) و ۷۲ تن از یاران با وفای ایشان عرض ادب و احترام کنند و بر سر درب منازل خود پرچم حسینی را نصب کنند یا راهاندازی هیئت‌های خانوادگی منازل خود را متبرک به نام اباعبدالله(حسین(ع) می‌کنند و مراسمات عزاداری را از صداوسیما و شبکه‌های مجازی دنبال می‌کنند.

در روایات و احادیث نیز بر برگزاری مجالس عزاداری و روضه در منزل تأکیدات ویژه‌ای شده‌است: امام باقر(ع) نسبت به کسانی که در روز عاشورا نمی‌توانند به زیارت آن حضرت بروند، اینگونه دستور عزاداری دادند و فرمودند: بر حسین(ع) ندبه، عزاداری و گریه کند و به اهل خانه خود دستور دهد که بر او بگریند و در خانه‌اش با اظهار گریه و ناله بر حسین(ع)، مراسم عزاداری بر پا کنند و یکدیگر را با گریه، تعزیت و تسلیت گویی در سوگ حسین علیه‌السلام در خانه‌هایشان ملاقات کنند. در روایات آمده است پیامبر اکرم صلی‌الله علیه‌وآله وسلم فرمودند: خانه‌ای که در آن قرآن زیاد تلاوت شود، خیر و برکتش زیاد می‌شود و اهل خانه در وسعت قرار می‌گیرند و آن خانه برای اهل آسمان می‌درخشد، همان گونه که ستارگان برای اهل زمین می‌درخشند. علاوه بر اینکه این مجالس با تلاوت قرآن آغاز می‌شود، یاد اهل بیت(ع) هم مصداق یاد خداست و مشمول این حدیث قرار می‌گیرد.
روضه‌های خانگی می‌تواند بدون تکلف و با حضور اعضای خانواده برگزار

هم از سوی برخی دستگاه‌های مربوطه وجود دارد که هنوز رفع نشده است.

ماجرا از این قرار است که حدود ۱۲ هزار و ۲۰۰ خودرویی که از سال‌ها قبل وارد و دپو شده بود در کنار اینکه برخی با مشکل قضایی مواجه شدند بخشی هم به هر دلیلی ثبت سفارش نشده و در ادامه نیز با تغییر ضوابط ثبت سفارش خودرو ممنوع شد، از این رو اکنون ترخیص آنچه در گمرک باقی مانده فقط در قید زمان نیست و موانع قانونی در این رابطه وجود دارد.

بعد از اینکه مصوبه ۲۹ بهمن ماه هیات وزیران برای تمدید زمان به منظور تعیین تکلیف خودروها تمدید شد و در پایان اردیبهشت ماه به پایان رسید، گزارش گمرک از این حکایت داشت که ۵۱۰۸۵ دستگاه دیگر تا قبل از این زمان در گمرک و بنادر باقی مانده بود که طی سه ماه تعیین شده فقط ۱۲۸۹ دستگاه ترخیص شد و حدود ۳۷۰۰ دستگاه دیگر در گمرک باقی ماند. در حالی این تصور وجود داشت که باید زمان تمدید شود تا این دستگاه‌ها ترخیص شود که ارونقی-معاون فنی گمرک ایران - اعلام کرد در بین آنها فقط ۱۲۴۸ دستگاه نیازمند زمان هستند چراکه براساس مصوبه ۲۹ بهمن هیات دولت خودروهای دارای پرونده قضایی و همچنین خودروهای بالای ۲۵۰۰ سسی سی که مستثنی شده بودند و خودروهای مربوط به جانبازان در قید زمان نبوده و امکان ترخیص آنها بدون تمدید مهلت وجود دارد.

از این رو فقط از ۳۷۰۰ خودرو باقی مانده ۱۲۴۸ دستگاه نیاز به تمدید زمان دارند، اما مسئله اینجاست که در بین این تعداد ۱۱۰۰ دستگاه فاقد ثبت سفارش بودند و حتی اگر بارها تمدید می‌شد، اما وزارت صمت نسبت به تمدید ثبت سفارش اقدام نمی‌کرد در عمل هیچ اتفاقی برای ترخیص این خودروها نمی‌افتاد، بنابراین با وجود تمدید زمان در پایان خردادماه و در شرایطی که حدود ۲۰ روز به اتمام این زمان سه ماهه باقی مانده هنوز وزارت صمت برای رفع مشکل این ثبت سفارش اقدام نکرده است.

این در حالی است که اخیراً معاون فنی گمرک اعلام کرد قفلی که مربوط به اظهار کالاهای گروه ۴ که خودرو در آن قرار دارد باز شده و طبق شرایط قانونی می‌توانند خودروهای خود را اظهار کنند، که این یکی از گله‌های صاحبان خودروها بود و برطرف شده است، اما مسئله اینجاست که تا زمانی که ثبت سفارش نداشته باشند این امکان برای آنها وجود نخواهد داشت.

بر این اساس به نظر می‌رسد در حال حاضر مهم‌ترین گره خودروها مربوط به وزارت صمت بوده و باید اقدامات لازم جهت مشکل ثبت سفارش برای آنها باز شود، در غیر این صورت اگر موافقتی با این موضوع وجود نداشته باشد به طور حتم خودروهای فاقد ثبت سفارش متروکه و برای تعیین تکلیف به سازمان اموال تملیکی سپرده خواهد شد و هیچ زمانی در اختیار صاحبان‌شان قرار نمی‌گیرد، در رابطه با خودروهایی که دارای پرونده قضایی هستند نیز بعد از طی فرآیند قانونی و صدور حکم برات بدون نیاز به تمدید زمان امکان ترخیص برای آنها وجود دارد.



مارک زاکربرگ ترامپ را به مسدود کردن

این مراسم شام در پاییز سال گذشته، زاکر تهدیدی که شرکت‌های اینترنت محور چینی باید بیشتر از حواشی چند وقت اخیر فیس بوک ترامپ در اوایل ماه جاری میلادی فراموش عملی‌شدن، اپلیکیشن تیک تاک را مسدود روی محتوای ویدئویی کوتاه تمرکز دارد و تو ساخته است.

ترامپ در فرمان اجرایی جدید خود، استنفاف چینی نظیر تیک تاک را وضعیت اضطراری داده‌های جمع آوری شده تیک تاک دارد. ما پیش‌تر گفته بود دولت به مسدود کردن تیک تاک ترامپ و نهادهای مختلف ایالات متحده آمریکا تیک تاک داده‌های جمع آوری شده را به دولت با داده‌هایی که از طریق تیک تاک به دست همین دلیل، ترامپ تیک تاک را تهدیدی برای نگرانی‌های اخیر درباره تاک تاک در حالی ما در آمریکا و دیگر نقاط جهان به محبوبیتی

وال استریت ژورنال ادعا می‌کند مارک زاکربرگ، مدیرعامل فیس بوک، سال گذشته در گفت‌وگو با ترامپ اعلام کرده دولت آمریکا باید از افزایش محبوبیت تیک تاک نگران باشد. به گزارش زومیت، اختلافات ایالات متحده آمریکا با چین مسئله جدیدی نیست؛ زیرا از سال‌ها پیش تاکنون، دو ابرقدرت دنیا همواره با یکدیگر در حال مجادله بوده و سعی کرده‌اند به اشکال مختلف یکدیگر را زیر فشار قرار دهند. در نتیجه جنگ تجاری بین آمریکا و چین، افزایش تعرفه در گمرک را شاهد بودیم تا کالاهایی که از کشور رقیب وارد می‌شود، قیمت گرانی در بازار داشته باشد.

در جدیدترین فصل از کتاب جنگ‌های تجاری بین آمریکا و چین، ایالات متحده مستقیماً سراغ شرکت‌های چینی رفته است تا فعالیت‌های آنها را محدود کند. سال گذشته، آمریکا هوآوی را تحریم کرد. بررسی‌ها نشان می‌دهد با وجود تمامی تلاش‌ها و پیشرفت‌ها، بازوی موبایل هوآوی در خارج از مرزهای چین عملاً فلج شده است. ترامپ اکنون به مسدودسازی تیک تاک و اپلیکیشن‌های محبوب دیگری نظیر وی چت می‌اندیشد. رسانه معتبر وال استریت ژورنال در گزارشی اختصاصی می‌گوید مارک زاکربرگ، مدیرعامل فیس بوک، به قانون‌گذاران و دیگر مقام‌های رسمی آمریکا درباره افزایش محبوبیت شبکه اجتماعی ویدئومحور تیک تاک هشدار داده است. طبق اعلام وال استریت، زاکربرگ حرف‌های خود درباره تیک تاک را حین سفرهایش در سال گذشته میلادی به واشنگتن و دقیق‌تر در مهمانی شام خصوصی در کاخ سفید به زبان آورده است. ظاهراً در

دانش‌بنیان‌ها در مسیری هموار محصولات خود را صادر می‌کنند

با راه‌اندازی مراکز شتاب‌دهی صادرات در کشور، مسیر صادرات دانش‌بنیان‌ها هموار می‌شود. این مراکز فضایی برای جذب و حمایت از ایده‌های صادرات‌محور و ایده‌هایی که در مسیر توسعه و کمک به صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان توسط ایده‌پردازان فعالیت می‌کنند، هستند. ایده‌های صادراتی در مراکز شتاب‌دهی مستقر می‌شوند و از امکانات مرکز و حمایت‌های بذری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری استفاده می‌کنند. این کار در نهایت ایده‌ها را به استارت‌آپ‌های صادراتی تبدیل و مسیر ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به بازارهای بین‌المللی را تسهیل می‌کند. تهران هم پذیرای نخستین مرکز شتاب‌دهی صادرات در کشور شد.



دریچه

تأثیر شیوع کرونا بر مهاجرت‌های بین‌المللی شناخته شد

با دانشجویان را به سمت ارتباطات مجازی سوق دادند. اکثر برنامه‌های تحصیل در خارج از کشور لغو شد و از دانشجویان خواسته شد که به آموزش‌های آنلاین و از راه دور روی بیاورند. جهان با چالش‌های مختلفی درگیر شده است. کیفیت دوره‌های آموزشی، حفظ سلامتی، مدیریت وضعیت ویزا شامل محدودیت‌های سفر و فرصت‌های شغلی در آینده، حمایت مالی کافی، مدیریت بیمه درمانی و به دست آوردن خدمات درمانی از مهم‌ترین نگرانی‌های دانشجویان بین‌المللی در دوران پاندمی بوده است. کاهش چشمگیر مهاجرت به انگلستان در دوران پاندمی کرونا این گزارش، ضمن اشاره به وضعیت مهاجرتی دانشجویان در کشورهای اروپایی، به بررسی وضعیت مهاجرت‌ها به کشور انگلستان می‌پردازد و بیان می‌کند:

واکنش بین‌المللی برای متوقف کردن گسترش ویروس کرونا در حال حاضر با تعطیلی دانشگاه‌ها، تأثیر قابل توجهی در بخش آموزش عالی در انگلستان داشته است. کلاس‌ها به صورت آنلاین برگزار می‌شوند و بسیاری از دانشجویان به خانه‌های خود بازگشته‌اند. در حالی که این تعطیلی‌ها بدون شک ادامه‌دار خواهند بود. دانشگاه‌ها و سیاست‌گذاران با جدیت به دنبال راه‌حل‌هایی برای کاهش ضررهای وارد شده بر بخش آموزش عالی و ایجاد مکانیزم‌هایی برای حفظ و جذب دانشجویان بین‌المللی هستند.

یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که بخش انگلستان با آن روبرو است کاهش شدید شیب تقاضا از تقریباً ۲۷۰ هزار دانشجوی بین‌المللی است که انتظار می‌رفت یک دوره جدید دانشگاهی را در ماه سپتامبر آغاز کند.

عدم اطمینان از اینکه دوره‌ها طبق روال معمول برگزار شوند، محدودیت‌های مسافرتی با عدم ارائه خدمات معمول و به موقع برای پذیرش دانشجویان جدید و همچنین افزایش تعامیل باقوه برای تحصیل از راه دور و در خانه، فقط بخشی از دلایلی هستند که می‌تواند تعداد دانشجویان بین‌المللی در انگلستان را کاهش دهند. در سال تحصیلی ۲۰۱۹-۲۰۱۸ میلادی از هر پنج دانشجو در دانشگاه‌های انگلستان، یک نفر دانشجوی بین‌المللی بوده است و درآمد ناشی از حضور دانشجویان بین‌المللی تقریباً ۷ میلیارد پوند بود، یعنی حدود ۱۷ درصد از کل درآمد این بخش. بنابراین کاهش ثبت نام دانشجویان خارج از انگلستان می‌تواند تأثیر منفی بر منابع مالی بخش آموزش عالی در انگلستان داشته باشد.

این گزارش توسط رصدخانه مهاجرت ایران وابسته به دانشگاه صنعتی شریف با نگاهی به ابعاد گوناگون وضعیت مهاجرت در دوران کرونا منتشر شده است. پژوهشگران علاقه‌مند متن کامل این گزارش را می‌توانید در ارائه درخواست به تارنمای این رصدخانه دریافت و مطالعه کنند.

از آلام و آسیب‌های ناشی از کرونا بسیار گفته شده است. در گزارش‌ها، تحلیل‌ها و مقاله‌های گوناگونی، تأثیر این شیوع بر جنبه‌های گوناگون حیات بشری از اقتصاد تا سیاست بررسی و تحلیل شده، اما تأثیر بر روند مهاجرت که مقوله‌ای راهبردی است و ریشه در فرهنگ، اقتصاد، سیاست و بسیاری از مقوله‌های دیگر دارد موضوعی است که گزارش رصدخانه مهاجرت ایران با موضوع «تأثیر شیوع ویروس کرونا بر مهاجرت‌های بین‌المللی» بررسی می‌کند. بیماری همه‌گیر کووید-۱۹ باعث شده است تا تحرک و جابه‌جایی‌های جهانی با بسته شدن مرزها، تعلیق در سفرهای هوایی و محدودیت‌های جابه‌جایی سختگیرانه، به حالت تعطیلی کامل و نیمه تعطیل برسد. هرچند که به تازگی گشایش‌هایی در این زمینه ایجاد شده است یا این حال با خیز موج دوم کرونا در جهان، همچنان بسیاری از محدودیت‌ها پابرجاست.

افزایش شدید بیکاری‌ها در تمام دنیا، بسته شدن مرزها و رکود در جابه‌جایی‌های بین‌المللی، وضعیت نامشخص دانشگاه‌ها و دانشجویان بین‌المللی نسبت به برنامه‌های تحصیلی و ثبت‌نام‌ها در ترم آینده تحصیلی و همچنین زمان بازگشت به دانشگاه‌ها، بیگانه‌رسانی و وضعیت اسفناک کارگان و پناهجویان در کمپ‌های کاری و پناهجویی از جمله مصائب و مشکلاتی است که مهاجران در سه حوزه مهاجرت‌های اقتصادی و کاری، مهاجرت‌های دانشجویی و پناهجویی روبرو بوده‌اند. این گزارش تخصصی به بررسی و شناخت وضعیت جابه‌جایی‌های تحصیلی و دانشجویی، مهاجرت کاری و اقتصادی، مهاجرت اجباری و پناهجویی و همچنین مهاجرت کادر بهداشت و درمان پرداخته است.

در بخشی از این گزارش به تأثیر کرونا بر جابه‌جایی‌های تحصیلی و دانشجویی در ابعاد بین‌المللی اشاره شده و آمده است: زمان اوج کرونا حدود یک و نیم میلیارد دانش‌آموز و دانشجو در سراسر جهان از حضور فیزیکی در مدارس و دانشگاه‌ها محروم شدند. این تأثیر بسیار چشمگیر و شگرف بوده است، زیرا معلمان در تلاش هستند تا راه حل‌های کوتاه‌مدت و کارآمدی برای آموزش و یادگیری از راه دور، به ویژه در بازارهای نوظهور که دانش‌آموزان و مدارس با جاهای دیگری در رابطه با تأمین اعتبار و زیرساخت‌های موجود روبرو هستند، پیدا کنند.

از ژانویه سال ۲۰۲۰، گسترش ویروس کرونا بر سفر جهانی هزاران دانشجو و همچنین برنامه‌های جذب و استخدام و موسسات آموزش عالی در سراسر جهان تأثیر گذاشته است. همچنین از اواخر فوریه ۲۰۲۰، محدودیت‌های مسافرت به چندین مکان از جمله چین، ایران، کره جنوبی و ایتالیا مانع از حرکت دانشجویان بین‌المللی، اساتید و کارمندان دانشگاه در سراسر جهان شده است.

با شیوع بیشتر ویروس کرونا، تقریباً همه موسسات آموزش عالی در سراسر دنیا تصمیم به پایان دادن به آموزش حضوری گرفتند و تعامل



ایده‌های دانش‌بنیانی نیازهای اتوماسیون صنعتی را پاسخ می‌دهد

قرمز برای تشخیص نقطه‌ای سطح بالا، پایین و یا هر بخش از مخزن به کار می‌رود. استفاده از امواج رادیویی ویژگی اصلی دماسنج غیرتماسی مادون قرمز است. این دماسنج توانایی دارد که تشعشعات را در طول ۵ تا ۱۲ متر دریافت کند. به گفته او، سنسور تشخیص دید مادون قرمز از جمله تجهیزات تولیدی شرکت در حوزه جاده‌ای و تونلی است. سنسور تشخیص دید مادون قرمز میزبان دید محیطی در شرایط مه، دود، گرد و غبار، رطوبت، برف و باران را اندازه‌گیری و تنظیم می‌کند. این فعال دانش‌بنیان ادامه می‌دهد: سنسور اندازه‌گیری گازهای CO و NO۲ هم محصول دیگری است که در شرکت تولید شده است. این محصول در تونل‌های جاده‌ای، تصفیه‌خانه‌ها و پمپ‌خانه‌ها کاربرد دارد. همچنین



شدت‌سنج روشنایی ورودی تونل هم در شرکت طراحی و تولید شده است. شدت‌سنج روشنایی ورودی تونل برای اندازه‌گیری متوسط روشنایی ورودی تونل‌ها و اطراف آن به کار می‌رود.

تولید انواع تجهیزات ابزار دقیق با کاربرد خاص، نتیجه فعالیت یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان است؛ ابزارهایی که برای رفع نیازهای اتوماسیون صنعتی با در نظر گرفتن بازده اقتصادی، ایمنی و حفاظت سیستم به کار می‌رود. این شرکت دانش‌بنیان از صفر تا صد همه محصولات تولیدی خود را در داخل تولید کرده است تا امکان ایجاد زیرساخت‌های تولید و استفاده از آنها در داخل کشور به راحتی وجود داشته باشد. همین موضوع هم کمک کرده تا خود شرکت و مشتریان این محصولات در هیچ مقطعی با مشکل تولید و تأمین قطعات اولیه مواجه نشوند و همیشه این محصولات در دسترس باشند. تولید محصولاتی در حوزه اندازه‌گیری دما، اندازه‌گیری سطح، تجهیزات جاده‌ای و تونلی و اندازه‌گیری فلو از جمله دستاوردهای شرکت دانش‌بنیان پنگان الکترونیک است. انطور که علی اسماعیلی مدیرعامل این شرکت، می‌گوید: دماسنج غیرتماسی مادون قرمز یکی از محصولات تولیدی این شرکت در زمینه اندازه‌گیری دما است. دماسنج غیرتماسی مادون

تولید انواع تجهیزات ابزار دقیق با کاربرد خاص، نتیجه فعالیت یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان است؛ ابزارهایی که برای رفع نیازهای اتوماسیون صنعتی با در نظر گرفتن بازده اقتصادی، ایمنی و حفاظت سیستم به کار می‌رود. این شرکت دانش‌بنیان از صفر تا صد همه محصولات تولیدی خود را در داخل تولید کرده است تا امکان ایجاد زیرساخت‌های تولید و استفاده از آنها در داخل کشور به راحتی وجود داشته باشد. همین موضوع هم کمک کرده تا خود شرکت و مشتریان این محصولات در هیچ مقطعی با مشکل تولید و تأمین قطعات اولیه مواجه نشوند و همیشه این محصولات در دسترس باشند. تولید محصولاتی در حوزه اندازه‌گیری دما، اندازه‌گیری سطح، تجهیزات جاده‌ای و تونلی و اندازه‌گیری فلو از جمله دستاوردهای شرکت دانش‌بنیان پنگان الکترونیک است. انطور که علی اسماعیلی مدیرعامل این شرکت، می‌گوید: دماسنج غیرتماسی مادون قرمز یکی از محصولات تولیدی این شرکت در زمینه اندازه‌گیری دما است. دماسنج غیرتماسی مادون

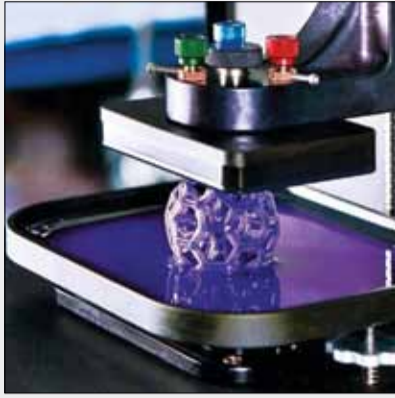
خلاقیت‌ها به کمک رفع چالش‌های کودکان در مواجهه با کرونا می‌آیند

راهکارهای مهارتی برای نوجوانان»، «تلنگرهای نوآورانه»، «نوآوری‌های مقرون به صرفه و اجتماعی» و سایر راهکارها به کارگیری فناوری‌های پایه و نوظهور از جمله راه‌هایی است که در این جایزه ملی بررسی خواهد شد. هدف از برگزاری جایزه ملی راهکارهای نوآورانه برای چالش‌های کودکان و نوجوانان در دوران کووید-۱۹ تسهیل و تقویت هم‌فرازی‌ها و فرصت‌ها در زیست‌بوم فناوری و نوآوری کشور است. جایزه امسال به راهکارهای کاربردی که به چالش‌های فراوانی کودکان و نوجوانان با تمرکز بر همه‌گیری بیماری کرونا تمرکز داشته باشد، تعلق می‌گیرد. شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق می‌توانند راهکارهای نوآورانه خود را تا تاریخ ۳۱ شهریور ۱۳۹۹ ارسال کنند. پس از ارزیابی همه طرح‌های دریافتی توسط یک تیم داور ذی‌صلاح، طرح‌های برتر در تاریخی که اعلام خواهد شد، اطلاع‌رسانی می‌شود.



طرح‌های برتر همچنین از حمایت فنی و مالی معاونت علمی و فناوری و حمایت فنی دفتر یونیسف در ایران بهره‌مند خواهند شد، تا این راهکارها به صورت موثری برای حمایت از کودکان در ایران به کار گرفته شوند.

شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق برای شرکت در جایزه ملی راهکارهای نوآورانه برای رفع چالش‌های فراوانی کودکان و نوجوانان با موضوع کووید-۱۹ دعوت شدند. این کار با اقدامی مشترک میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق کودکان سازمان ملل متحد (یونیسف) در ایران اجرایی می‌شود. «جایزه ملی راهکارهای نوآورانه برای چالش‌های کودکان و نوجوانان در دوران کووید-۱۹» اقدامی مشترک میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق کودکان سازمان ملل متحد (یونیسف) در ایران است که با هدف گسترش فرهنگ نوآوری برای کودکان در ایران طراحی شده است. هدف از این برنامه توسعه راهکارهای خلاقانه در زمینه‌های آموزش، تغذیه، بهداشت، سلامت جسمی و روحی، حمایت از کودکان، اقتصاد و محیط‌زیست، فرهنگ، تفریح و ورزش است. این کار با تمرکز بر چالش‌هایی است که همه‌گیری بیماری کرونا، آنها را پیچیده‌تر کرده است. «فراهم کردن بسترهای قابل دسترس و فراگیر آموزش مجازی»، «طراحی سیستم‌های بهداشتی دیجیتال»، «حمایت از کودکان در برابر آزار و اذیت در فضای مجازی»، «ارائه



چاپ سه بعدی با محصول «ایران ساخت» آسان شد

چند سالی است از فناوری چاپ سه بعدی بسیار گفته می‌شود؛ فناوری‌ای که مفهوم تازه‌ای را در صنعت با خود به ارمغان آورده و رویه‌های پیشین را در ساخت، طراحی، شبیه‌سازی و بسیاری از حوزه‌های دیگر دستخوش تحول کرده است. شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی هم پا به میدان این فناوری گذاشته‌اند و با تولید محصولات دانش‌بنیان ایران‌ساخت این حوزه از جمله چاپگرهای سه بعدی، راه را برای توسعه این فناوری‌ها هموار کرده‌اند. صنعت ساخت افزایشی که بیشتر با چاپ سه بعدی شناخته می‌شود با تلاش فعالان فناور یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان، در مسیر بومی‌سازی و تکمیل زنجیره تامین ماشین‌آلات و خدمات تولید قطعات حرکت می‌کند.

یادداشت



ستاری: ناحیه نوآوری شریف یک فرهنگ جدید است

به گفته معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، ناحیه نوآوری شریف یک مدل توسعه شهری است. این مدل می‌تواند برای بازسازی بافت فرسوده شهری هم یک الگو باشد. اینکه از توان و ظرفیت جوانان و سرآمدان علمی برای توسعه کشور بهره ببریم.

وی با بیان اینکه توان جوانان پاسخگوی نیازهای شهری است، بیان کرد: اگر به ایده‌های جوانان توجه کنیم می‌توانیم از این توان برای توسعه شهرها و اجرای برنامه‌های مدیریت شهری استفاده کنیم. فقط باید موانع حضور جوانان در این عرصه‌ها مرتفع شود.

رئیس بنیاد ملی نخبگان در ادامه گفت: هنوز برخی حوزه‌های شهری به دلیل مقاومت کسب و کارهای سنتی برای ورود جوانان و استارت‌آپ‌ها آماده نیستند. اگر شهرداری برای رفع این مشکل کمک کند مطمئن می‌شود که جوانان نیروهای قابل اعتمادی برای رفع مشکلات شهری هستند.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: کسب و کارهای سنتی راهی جز همکاری و همراهی با کسب و کارهای نو ندارند. اگر مقاومت کنند شکست می‌خورند.

وی معتقد است که رفع این موانع به برخی اقدامات حقوقی نیاز دارد که با کمک شهرداری و شورای شهر امکانپذیر است. استقرار دانش‌بنیان تسهیل شد.

در ادامه این مراسم، پیروز حناچی شهردار تهران هم ضمن تقدیر از تلاش‌های معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری برای توسعه علم و فناوری در کشور، گفت: با این تلاش‌ها حرکت درستی در کشور شکل گرفته که به نیروی انسانی کشور به عنوان ثروت ملی اتکا شده است.

وی افزود: ما هم در برنامه تهران هوشمند در تلاشیم تا با کمک جوانان و توان دانش‌بنیان‌ها، توسعه فناورانه تهران را محقق کنیم. در برنامه شهر هوشمند تلاش می‌کنیم همه ظرفیت‌های شهری و شهرداری را بسیج کنیم و با الگوبرداری از نمونه‌های موفق خارجی، توسعه تهران را رقم بزنیم.

حناچی ادامه داد: محورهای تهران هوشمند رویکرد شهر هوشمند، صرفاً به معنای به خدمت گرفتن زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) شهری نیست، بلکه شش بعد اقتصاد هوشمند، جابجایی هوشمند، محیط هوشمند، زیرساخت هوشمند، حکمروایی هوشمند و زندگی هوشمند همزمان مورد توجه خواهند بود.

شهردار تهران همچنین گفت: شهرداری به دنبال هدایت نوآوری در عرصه‌های شهری است تا با این کار موانع کسب و کارها را رفع کند. این کار را هم با تنظیم گری مقررات حمایتی از مباحث نوآورانه، توانمندسازی ظرفیت‌های موجود و حمایت از زیست‌بوم فناوری و نوآوری شهری انجام می‌دهد.

وی ادامه داد: یکی از برنامه‌های شهرداری تهران، استفاده از ظرفیت‌های دانش‌بنیان‌ها است. ما می‌توانیم با کمک این توان علمی، مشکلات و نیازهای شهری را مرتفع کنیم. نیروی انسانی ارزشمندی که باید مورد توجه قرار گیرد.

به گفته حناچی، در روزهای شیوع بیماری کرونا به همه مناطق بیست‌دوگانه شهر تهران بخشنامه تسهیل استقرار دانش‌بنیان‌ها را ابلاغ کرده‌ایم. یکی از مهم‌ترین اهداف ما حمایت از حرکت نوآوری در کشور است. این کار را هم با کمک به زیست‌بوم حل مشکلات شهر تهران و حل مشکلات کشور پیگیری می‌کنیم.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در آیین افتتاح برج فناوری بنتک، شکل‌گیری ناحیه نوآوری شریف را به یک فرهنگ جدید تشبیه کرد که به توسعه شهری و ارتقای فرهنگ عمومی جامعه کمک می‌کند.

در سومین روز از هفته دولت، برج فناوری بنتک به عنوان نخستین برج فناوری بخش خصوصی با حضور سورونا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، پیروز حناچی شهردار تهران، شهریارانو امانی عضو شورای شهر تهران و رسول کشت‌پور شهردار منطقه ۲ افتتاح شد.

ستاری در این مراسم با اشاره به اینکه شبیه ناحیه نوآوری شریف در دنیا و ایران هم وجود دارد، گفت: مثلاً انتشاراتی‌های مقابل دانشگاه تهران یک نمونه کوچک و ساده شده از شکل‌گیری ناحیه نوآوری در کشور هستند.

به گفته معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، دانشگاه باید در وهله اول زیست‌بوم اطراف خودش را تغییر دهد و مشکلات خیابان‌ها و کوچه‌های اطراف را حل کند.

ستاری در ادامه بیان کرد: دانشگاهی که با بودجه دولتی اداره شود محصول محور نیست و به درد جامعه نمی‌خورد. قطعا ناحیه نوآوری محصول دانشگاهی که با پول دولتی اداره می‌شود نیست.

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین بیان کرد: اگر دانشگاهی با جامعه تعامل نداشته باشد و دیوارکشی شود نمی‌تواند نیاز مردم و جامعه را بشناسد و آنها را حل کند.

ستاری در ادامه گفت: در دنیا دانشگاه‌ها هیچ دیواری ندارند و جزو مبل و مان شهری محسوب می‌شوند. این یعنی تعامل درست دانشگاه با جامعه.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: تعامل دانشگاه با جامعه ضروری است. در این نوع تعاملات است که دانشجویان با نیازها و مشکلات مردم آشنا می‌شوند و نسبت به رفع آنها دغدغه خواهند داشت.

ستاری ادامه داد: ما با پول و مالیات دولت و مردم درس خواندیم تا به درد آنها برسیم و مشکلاتشان را حل کنیم.

به گفته ستاری، ناحیه نوآوری شریف الگوی جدیدی در کشور است که به عنوان نمونه موفق برای دیگر استان‌ها و دانشگاه‌های کشور شناخته می‌شود.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به افتتاح برج فناوری بنتک، گفت: این برج نمونه درستی از تعامل دانشگاه با بخش خصوصی است؛ اتفاقی که به توسعه زیست بوم فناوری و نوآوری در کشور می‌انجامد.

ستاری همچنین بیان کرد: باید زیست بوم فناوری و نوآوری در اطراف دانشگاه شکل گیرد تا مردم از آن منتفع شوند. جامعه باید نتیجه شکل‌گیری زیست بوم را در زندگی خود حس و درک کند. آنها باید هر روز نوع جدیدی از خدمات فناورانه را ببینند و از آن استفاده کنند.

وی با اشاره به تلاش‌های شهرداری منطقه ۲ برای ایجاد ناحیه نوآوری شریف و برج فناوری بنتک، بیان کرد: باید این راه ادامه یابد. این کار با حضور و پول بخش خصوصی تسریع می‌شود. در حال حاضر هم ناحیه نوآوری شریف و ایستگاه نوآوری هم با همکاری دانشگاه و بخش خصوصی ایجاد شده‌اند.



دکردن تیک تاک ترغیب کرده است

کرونا میزان استفاده مردم از شبکه‌های اجتماعی را افزایش داد و تیک‌تاک توانست از این فرصت به خوبی استفاده کند. تیک‌تاک فید بی‌انتهایی دارد که همواره ویدئوهای جدید را به کاربر نشان می‌دهد؛ از این رو، کاربران ساعت‌ها در محتوای ویدئویی غرق می‌شوند. گفته می‌شود تیک‌تاک امروزه بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر در آمریکا دارد.

تیک‌تاک پیش‌تر ناراحتی خود را از فرمان اجرایی ترامپ وارد مذاکره شده است که یک سال تلاش کرده به طور مسالمت‌آمیز با دولت ترامپ وارد مذاکره شود تا نگرانی‌ها از بین برود. تیک‌تاک قصد دارد به دلیل فرمان اجرایی جدید، رسماً در دادگاه به دولت ترامپ شکایت کند. در پی انتشار گزارش‌ها درباره تلاش مارک زاکربرگ برای متقاعد کردن ترامپ به مسدودسازی تیک‌تاک، فردی به نام بندگی از فیس‌بوک ایمیلی به رسانه‌ها فرستاده است و در آن، ادعاهای یادشده را تکذیب می‌کند و می‌گوید زاکربرگ هرگز طرفدار مسدود کردن تیک‌تاک نبوده است. نماینده فیس‌بوک در ادامه ایمیلش می‌نویسد: زاکربرگ بارها به صورت عمومی گفته است بزرگ‌ترین رقبای شرکت‌های فناوری محور آمریکایی شرکت‌های چینی هستند و این شرکت‌های چینی ارزش‌هایی دارند که هم‌تراز با آرمان‌های حکومت دموکراتیک نیستند و مواردی مثل آزادی بیان را به عنوان ارزش خود در نظر نمی‌گیرند. خنده‌دار است اگر فکر کنید نگرانی‌های طولانی‌مدت در زمینه امنیت ملی که در اصل سیاست‌مداران دو جناح عامل افزایش بوده‌اند، صرفاً از گفته‌های زاکربرگ نشأت گرفته باشند.

برگ تلاش کرده دونالد ترامپ را متقاعد کند برای کسب‌وکارهای آمریکایی ایجاد می‌کنند، ک مدنظر باشد.

ن اجرایی جدیدی را امضا کرد که در صورت تیک‌تاک شبکه‌ای اجتماعی است که توسعه‌دهنده‌ای چینی با نام بایت‌دنس آن را

اده گسترده آمریکایی‌ها از اپلیکیشن‌های ملی خطاب کرد و گفت نگرانی زیادی درباره یک پمپو، وزیر امور خارجه ایالات متحده، ک‌تاک فکر می‌کنند. دلیل اصلی توجه دونالد بکا به تیک‌تاک این است که گفته می‌شود ت چین می‌دهد. از لحاظ تئوری چین می‌تواند ن می‌آورد، از آمریکایی‌ها جاسوسی کند؛ به امنیت ملی به حساب می‌آورد.

طرح می‌شوند که این اپلیکیشن توانسته مثال‌زدنی دست پیدا کند. دنیاگیری ویروس

ستاری: فرهنگ‌سازی و توسعه زیرساخت‌ها را در استان ایلام دنبال می‌کنیم

دانش‌بنیان در ادامه افزود: در استان ظرفیت‌های خوبی مانند دانشگاه برای تربیت نیروی انسانی داریم. پارک علم و فناوری ایلام نیز با وجود نوبادون در حال انجام فعالیت‌های ارزشمندی است اما باید زیرساخت و کمبودهای پارک رفع شود و همین امر باعث تقویت آن می‌شود.

پس باید سرمایه‌گذاری بیشتری در آن انجام شود. زیرا برای گسترش اقتصاد دانش‌بنیان باید توسعه زیرساخت‌ها و فرهنگ‌سازی در استان رخ دهد. ستاری در بخش بعدی سخنان خود به فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان اشاره کرد و گفت: حدود ۵ هزار و ۳۰۰ شرکت دانش‌بنیان در کشور مشغول فعالیت هستند.

سال گذشته ۱۲۰ هزار میلیارد تومان فروش و ۳۰۰ هزار نفر اشتغال مستقیم داشتند که با اشتغال غیرمستقیم می‌توان اشتغال‌زایی چند میلیون نفر را برای آنها متصور شد. ایلام استان جدیدی در این حوزه است. پارک علم

و فناوری آن در حد استان نیست و باید زیرساخت‌های آن را توسعه دهیم اما نکته مهم این است که همه برای این اتفاق همدل شوند. امروز نیز اتفاقات خوبی در این سفر برای زیست بوم فناوری و نوآوری استان رخ می‌دهد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری که همزمان با هفته دولت به ایلام سفر کرده است، در جمع اصحاب رسانه به توسعه زیرساخت‌ها و فرهنگ‌سازی در این استان برای گسترش اقتصاد دانش‌بنیان تاکید کرد. سورونا ستاری،

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در سفر به استان ایلام در جمع خبرنگاران حاضر شد و گفت: ایلام در سال‌های اخیر و خصوصاً در دولت یازدهم و دوازدهم توسعه قابل توجهی را در حوزه‌های گوناگون از جمله نفت و گاز تجربه کرد. همچنین دو هفته پیش بود که طرح بزرگی در حوزه آب و خاک در کشور اجرا شد که بخش عمده‌ای از آن به استان ایلام مربوط بود. ستاری ادامه داد: گسترش اقتصاد دانش‌بنیان بحثی است که معاونت علمی و فناوری در استان دنبال می‌کند. زیرا ظرفیتی با عنوان نیروی انسانی خلاق و نوآوری در استان وجود دارد و از سویی زیرساخت‌ها نیز در سال‌های اخیر

به خوبی توسعه پیدا کرده است. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین بیان کرد: امروز استاندار ایلام خبر خوبی مبنی بر کاهش شدید نرخ بیکاری در استان داد که امیدافزین است. رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد

چرخه نوآوری اجتماعی در ۶ مرحله اجرا می‌شود

نوآوری اجتماعی آشنا شوند، تولید محصولات و خدمات خلاقانه و نوآورانه در جامعه افزایش می‌یابد و هر شخصی خلاق و نوآوری، اعتماد به نفس تولید در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی را پیدا می‌کند.

چرخه نوآوری اجتماعی شش مرحله را شامل می‌شود. مرحله اول «انگیزه‌ها، الهامات و تشخیص‌ها» است. در این مرحله با توجه به شناسایی برخی نیازها و بحران‌ها، تصویر لازم شکل می‌گیرد تا به صورت ذهنی یک محصول و خدمت موردنیاز که می‌تواند این مشکل را برطرف سازد یا اثرات آن را کاهش دهد، طراحی شود. مرحله دوم «پیشنهادات و ایده‌ها» نام دارد. در این مرحله ایده‌پردازی لازم به شکل پخته‌تری انجام می‌گیرد و با استفاده از منابع مختلف و بینش و تجارب دیگران، ایده کلی آماده می‌گردد.

مرحله سوم «ساخت نمونه آزمایشی اولیه» است. در این مرحله است که محصول در عمل ساخته می‌شود و آزمایشات و تحلیل‌های اولیه روی آن صورت می‌گیرد.

علاوه بر استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های خلاق، کلیه جوانان فعالان نوآور و خلاق نیز می‌توانند در زمینه نوآوری اجتماعی فعالیت کنند. تلاش برای توسعه و گفتمان‌سازی در حوزه نوآوری اجتماعی

یکی از محورهای برنامه‌های ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری است.

چرخه نوآوری اجتماعی شش مرحله را شامل می‌شود. ایده‌پردازی، ساخت نمونه آزمایشی و توسعه و ترویج بخشی از این مراحل است.

فعالیت در حوزه نوآوری اجتماعی می‌تواند تنها محدود به شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های خلاق نباشد و بسیاری از هسته‌های دانشگاهی، جوانان و فعالان خلاق و فناور در این زمینه فعالیت کنند. یکی از برنامه‌های ستاد توسعه

فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، توسعه و ترویج استفاده از روش‌های علمی نوآوری اجتماعی در جامعه است. در صورتی که تعداد بیشتری از افراد با روش‌ها و متدهای علمی



کارگاه برندینگ

چرا کسب اجازه از کاربران برای استفاده از اطلاعاتشان ضروری است؟

به قلم: اور لنچمنر کارآفرین و مدیرعامل موسسه لومباتی نتورک
ترجمه علی آل‌علی

استفاده از داده‌های مربوط به کاربران در زمینه بازاریابی ایده تازه‌ای محسوب نمی‌شود. هرچه توانایی برندها برای تولید محتوای دقیق و هماهنگ با سلیقه مخاطب هدف بیشتر باشند، تاثیر گذاری کمپین موردنظر نیز افزایش خواهد یافت. نکته مهم در این میان دسترسی به برخی از داده‌ها و اطلاعات اساسی پیرامون سلیقه مشتریان است. بسیاری از برندها بدون کسب اجازه یا حتی آگاهی کاربران اقدام به استفاده از داده‌های آنها می‌کنند. شاید در نگاه نخست این امر شیوه‌ای رایج برای تولید محتوا از سوی برندها باشد، اما از نقطه نظر حقوقی همراه با چالش‌های بسیار زیادی است.

امروزه کاربران شبکه‌های اجتماعی حساسیت بسیار زیادی نسبت به اطلاعاتشان در شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی فضای آنلاین دارند. همین امر موجب بروز چالش‌های گسترده در مسیر بازاریابی برندهای می‌شود. شما باید همیشه در تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن باشید. یکی از مهم‌ترین جلوه‌های این امر کسب اجازه رسمی از کاربران برای استفاده از داده‌هایشان در فرآیند بازاریابی است. بسیاری از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک در طول سال‌های اخیر به دلیل عدم رعایت حریم خصوصی کاربران با بحران‌های گسترده‌ای مواجه شده‌اند. نکته مهم در این میان دشواری بازگرداندن اعتماد کاربران به برندهاست بنابراین اگر برند شما عملکرد نادرستی در زمینه استفاده از اطلاعات کاربران داشته باشد، تا مدت‌ها مورد بی توجهی مشتریان قرار خواهد گرفت.

شاید در نگاه نخست بحث از امنیت داده‌های کاربران در فضای آنلاین عجیب باشد. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به طور مداوم در تلاش برای بازاریابی از اطلاعات کاربران استفاده می‌کردند. در این میان هیچ نیازی برای کسب اجازه یا اطلاع‌رسانی به کاربران نیز نبود. مسئله اساسی در این میان تغییر قوانین مربوط به حریم شخصی از سوی نهادهای بین‌المللی است. این امر در اتحادیه اروپا از سال ۲۰۱۸ مورد توجه قرار گرفت.

امروزه اطلاعات شهروندان اروپایی به طور کامل محافظت شده است بنابراین هر برندی برای استفاده از آن باید به طور رسمی از کاربران در فضای آنلاین کسب اجازه نماید. در غیر این صورت با جریمه‌های سنگین و سپس ممنوعیت فعالیت در اروپا مواجه خواهد شد. کارشناس‌های حوزه بازاریابی چنین رویکردی از سوی اتحادیه‌های بین‌المللی را به معنای پایان عصر غافلگیری مشتریان می‌انند. وقتی مشتریان به خوبی از استفاده برندها نسبت به داده‌های‌شان اطلاع داشته باشند، شخصی سازی محتوا دیگر جذابیت سابق را نخواهد داشت. البته این امر به معنای مرگ عرصه بازاریابی دیجیتال نخواهد بود.

نیاز به شفافیت در حوزه بازاریابی

بازاریابی هدفمند یکی از جلوه‌های موفق صنعت تبلیغات در طول دهه‌های اخیر بوده است. این امر به دلیل کاهش هزینه‌های بازاریابی و هدف گذاری محدود بر روی مخاطب هدف روی داده است. وقتی شما پسر روی دامنه محدودی از کاربران علاقه‌مند به کسب و کارتان سرمایه‌گذاری می‌کنید، امکان کسب نتیجه بهتر را خواهید داشت. این امر از الگوی بازاریابی توده‌ای کم‌هزینه‌تر و تمریخش‌تر است. با این حساب جهت‌گیری شمار بالایی از برندها به سوی این الگو از بازاریابی امر عجیبی نخواهد بود.

یکی از چالش‌های اصلی در حوزه تبلیغات مواجهه مخاطب هدف با شمار بالایی از محتوای تبلیغاتی است بنابراین جلب نظر مشتریان در چنین فضای شلوغی امر دشواری خواهد بود. بسیاری از کاربران در شبکه‌های اجتماعی نسبت به مشاهده تبلیغات بی‌ارتباط با سلیقه‌شان شکایت دارند. این امر از سوی دیگر همراه با نگرانی نسبت به زدئی اطلاعات‌شان از سوی برندهاست بنابراین شما به عنوان بازاریاب در شرایط دشواری قرار دارید. این شرایط نیازمند مدیریت نگرانی‌های کاربران نسبت به اطلاعاتشان در فضای آنلاین و تمایل‌شان برای مشاهده تبلیغات مرتبط با سلیقه‌شان است.

بسیاری از برندها در مواجهه با وضعیت غیرمشخص مشتریان برای ارائه اطلاعات به طور کامل از بازاریابی ناامید می‌شوند. نکته مهم در این میان تاکید بر روی جلوه شفاف بازاریابی است. شما فقط در این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. امروزه اغلب کاربران در شبکه‌های اجتماعی نسبت به ارائه اطلاعاتشان به برندها در صورت کسب اجازه و بیان حدود استفاده رضایت خواهند داشت. این امر نکته بسیار مهمی برای توسعه فرآیند بازاریابی برندها محسوب می‌شود. اکنون شما باید تمام اقدامات مرتبط با استفاده از داده‌های بازاریابی برندها را مدنظر قرار دهید. عنصر شفافیت در کسب و کار تاثیر گذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف دارد. این امر اغلب برندهای بزرگ را به سسوی نوع خاصی از فعالیت کاری سوق داده است. ارائه گزارش‌های منظم به مشتریان و نهادهای متولی امنیت دیجیتال آنها دیگر یک امر دلخواهی نیست. تمام برندها باید از این قوانین به طور کامل تبعیت نمایند.

چرا گردآوری داده‌های مشتریان اهمیت دارد؟

بازاریابی با هدف تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف پیوند نزدیکی با سلیقه مشتریان دارد. اگر برندها نسبت به گردآوری اطلاعات کاربران اقدام نکنند، امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدفاف به طور کامل از بین خواهد رفت. نکته مهم در این میان انتخاب بین همکاری با آژانس‌های بازاریابی برای گردآوری داده‌ها یا اعتماد به تیم بازاریابی و تبلیغات شرکت است. امروزه اغلب برندها از تیم بازاریابی و تبلیغات‌شان برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف استفاده می‌کنند. این امر در حوزه گردآوری اطلاعات نیز به همین شیوه ادامه پیدا می‌کند. مزیت اصلی این امر امکان ایجاد رابطه‌ای نزدیک با مخاطب هدف و تاثیرگذاری بر روی وی است. چنین امری در همکاری با آژانس‌های بازاریابی غایب خواهد بود. تعامل با مشتریان از طریق گردآوری داده‌های معتبر پیرامون‌شان فرآیند بازاریابی را بسیار ساده خواهد کرد. تولید محتوا بدون آگاهی از وضعیت بازار و سلیقه مشتریان یکی از فرآیندهای به شدت دشوار محسوب می‌شود. این حساب شما با استفاده درست از محتوای بازاریابی امکان تاثیر گذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت.

براساس مطالعه موسسه استاتیسیتیک، ۷۶ درصد از مشتریان در صورت مواجهه با شفافیت فعالیت برندها تمایل بیشتری برای ارائه اطلاعاتشان به آنها نشان می‌دهند بنابراین تعامل نزدیک با مشتریان در عمل موجب ایجاد اعتماد در آنها نیز خواهد شد. چنین امری فرآیند بازاریابی را به شدت ساده خواهد کرد. شما دیگر نیازی برای بازاریابی از طریق همکاری با آژانس‌های بازاریابی، مگر در موارد محدود، ندارید. این امر علاوه بر کاهش هزینه‌های بازاریابی نتیجه مثبتی بر روی وضعیت برندگان نیز خواهد داشت. امروزه امنیت اطلاعات نه تنها برای دولت‌ها و شرکت‌ها، بلکه کاربران عادی فضای آنلاین نیز اهمیت فراوانی دارد. اگر شما در تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه مناسب هستید، باید این نکته مهم را مدنظر قرار دهید. در غیر این صورت به طور مداوم با چالش‌هایی در زمینه بازاریابی مواجه خواهید شد.

منبع: **business.com**

تبلیغات و برندینگ

ریتارگتینگ چیست: ۶ نکته درباره تبلیغات بازهدف گذاری

اگر می‌خواهید بدانید ریتارگتینگ چیست باید بدانید که گاهی به عنوان ریتارگتینگ مجدد از آن یاد می‌شود، می‌تواند تعامل کاربر را با تبلیغات شما بهبود بخشد و هزینه بودجه ریتارگتینگ‌تان را بهینه کند. در این نوشتار نحوه استفاده از ریتارگتینگ را برای کسب و کارتان می‌بینید.

اگر بعد از جست‌وجوی یک محصول، بارها و بارها در فیدهای رسانه‌های اجتماعی خود همان تبلیغ را مکرراً مشاهده کرده‌اید، در موقعیت ریتارگتینگ قرار داشته‌اید. ریتارگتینگ راهی است که به وسیله آن برندها بتوانند تبلیغات خود را به کاربران قبلی و قدیمی که برای‌شان مهم است برسانند. به این ترتیب شانس اینکه کاربر مجدداً درگیر تبلیغات و وارد خط لوله تبدیل شود، افزایش می‌یابد. ریتارگتینگ می‌تواند به کسب و کار شما کمک کند تا از بودجه بازاریابی خود بهتر استفاده کنید و تقریباً همه جنبه‌های استراتژی ریتارگتینگ گسترده‌تری شما را تکمیل کند.

۱. ریتارگتینگ چیست؟

ریتارگتینگ یک استراتژی در بازاریابی دیجیتال است که کاربرانی را که اخیراً از وبسایت یا نگاه بازدید کرده‌اند یا با یک تبلیغ قدیمی‌تر آن برند درگیر هستند، شناسایی می‌کند و تبلیغات بیشتری را به آنها ارائه می‌کند. این استراتژی در نظر گرفته شده است تا تعامل را افزایش داده و در نهایت نرخ تبدیل را تغییر دهد. جرارد لافوند، معاون ارشد دیجیتال در آژانس بازاریابی LEWIS می‌گوید: «ریتارگتینگ یک استراتژی دیجیتال است که برای به حداکثر رساندن مخارج رسانه با ارائه تبلیغات مجدد به کاربران گرم، استفاده می‌شود. با درگیر کردن بازدیدکنندگانی که به مشتری تبدیل نشده‌اند اما اخیراً از سایت دیدار داشته‌اند، در حال ارائه تبلیغاتی هستید که به احتمال زیاد منجر به تعامل خواهند شد، مانند کلیک دوباره. روی تبلیغ و تکمیل نرخ تبدیل احتمالی – به طور معمول پر کردن یک فرم، بازدید از سایت یا معامله.»

دلیل منطقی بودن یک تبلیغ ریتارگتینگ این است که یک کاربر که قبلاً با یک تبلیغ درگیر بوده است حداقل کمی علاقه به آن محصول یا خدمات مرتبط دارد. به جای هزینه کردن وجوه بازاریابی برای ارائه تبلیغات به کاربرانی که ممکن است علاقه‌مند باشند یا علاقه‌مند نباشند، اغلب برندها را ایجاب می‌کند تا آگهی ریتارگتینگ را به کاربرانی ارائه دهند که قبلاً میزان علاقه خود را نشان داده‌اند. جو هارولو، مدیر بازاریابی دیجیتال در شرکت دیجیتال تالو می‌گوید: «ریتارگتینگ کمک می‌کند تا مشتریان بالقوه را مجدداً جذب کنید و پیشنهاد خود را دوباره مقابل‌شان قرار بدهید. این استراتژی می‌تواند تأثیر بزرگی بر فروش بگذارد، زیرا افرادی مجدداً مورد بازاریابی قرار می‌گیرند که از قبل کمی علاقه نشان داده‌اند.»

۲. ریتارگتینگ چگونه کار می‌کند؟

ریتارگتینگ می‌تواند در تعدادی کانال و پلتفرم‌های تبلیغاتی رخ دهد. این استراتژی با تنظیم تبلیغات و فراخوانی برای اقدام با فناوری مناسب برای ردیابی برداشت‌ها و مشارکت کاربر آغاز می‌شود. «کانال‌های اصلی برای ریتارگتینگ جست‌وجو و نمایش است. لافوند می‌گوید: «کانال‌های اصلی برای ریتارگتینگ جست‌وجو و نمایش است. بهترین راه برای صاحبان کسب و کارهای کوچک برای شروع ریتارگتینگ خود اطمینان از همه پیگیری‌ها به درستی تنظیم شده‌اند.»

هنگامی که شما توانایی پیگیری فعالیت‌های مخاطبان خود را به صورت آنلاین داشته باشید، می‌توانید دقیقاً مشخص کنید که کدام نوع مشتری بالقوه را مجدداً بازاریابی کنید. به طور کلی، ریتارگتینگ بیشتر روی کاربرانی متمرکز می‌شود که ابزار علاقه کرده‌اند خرید کنند اما به هر دلیلی از قیف تبدیل در این مسیر خارج شده‌اند.

لسورا آراندرا ریورا، بازاریاب ارشد در Freepick می‌گوید: «ریتارگتینگ یکی از موثرترین تکنیک‌های تبلیغاتی در سطح نرخ تبدیل است، زیرا ما تلاش خود را به

تبلیغات و برندینگ چیست: ۶ نکته درباره تبلیغات بازهدف گذاری

سمت کاربرانی که قبلاً در فروشگاه ما بوده‌اند و بنابراین به محصولات و خدمات ما علاقه داشته‌اند، هدایت می‌کنیم. با ریتارگتینگ، ما تصمیم خواهیم گرفت که کدام یک از کاربران‌مان را تحت تأثیر قرار دهیم. به عنوان مثال، می‌توانیم فقط به افرادی که در ۳۰ روز گذشته سبد خرید را رها کرده‌اند، توجه کنیم.»

۳. نمونه‌هایی از ریتارگتینگ

اگر محتوای تبلیغاتی را برای یک تی‌شرت جالب در فید رسانه‌های اجتماعی خود دیدید و پست را لایک کرده‌اید، به احتمال زیاد دوباره همین تبلیغ را در فید خود مشاهده خواهید کرد به این دلیل که یک برند شما را به عنوان یک کاربر بالقوه علاقه‌مند شناسایی کرده و تبلیغات خود را برای شما ریتارگتینگ کرده است. به گفته لافوند: «اگر مشتریان بالقوه شما در حال گذراندن زمان روی پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی هستند، ممکن است منطقی باشد که از ویژگی‌های ریتارگتینگ آن پلتفرم استفاده کنید. آیا تاکنون فکر کرده‌اید که چرا تبلیغی را که قبلاً در فیس‌بوک برای یک محصول تازه دیده‌اید، مجدداً مقابل دیدتان می‌آید؟ به همین ترتیب، ریتارگتینگ جست‌وجو بر بازگرداندن بازدیدکنندگان قبلی وبسایت و به مشتری تبدیل نشده‌اند، با هدف افزایش نرخ تبدیل متمرکز است.



۴. ریتارگتینگ در مقابل بازاریابی مجدد

اصطلاح «ریتارگتینگ» اغلب با «بازاریابی مجدد» به صورت متناوب به کار می‌رود. با این حال، تفاوت کمی بین این دو وجود دارد. در حالی که ریتارگتینگ و بازاریابی مجدد هر دو برای به دست آوردن مشتریان بالقوه‌ای است که قبلاً به محصولات یا خدمات یک برند علاقه نشان داده‌اند در حالی که بازاریابی مجدد از طریق ایمیل انجام می‌شود.

هارولو می‌گوید: «بازاریابی مجدد عمل بازگرداندن افراد به کسب و کار شما از طریق تبلیغات الکترونیکی و دست‌یابی به افرادی است که در وبسایت شما تعامل خاصی داشته‌اند. با این حال، ریتارگتینگ بیشتر روی تبلیغات پولی و ردیابی رویدادهایی تمرکز دارد که در وبسایت یا کمپین‌های تبلیغاتی شما اتفاق می‌افتد. مانند کلیک روی محصول، کلیک روی تبلیغ و پر کردن فرم.»

تفاوت امروز در اصطلاحات تا حد زیادی معنایی است. ریتارگتینگ و بازاریابی مجدد هر دو بخشی از استراتژی هستند که کاربران قبلاً درگیر را مجدداً به سمت برند جذب و آنها را به مشتری تبدیل می‌کنند. تفاوت عمده این دو کانالی است که

با استفاده از آن استراتژی انجام می‌شود.

لافوند گفت: «این واژه‌های این روزها به طور نسبتاً برابر با هم استفاده می‌شوند. اما گر بخواهید دقیق‌تر تعریف کنید، بازاریابی مجدد به صورت اختصاصی بیشتر از طریق ایمیل در نظر گرفته می‌شود و ریتارگتینگ مبتنی بر سایت یا کوکی است. هر دوی این استراتژی‌ها کاربران را به سمت تکمیل یک اقدام در سایت هدایت می‌کنند اما مسیر طی شده می‌تواند متفاوت باشد.»

رپرتاژ آگهی چیست؟ و روش انتشار رپرتاژ آگهی

مثلا یک آگهی تبلیغاتی در یک مجله ادبی که خوانندگان آن معمولا رتبه‌های اول دانشگاهی هستند، باید لحن و ادبیاتی متفاوت از یک تبلیغی داشته باشد که در یک سایت لایف استایل با مخاطبان عمومی منتشر می‌شود. محتوای رپرتاژ آگهی باید از نظر سبک و نگارش با محتوای سایر مقالات این نشریه مطابقت داشته باشد. برای مثال، نحوه نگارش عناوین، فونت مورد استفاده، طراحی ستون‌ها و سایر ویژگی‌های بصری متفاوت باید هماهنگ باشند.

رپرتاژ آگهی می‌تواند با تعریف یک داستان واقعی به مشکلات یا ترس‌های خواننده اشاره کند و سپس توضیح دهد که چگونه محصول یا خدمت موردنظر مسأله را برطرف می‌کند.

با استفاده از آمار و نتایج آزمون‌ها یا تحقیق‌های صورت گرفته می‌توان به یک رپرتاژ آگهی اعتبار بخشید. همچنین در این نوع از آگهی‌ها حتما باید فراخوانی در مورد چگونگی و مکانی که می‌توان محصول یا خدمت را خریداری کرد، عنوان شود.

این روش مزایایی نسبت به سایر شیوه‌های تبلیغ (مانند تبلیغات تلویزیونی، بیلبوردها و …) دارد و می‌توان به هزینه کمتر این روش اشاره کرد. همچنین این نوع از آگهی منقضی نمی‌شود و تا سال‌ها بعد از انتشار رپرتاژ آگهی با جست‌وجوی مطلب از موتورهای جست‌وجو توسط خوانندگان (بدون محدودیت زمان) این آگهی نمایش داده می‌شود.

نحوه نوشتن رپرتاژ آگهی

• برای بیان ارزش‌های محصول یا خدمت خود بنویسید، نه برای تبلیغ.

• به آنچه در عنوان مطرح شده، پایبند باشید.

• راه حلی برای مشتری مطرح کنید.

• از صحبت در مورد شرکت‌تان پرهیز کنید.

• مخاطبان خود را با بیان مطالب استثنایی و جذاب خوشحال کنید.
برای بیان ارزش‌های محصول یا خدمت خود بنویسید، نه برای تبلیغ رپرتاژ آگهی شما باید برای مخاطب شما ارزشی ایجاد کند، پس نیازی نیست که در این نوع آگهی به وضوح از محصول یا خدمت خود تبلیغ کنید. در عوض این نوع آگهی باید لحن و سبک پست و بلاگ را داشته باشد. منظور از پست‌های وبلاگ مطالبی است که مخاطبان می‌توانند یا خوانند آنها اطلاعاتی مفید به دست بیاورند بنابراین زمانی که مشغول تولید رپرتاژ آگهی خود هستید، ابتدا به این فکر کنید که چطور می‌توانید با محتوای آموزشی به مخاطب هدف خود خدمت کنید. شاید هدف شما از این آگهی، افزایش بازدید از محصول جدیدتان باشد، پس در این مواقع می‌توانید گزارشی تهیه کنید که به محصولات رقابتی این حوزه اشاره دارد و در مقایسه با سایرین محصول شما را در صدر این جدول قرار می‌دهد.

۵. چگونه ریتارگتینگ مکمل سایر استراتژی‌های بازاریابی است؟

ریتارگتینگ، تمام جنبه‌های استراتژی بازاریابی گسترده‌تر دیجیتال را تکمیل می‌کند، زیرا مشتریان احتمالی وسط تا پایین قیف را که هنوز به مشتری تبدیل نشده‌اند شناسایی می‌کند و محصولات و خدمات شما را در ذهن آنها نگه می‌دارد. با ارائه مجدد تبلیغات یا CTA به کاربرانی که قبلاً خرید را در نظر گرفته بودند یا به کالا یا خدمات شما علاقه نشان داده‌اند، شانس این را افزایش می‌دهید که در نهایت مشتری شوند. بدون ریتارگتینگ، شانس اینکه کاربر تعامل اولیه را فراموش کرده و هرگز به صفحه وب برند شما برنی‌گردد، قابل توجه است.

به گفته لافوند: «بازاریابی مجدد ابزاری قدرتمند برای بازاریابی است که برند شما را تکمیل می‌کند و نرخ تبدیل شما را در قیف بازاریابی‌تان هدایت می‌کند. این استراتژی باید مکمل تمام تلاش‌های بازاریابی شما باشد.»

۶. چگونه می‌توان با ریتارگتینگ نرخ تبدیل را افزایش داد

نکات زیر می‌تواند به شما در افزایش نرخ تبدیل کمک کند – خواه این تبدیل به معنای فروش، ثبت نام یا برخی اقدامات دیگر – در طول کمپین شما باشد: CTA ساده را ارائه کنید

تبلیغات ریتارگتینگ باید متفاوت از مواردی باشد که برای بالا بردن سطح آگاهی عمومی از برند در نظر گرفته شده است. کاربرانی که مجدداً به سمت برند شما هدایت می‌شوند احتمالاً با CTAهای واضح و ساده مانند «همین حالا خرید کنید» یا «بیشتر بدانید» درگیر می‌شوند. این CTAها را با زبان کوتاه و ضروری ارائه بدهید و آنها را به راحتی قابل کلیک کنید تا مشتری احتمالی را به صفحه فرود موردنظرتان منتقل کنید.

– آزمایش A / B را انجام دهید

برای اینکه بدانید کدام نوع تبلیغات برای کمپین ریتارگتینگ شما موثرترین است، دو نسخه مختلف از یک آگهی مشابه را آزمایش کنید. پس از یک دوره آزمایشی مختصر، بررسی کنید که کدام نسخه باعث تعامل بیشتر می‌شود.

– در مورد گزینه‌های ریتارگتینگ خلاق باشید

ریتارگتینگ تبلیغات می‌تواند استاتیک، پویا یا حتی مبتنی بر فیلم باشد. بسته به آنچه که برای ارزش پیشنهادی شما و بخش مخاطبان شما مناسب است، برای تازه نگه داشتن چیزها، انواع مختلفی از تبلیغات را در نظر بگیرید.

– از خستگی تبلیغ آگاه باشید

هنگام ریتارگتینگ، مراقب باشید که مشتریان احتمالی را خسته نکنید. کاربران به سرعت از دیدن تبلیغات مشابه از یک برند خسته می‌شوند. بارها و بارها نمایش دادن آگهی‌های تبلیغاتی به آنها می‌تواند نتیجه عکس داشته باشد و باعث شود مشتری احتمالی برای همیشه از فرآیند تبدیل خارج شود.

– پیوسته رویکرد خود را بهبود کنید

اجازه ندهید که کمپین ریتارگتینگ شکل به صورت خودکار اجرا شود. بهترین کمپین‌های ریتارگتینگ مواردی هستند که برندها مرتباً آرزایی و بررسی می‌کنند. دائماً کمپین ریتارگتینگ خود را مورد بازدید قرار دهید، داده‌ها را بررسی کنید و فرصت‌های موجود را برای بهبود آن در نظر بگیرید. استراتژی ریتارگتینگ روشی پیشرفته برای استفاده مجدد از کاربران علاقه‌مند قبلی، با تکیه بر بینش‌های داده محور و روش‌های ردیابی پیشرفته برای افزایش نرخ تبدیل در بین مخاطبان هدف است. با این حال، مفهوم پشت آن ساده است: اگر به کاربرانی که از قبل علاقه‌مند کالا یا خدمات شما هستند (یا حداقل در مورد آن کنجگاو بوده‌اند)، دسترسی پیدا کنید، نرخ تبدیل‌تان افزایش خواهد بود. اگر این استراتژی به درستی انجام شود به راحتی می‌تواند به شما در افزایش نرخ تبدیل و بهبود بازده کلی سرمایه‌گذاری در استراتژی بازاریابی دیجیتال کمک کند.

منبع: **business/bazdeh**

به آنچه در عنوان مطرح شده، پایبند باشید

پس از اینکه پیش‌نویس آگهی آماده شد، قبل از ادامه مراحل، یک بار متن خود را بخوانید و به این پرسش پاسخ دهید: آیا متن شما آنچه را که در عنوان مقاله مطرح کرده‌اید، نشان می‌دهد و با عنوان‌تان مطابقت دارد؟

به عنوان مثال اگر عنوان پست شما نکاتی درباره تیم بازاریابی است، اما شما صرفاً در متن از آژانس بازاریابی خود تعریف می‌کنید، پست شما بیشتر شبیه به صفحه توضیح خدمت و محصول به نظر می‌رسد.

پس بسیار مهم است که اطلاعات موجود در مقاله خود را با عنوان آن هماهنگ کنید تا خوانندگان بدانند که وقتی عنوان آگهی شما را می‌خوانند در چه زمینه‌ای اطلاعات به دست خواهند آورد. علاوه بر این، به دلیل تبلیغات کاذب اعتبار خود را از دست نخواهید داد و می‌توانید مطمئن باشید که در حال خدمت به مخاطبان خود هستید.

در رپرتاژ آگهی راه‌حلی برای مشتری مطرح کنید

خدمت به مخاطبان باید از اولویت‌های اصلی رپرتاژ آگهی باشد. درست است که هدف نهایی استفاده از این روش تبلیغی، در حقیقت کمک به شرکت و تبلیغات است ولی باید بدانیم که در نهایت، ارائه راه حل به مخاطبان، و مشتریان بیشتری را برای شما جذب می‌کند. پس مفید بودن مطالب برای مخاطبان بسیار بااهمیت است.

از صحبت در مورد شرکت‌تان پرهیز کنید

این یک قانون مهم است که این نوع آگهی، به شکل یک تبلیغات مفصل و طولین نیست پس باید مراقب بود که از این فرصت به خوبی استفاده کنیم و اصلا در مورد شرکت خودمان صحبت نکنیم. این نکته باید در مورد تمامی انواع رپرتاژ آگهی رعایت شود.

به همین ترتیب اگر در حال نوشتن یک راهنما هستید، وقتی شرکت خود را به عنوان منبع در نظر می‌گیرید حتما گزینه‌های دیگر را نیز مطرح کنید. برای اینکه به خوانندگان ارزش افزودهای اضافه کنید، دانش خود را در این صنعت با آنان در میان بگذارید و همچنین نام سایر برندهای مطرح را نیز ذکر کنید.

مخاطبان خود را با بیان مطالب استثنایی و جذاب خوشحال کنید

فرصت خوبی است تا اکنون که در حال نوشتن یک رپرتاژ آگهی هستید، سعی کنید از روش‌های جدید برای رضایت مخاطبان و مشتریان خود بهره بگیرید. مثلا به جای استفاده از عکس از انیمیشن‌های زیبا استفاده کنید یا به جای متن از ایموجی‌ها یا سایر سبک‌ها استفاده نمایید و همیشه این موضوع را در نظر داشته باشید که مخاطب یا خواننده باید مشتاقان و علاقه‌مند باشد تا مطلب ما را بخواند، پس متن و آگهی ما باید برای مخاطب جذاب و سرگرم‌کننده نیز باشد.

ایستگاه بازاریابی

جای خالی فروش‌های حضوری در بازار

فروش و مدیریت آن را می‌توانیم قلب مدیریت بازاریابی بدانیم. مدیریت مطلوب در فروش می‌تواند موجب رونق اقتصاد کشورها شده و بالعکس اگر توجه اندکی به آن نشود می‌تواند هر کشور یا هر شرکتی را دچار بحران‌های مالی کند. چیزی که متأسفانه در بازاریابی‌ها یا فروش‌های امروزی کمتر شده است، فروش حضوری است. اگر چندین سال پیش را در نظر بگیریم یادتان خواهد آمد که برخی از افراد به عنوان بازاریاب به مراکز فروش یا محل‌های مختلفی که می‌توانستند مشتریان محصول آنها در آن باشند سر می‌زدند و از آنها سفارش فروش دریافت می‌کردند. به این افراد ویزیتور نیز گفته می‌شد. در واقع کار اصلی این فروشندگان، فروش حضوری بود.

کم کم با افزایش روش‌های مختلف بازاریابی و سپس همه‌گیر شدن ارتباطات اینترنتی موجب این نوع از فروش یعنی فروش حضوری بسیار کم‌رنگ شد. در حالی که هر روش فروشی در بازاریابی دارای مزیت‌هایی است که سایر روش‌ها فاقد آن هستند بنابراین باید تلاش اصلی برای جلوگیری از کم‌رنگ کردن روش‌های مختلف بازاریابی یا فروش به سمتی برود که روش‌های مختلف در موقعیت‌های گوناگون و مناسب به شکل درستی مورد استفاده قرار بگیرند.

فروش حضوری از آن دسته از روش‌های فروش است که می‌تواند دقیقاً خواسته‌های مورد نیاز مشتریان را تأمین کند. آنها با مراجعه حضوری به محل مشتریان خود و گرفتن سفارش از آنها یا پرس و جو درباره نیازمندی‌های‌شان علاوه بر اینکه می‌توانند نیازهای واقعی مشتریان را تشخیص داده و تقاضاهای آنها را به درستی تأمین کنند بلکه این اقدام خود یک زمینه تحقیقاتی قوی در حوزه بازار نیز محسوب می‌شود.

به نظر مشاوره بازاریابی، علی‌رغم اینکه این روش بازاریابی در ایران در حال کم‌رنگ شدن است و افراد کمی تمایل به فروش حضوری دارند، در کشورهای توسعه یافته، همچنان این روش فروش به قوت خود باقی است و درصد بالایی از روش‌های فروش را شامل می‌شود. در ادامه به مزیت‌هایی که این روش فروش دارد و می‌تواند مفید فایده واقع شود که متأسفانه در حال کم‌رنگ شدن است اشاره می‌کنیم.

یک- معرفی محصول

اگر شما محصول جدیدی دارید که می‌خواهید مشتریان شما از وجود آن آگاه شوند، روش فروش حضوری بهترین روش است، چرا که مشتریان شما در این روش، فرصت دارند با فردی که به فروش حضوری می‌پردازد گفت‌وگو کرده و اطلاعات دقیقی از محصول جدید شما کسب کنند. در حالی که در ایران فقط با تکیه بر تبلیغات می‌خواهند به این هدف خود برسند. تبلیغات شاید بتواند محصول جدید شما را به مخاطبان و مشتریان معرفی کند، ولی هرگز نمی‌تواند اطلاعات کافی که مشتریان شما نیاز دارند تا به این محصول جدید اعتماد کنند به آنها بدهد. پس فروش حضوری از جمله بهترین روش‌ها برای معرفی محصول جدید است.

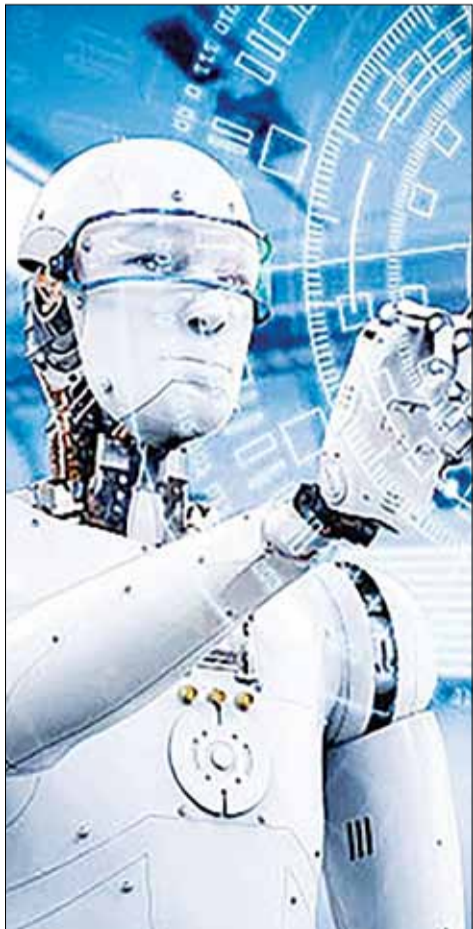
دو- اشتغال‌زایی

یکی از اهدافی که استارت‌آپ‌های مختلف دنبال می‌کنند این است که بتوانند افراد زیادی را از طریق کسب و کاری که راه‌اندازی می‌کنند مشغول به فعالیت کنند. فروش حضوری دقیقاً همین هدف را در بطن خود به دنبال دارد. علاوه بر اینکه کیفیت و میزان فروش شما را افزایش خواهد داد بلکه می‌تواند یک راه اشتغال‌زایی مناسب برای افراد باشد.

سه- حفظ موقعیت محصول

فروش حضوری از آنجایی که دقیقاً نیاز مشتریان شما را تأمین می‌کند از نزدیک نیازها و تقاضاهای آنها را مورد مشاهده قرار می‌دهد و سپس محصول مناسبی را به آنها معرفی می‌کند که یکی از بهترین روش‌ها برای ارتقای موقعیت محصول شما در بازار است، چرا که شما محصول‌تان را به دست مشتریان اصلی خود می‌رسانید و اگر نقضی در محصول شماست به طور مستقیم با مشتریان در ارتباط هستید و به سرعت آنها را رفع خواهید کرد.

منبع: qmpmarketing



روش بهبود استراتژی بازاریابی موبایلی یا موبایل مارکتینگ



به عنوان صاحب کسب و کار، باید درباره چگونگی دستیابی به کاربران گوشی‌های هوشمند و ایجاد تجربه‌ای عالی که باعث شود آنها به سمت شما بازگردند، به خوبی فکر کنید. روزگاری خرید آنلاین را به عنوان پدیده‌ای نوظهور می‌شناختند. امروزه، بیشتر آدم‌ها در زندگی روزمره خود بارها و بارها از آمازون، eBay و بیشمار وبسایت تجارت الکترونیک به صورت آنلاین خرید می‌کنند. همچنین، مدت‌ها است که از دوره تلفن‌های همراه عظیم‌الجثه عبور کرده‌ایم و این تلفن‌ها امروزه به رایانه‌های کوچک، تخت و قدرتمند تبدیل شده‌اند. در ادامه این نوشتار با ما همراه باشید تا پنج روش بهبود استراتژی بازاریابی موبایلی یا موبایل مارکتینگ را بشناسید.

محبوبیت کسب و کارهای آنلاین و گوشی‌های هوشمند روز به روز در حال افزایش است. امروزه، مصرف‌کنندگان به جای آنکه در مکان خاصی بنشینند، رایانه‌شان را روشن کنند و منتظر بالا آمدن و اتصال آن به اینترنت باشند، می‌توانند گوشی‌های هوشمندشان را از جیب خود در بیاورند و طی چند ثانیه به وبسایت مورد علاقه‌شان دست پیدا کنند.

اگر می‌خواهید شاهد رونق کسب و کارتان باشید، باید استراتژی بازاریابی موبایلی‌تان را بهبود ببخشید. بخش قابل توجهی از ترافیک اینترنت (۵۸ درصد) متعلق به گوشی‌های هوشمند است بنابراین، اگر سایت‌تان با قالب موبایل سازگار نیست، احتمالاً بیش از نیمی از تعامل با مشتری و فروش‌تان را از دست خواهید داد.

ولی نباید برای همیشه از چنین ترافیکی محروم بمانید. کارهایی وجود دارند که با استفاده از آنها می‌توانید استراتژی بازاریابی موبایلی‌تان را بهبود ببخشید؛ در این مقاله، قصد داریم به پنج روش بهبود استراتژی بازاریابی موبایلی یا موبایل مارکتینگ اشاره کنیم.

۱. عملکرد وبسایت خود را بررسی کنید

آیا می‌دانید عملکرد سایت‌تان برای کاربران موبایل چگونه است؟ اگر از این مسئله آگاه نیستید، وقت آن فرا رسیده است که به بررسی این مسئله بپردازید. مرورگر گوشی هوشمندتان را باز کنید، به بخش ناشناس مرورگرتان بروید و آدرس سایت‌تان را وارد کنید. به این ترتیب، می‌توانید کاملاً متوجه شوید وقتی دیگران از طریق موبایل وارد وبسایت‌تان می‌شوند، چه چیزهایی را مشاهده می‌کنند. اکنون، به این مسئله فکر کنید که وقتی یک مشتری جدید از طریق گوشی هوشمند خود وارد سایت‌تان می‌شود، چه چیزهایی را می‌تواند ببیند.

مشکلات موجود در عملکرد وبسایت، نظیر پایین بودن سرعت بالا آمدن سایت، می‌تواند به اندازه قابل توجهی بر میزان تبدیل بازدیدکنندگان سایت به مشتریان همیشگی تأثیر منفی بگذارد و به طور کلی، باعث ناراحتی بازدیدکنندگان شود - به خصوص آنهایی که از طریق دستگاه‌های همراه وارد سایت می‌شوند. بیشتر کاربران گوشی‌های هوشمند انتظار دارند صفحات وبسایت طرف کمتر از دو ثانیه باز شوند. معمولاً پس از گذشت سه ثانیه، بیشتر آدم‌ها دکمه بازگشت را خواهند زد یا مرورگر را خواهند بست.

اگر یکی از این کاربران برای خرید یک محصول وارد وبسایت‌تان شود، پس از گذشت دو ثانیه، به طور کلی مشتری‌تان را از دست خواهید داد. بهترین کاری که می‌توانید در این شرایط انجام دهید، بررسی راه‌هایی برای افزایش سرعت سایت‌تان است. برای این کار می‌توانید پلاگین‌های غیرفعال را که امکانات سایت‌تان استفاده می‌کنند، حذف کنید. تصاویرتان را قالب‌بندی کنید و ویدئوهای‌تان را در سایر پلتفرم‌ها، نظیر یوتیوب، بارگذاری کنید.

باید به طور مرتب سرعت و عملکرد وبسایت‌تان را بررسی کنید. فرآیند پرداخت را در سایت‌تان آزرایی کنید، مطالب‌تان را بازخوانی کنید و فرم تماس سایت‌تان را امتحان کنید. اگر سرعت یا عملکرد سایت‌تان را مناسب باشند، شانس‌تان برای تبدیل مشتری راغب به مشتری واقعی بیشتر می‌شود.

۲. جست‌وجوی صوتی را در سایت‌تان بهینه‌سازی کنید

وقتی مخاطبان کلیدواژه‌ای را داخل گوگل جست‌وجو می‌کنند، بهینه‌سازی موتور جست‌وجو (سنسو) در سایت‌تان بهترین راه برای

هدایت آنها به سمت شما خواهد بود. ولی به تازگی، سنوی جست‌وجوی صوتی نیز رواج پیدا کرده است. تمام گوشی‌های هوشمند اپل و اندروید دستیار صوتی مخصوص به خودشان را دارند و بسیاری از آدم‌ها از گوینده‌های هوشمند نظیر الکسای آمازون در دستگاه‌های هوشمند خود استفاده می‌کنند.

کلیدواژه‌های مربوط به جست‌وجوی صوتی با کلیدواژه‌های سنتی متفاوت هستند. بازاریاب‌ها و متخصصان سنو کلیدواژه‌های کوتاه‌تر را انتخاب می‌کنند، زیرا مصرف‌کنندگان هنگام استفاده از گوگل به طور میانگین سه الی چهار کلمه را تایپ می‌کنند. کاربران جست‌وجوی صوتی معمولاً پرسش‌های کاملی را مطرح می‌کنند و نحوه بیان خواسته‌های‌شان را تغییر می‌دهند؛ زیرا معمولاً نحوه صحبت کردن‌مان با نحوه تایپ کردن‌مان فرق دارد.

جهت ایجاد پاسخ‌های کوتاه‌تر و جامع‌تر برای برخی موضوعاتی که وبسایت‌تان آنها را پوشش می‌دهد، می‌توانید محتوای‌تان را اصلاح کنید. این استراتژی می‌تواند شما را به بالاترین رتبه‌ها در جست‌وجوی گوگل برساند؛ به این ترتیب، به سرعت می‌توانید ترافیک سایت‌تان را افزایش دهید.

امروزه، بسیاری از شرکت‌ها از کانال‌های یوتیوب استفاده می‌کنند تا بتوانند مخاطبان خاص خود را پیدا کنند و آنها را به سمت وبسایت خود هدایت کنند. اگر شما هم از یوتیوب استفاده می‌کنید، حتماً سعی کنید برای ویدئوهای‌تان زیرنویس تهیه کنید. عناوین و زیرنویس‌ها به الگوریتم یوتیوب کمک می‌کنند ویدئوهای‌تان را در جای مناسب خود قرار دهند.

همچنین، افزودن نوشته به ویدئوها احتمال دسترسی مخاطبانی را که برای اولین بار به موضوعات موردنظرشان - موضوعاتی که ویدئوهای شما آنها را پوشش می‌دهند - از جست‌وجوی صوتی استفاده می‌کنند، افزایش می‌دهد.

۳. بر ایجاد محتوای سازگار با موبایل تمرکز کنید

نحوه بارگیری و بارگذاری سایت‌تان از اهمیت بالایی برخوردار است، ولی تمرکز بر ایجاد محتوای سازگار با موبایل باعث می‌شود مخاطبین مدت زمان بیشتری در سایت‌تان باقی بمانند. هنگام ایجاد پست‌ها، صفحات تبلیغ و فروش، یا مطالب جذب‌کننده مشتریان راغب (لیدها) حتماً به خاطر داشته باشید، نیمی از آدم‌هایی که محتوای‌تان را می‌بینند و می‌شنوند، از طریق گوشی‌های هوشمند به سایت‌تان دسترسی پیدا کرده‌اند.

توصیه می‌شود پاراگراف‌های کوتاه و در عین حال، کاملی بنویسید که دارای عنوان، تقسیم‌بندی و تصویر باشند. اگر بازدیدکنندگان با متن نوشتاری طولانی و خسته‌کننده‌ای مواجه شوند، این احتمال وجود دارد که به سرعت سایت‌تان را ترک کنند.

پاراگراف‌های کوتاه و مطالب سازمان‌دهی و قالب‌بندی شده به کاربران گوشی‌های هوشمند کمک می‌کنند به سرعت مطالب و پست‌ها را بررسی کنند؛ در نتیجه، احتمال اینکه به طور کامل محتوای‌تان را مطالعه کنند، در فراخوان‌های‌تان به تعامل بپردازند و مرتباً به سراغ کسب و کارتان بیایند، بیشتر می‌شود.

۴. نحوه استفاده و شکل سایت‌تان را ساده کنید

در این بخش، می‌خواهیم در این مورد صحبت کنیم که چرا ساده کردن نحوه استفاده از شکل و همچنین، قالب‌بندی سایت از اهمیت بالایی برخوردار است. دو مسئله برای کاربران گوشی‌های هوشمند بسیار بااهمیت است: سرعت و دقت. وقتی یک کاربر وارد سایت‌تان می‌شود، می‌خواهد گزینه‌ای را برای هدایت دقیق به سمت مطالب موردنظر خود در اختیار داشته باشد.

اگر بخش نوار ناوبری (قسمتی از یک سایت که گزینه‌ها و بخش‌های مختلف سایت را به بازدیدکنندگان نشان می‌دهد) سایت‌تان به خاطر نوع طراحی یا شکل خاص سایت به راحتی قابل دیدن نباشد، احتمالاً آدم‌های کمتری می‌توانند به بخش‌های مختلف سایت‌تان دسترسی و به طور کلی، با شما تعامل پیدا کنند. برای مثال، اگر فردی یکی از صفحات سایت‌تان را از طریق جست‌وجوی گوگل پیدا کند، احتمال

منبع: business/bazdeh



۳ توصیه برای همکاری با افرادی که در دورکاری عملکرد خوبی ندارند

دورکاری که اواخر سال گذشته موقتی به نظر می‌رسید تا نیمه‌های امسال آماده پیدا کرده و بعید نیست تا چند ماه دیگر در بر همین پاشنه بچرخد. شاید برخی از ما با این شرایط اخت گرفته باشیم اما عادت کردن به آن با حفظ بازدهی تیم تفاوت دارد چراکه باید بین وظایف خانوادگی، فقدان ابزارهای کارآمد مثل سیستم قدرتمند، اینترنت سریع، سکوت لازم برای تمرکز و موارد دیگر تعادل برقرار کرد. بعید نیست برخی از اعضای تیم در تطبیق دادن خود با این شرایط ناموفق بوده و بازدهی‌شان کاهش پیدا کرده باشد. خیر خوب این است که با برخی راهکارها می‌توان آنها را با تیم همراه کرده و به سطح کارایی مورد انتظار رسانید.

اولویت‌های کارکنان را درک کنید

مسأله‌ای از دورکاری حرف می‌زنیم انگار فقط چارچوب فیزیکی اطراف فرد فرق کرده در حالی که اولویت‌ها و ترجیحات افراد حین دورکاری به شدت تغییر می‌کند. از آنجا که شما با کارکنان ملاقات حضوری ندارید، اطلاع از این ترجیحات دشوارتر است اما می‌توانید با تمرکز روی مسائل کاری صحبت در این باره را شروع کرده و به طرف مقابل اجازه دهید در صورت تمایل اطلاعات شخصی خود را با شما در میان بگذارند.

برای مثال از آنها بپرسید به چه روشی (تماس تصویری، واتس‌اپ، پیامک یا تماس تلفنی)، چه زمانی (چه ساعتی از روز یا هفته، چند وقت یک بار و به صورت از پیش تعیین شده یا هر زمان لازم شد)، چرا (برای پیگیری کارها، کار روی پروژه‌های خاص یا گپ زدن) و تا چه حدی (فقط مسائل کاری یا دوره‌های اینترنتی) دوست دارند با تیم ارتباط برقرار کنند.

شاید این موارد ساده به نظر برسند اما در زمان دورکاری فرهنگ سازمانی رایج کنار گذاشته شده و افراد براساس اولویت‌های خود روندی را پیش می‌برند که می‌تواند برای برخی از اعضای تیم آزاردهنده باشد. برای درک بهتر شرایط تیم کافی است این سوالات را با آنها در میان بگذاریم.

انعطاف‌پذیر و قابل پیش‌بینی باشید

یکی از روش‌های مدیریت تیم این است که رفتارشان را براساس اولویت‌ها و ترجیحات نیروهای‌تان تنظیم کنید اما فارغ از اینکه این کار را انجام می‌دهید یا خیر باید تا حد ممکن رفتار و تصمیم‌های شما قابل پیش‌بینی باشد.

کرونا باعث شده شرایط برای بسیاری از کارکنان به شکلی غیرقابل پیش‌بینی و ناآشنا تغییر کند. در چنین اوضاعی غیرقابل پیش‌بینی بودن تصمیمات شما هم قوز بالای قوز می‌شود بنابراین سعی کنید اولویت‌های‌تان را به‌الگویی پیش‌فرض تبدیل کرده و از وارد کردن استرس اضافی به کارکنان خودداری کنید. در این شرایط تصمیمات طرف مقابل هم برای شما قابل پیش‌بینی خواهد بود و مجبور نیستید فشار اضافی را برای درک واکنش آنها به وظایف محوله تحمل کنید.

با کارکنان همدلی کنید

کار همیشه بخش مهمی از زندگی ما بوده و طبیعتاً با بسیاری از کارکنان روابطی دوستانه و همدلانه داشته‌ایم که روی کیفیت زندگی ما اثرگذار بوده است. این روابط در دوران کرونا و قرنطینه کم‌رنگ شده‌اند اما با استفاده از ابزارهای فناوری می‌توان تا حدودی جای خالی آن را پر کرد.

هیچ چیزی به اندازه همدلی در ایجاد ارتباطی قوی با کارکنان تاثیر ندارد و بحران کرونا هم این تاثیر را دوچندان کرده است. هرچند نشان دادن همدلی از طریق زوم و واتس‌اپ کار ساده‌ای نیست اما برای کمک به همکاران از آنها بپرسید چه حس و حالی دارند، شرایط‌شان چگونه است و با قرنطینه طولانی مدت و دورکاری کنار آمده‌اند یا خیر. در کنار این موارد به آنها بگویید که کنارشان هستید و می‌توانند روی کمک شما حساب باز کنند.

منبع: fastcompany/digato



چطور در سخنرانی به بهترین نحو ممکن توجه مخاطبان را جلب کنیم؟



دهید در هنگام جلسه حاضر باشد تا وقتی چیزی به ذهن‌تان رسید، همان لحظه بیان کنید و به جذابیت سخنرانی خود بیفزایید. خیلی خوب است در حین سخنرانی مسئله‌ای شخصی درباره خودتان تعریف کنید تا شنوندگان احساس نزدیکی بیشتری کنند. مدیر ارشد یک شرکت در جلسه با همکارانش اذعان کرد بعد از اینکه از عهده مخارج دانشگاه برنمی‌آمد، عهده‌دار مشاغل چون متصدی بار، راننده تاکسی و آشپزی شد. حضار بعد از شنیدن خاطره او که هدفش این بود بگوید می‌توانیم به چیزهایی بیشتر از انتظارمان دست پیدا کنیم، متحیر شدند. البته صداقت و اعتراف حقیقت درباره خودتان، شجاعت شما را نشان می‌دهد.

با مخاطبان وارد تعامل شوید

کارشناسان علوم اجتماعی اعلام کردند مخاطبی که فعال باشد خیلی بهتر از مخاطبی که تنها گوش می‌دهد، متقاعد می‌شود. به فعالیت واداشتن شنوندگان در سخنرانی سبب می‌شود با دقت بیشتری گوش دهید و نکاتی که بیان می‌شود را به خوبی درک کنید. قطعاً در کلاس‌های درس هم دیده‌اید، وقتی استاد از دانشجویانی که غیرفعال تر هستند، سؤال می‌پرسد، آنها را وادار می‌کند هوشیارتر باشند و نقش فعالی در کلاس ایفا کنند.

تیتراهای واضحی برای اسلایدهای‌تان در نظر بگیرید

اگر در سخنرانی خود از اسلاید استفاده می‌کنید، تیتراهایی را به کار ببرید که تمام نقطه نظرات‌تان را بیان می‌کند. معمولاً حضار از تیتراها به ایده اصلی پی می‌برند و درون اسلایدها به دنبال شواهدی برای اثبات آن ایده‌ها هستند.

برای مثال، «ما می‌توانیم به بازار تسلط پیدا کنیم» به نسبت «سهام بازار» بسیار بهتر است. این جمله انجام عملی را متذکر می‌شود و توجه شنوندگان را خیلی بیشتر از «سهام بازار» به خود جلب می‌کند. سخنرانی‌تان کوتاه باشد

پیش از اینکه شنوندگان را خسته کنید تا جایی که به حرف‌های‌تان گوش ندهند، به سخنرانی خاتمه دهید. زمانی که مخاطبان از نظر جسمی خسته شوند، ذهن‌شان هم از کار می‌افتد و تنها به شما نگاه می‌کنند.

روی صحنه حاضر شوید

وقتی فردی روی سن برود، قطعاً نظر مخاطبان را به خود جلب خواهد کرد. «رالف والدو امرسون» (نویسنده و شاعر قرن نوزدهم آمریکایی) می‌گوید: «آنچه هستید به قدری واضح و بلند حرف می‌زند که هیچ کسی نمی‌تواند صدای‌تان را بشنود.»

حضار در حین سخنرانی تمام حرکات سخنران را زیر نظر دارند؛ صورت، طرز ایستادن، صدا و زبان بدن شما گویای همه چیز است. ذهن انسان با کوچک‌ترین نشانه فیزیکی، به نیت و هدف طرف مقابل پی می‌برد. جالب است بدانید، ذهن این کار را در یک دهم ثانیه انجام می‌دهد و بدون شک سخنرانی این‌قدر کوتاه نخواهد بود. شاید دچار اضطراب شوید و نتوانید بهترین حالت را از خود نشان دهید، این می‌تواند روی مهارت شما در جلب توجه مخاطبان تأثیر بگذارد. در هر سخنرانی، حضار در لحظاتی مجبور هستند به حرف‌های شما گوش دهند، اما اگر مطلبی که ادا می‌کنید برای مخاطب جالب باشد، بهتر به حرف‌های‌تان گوش خواهند داد.

منبع: inc/ucan

از همان ابتدا مخاطبان را درگیر جملات انتزاعی یا مفاهیم آکادمیک کنید. توصیه می‌کنیم دانش خود را پنهان نگه دارید. بهتر است از تکنیک داستان‌گویی استفاده کنید، زیرا ذهن ما طوری برنامه‌ریزی شده که اطلاعات را از طریق داستان بهتر درک می‌کند. سخنرانان زیادی از این روش استفاده کرده‌اند تا توجه مخاطبان را به خود جلب کنند. برای مثال، جمله ابتدایی رابرت کندی، وقتی در قایقی روی رود «هادسون» سخنرانی می‌کرد را برای‌تان می‌گوییم. او به سمت جنوب اشاره کرد و اینطور شروع کرد: «اگر به این مسیر نگاه کنید، کانال‌هایی را می‌بینید که از میلیون‌ها سال قبل بزرگ‌ترین محل تخم‌ریزی تاس ماهی‌ها در دنیا بوده است.»

البته وقتی به جایی که او اشاره می‌کرد نگاه می‌کردید، چیزی جز آب آلوده خاکستری رنگ دیده نمی‌شد و هیچ تاس ماهی‌ای به چشم نمی‌خورد، اما تصویر رودخانه‌ای زیبا در ذهن تداعی می‌شد که ماهی‌ها در آن شنا می‌کردند. او بعد از این جمله تاثیرگذار، درباره مشکلات رودخانه هادسون صحبت کرد.

همانند رود، همواره در جریان باشید

وقتی در حال تماشای فیلمی هستیم، اگر اتفاق خاصی رخ ندهد، تمایل خود را برای نشستن مقابل فیلم از دست می‌دهیم یا وقتی نویسنده رمانی که در حال خواندن هستیم، دو صفحه را به توصیف باغی اختصاص دهد، حوصله‌مان سر می‌رود و هیچ تمایلی به خواندن ادامه کتاب نخواهیم داشت. در این شرایط دستان‌دستور می‌دهد «هن به دنبال هیجان، درام، اتفاق و تعلیق هستیم». این مسئله در مورد شنوندگان سخنرانی نیز صادق است. شنوندگان به دنبال سخنرانی‌هایی هستند که مختصر و با مفهوم‌اند و آنها را به سوی نتیجه رهنمون می‌کند.

رود حرکتی دائمی دارد و همواره در حال تغییر است. برای پاسخ دادن به تنوع‌طلبی شنوندگان، سخنرانی خود را همانند جریان رودخانه انجام دهید نه مانند یک کانال. ممکن است هر لحظه اتفاق جدیدی رخ دهد، خصوصاً زمانی که در حال برگزاری وبینار (سمینار اینترنتی) هستید زیرا در این نوع سمینارها با احتمال بیشتری حواس مخاطبان پرت می‌شود.

سریع اصل مطلب را ادا کنید

مخاطبان دوست دارند خیلی زود مطلبی که می‌خواهید بگویید را دریافت کنند. وقتی این نیاز را پاسخ نمی‌دهید، از شما دلگیر خواهند شد.

«ست گودین» (نویسنده، کارآفرین و سخنران معروف آمریکایی) در یکی از سخنرانی‌های خود گفت بازاریابی محصولات تا جایی مهم است که نباید آن را به بازاریابان واگذار کرد. اولین جمله ویدئو این بود: «بازاریابی محصولات فنی تا جایی اهمیت دارد که نباید آن را به عهده بازاریاب‌ها بگذاریم». این یک سخنرانی معمولی نبود بلکه همانند قطاری سریع‌السیر از نقطه‌ای شروع به حرکت می‌کرد و روی ذهن مخاطب تأثیر می‌گذاشت. پس باید اصل مطلب را خیلی زود به شنوندگان انتقال دهید تا تمام حواس‌شان جمع شما شود.

احساسات مخاطبان را برانگیزید

سخنران با طرز گفتن به جذابیت گفته‌هایش می‌افزاید، زیرا جو جلسه و ذهنیت حضار را تغییر می‌دهد. البته اگر کم‌دین نیستید، خیلی به دنبال جوک تعریف کردن نباشید. تنها به غریزه شوخ‌طبعی‌تان اجازه

قطعاً شما هم تاکنون در زندگی شخصی و شغلی‌تان مجبور به سخنرانی شده‌اید. منظور ما از سخنرانی، صحبت کردن پشت میکروفون درباره موضوعی مهم و در مقابل هزاران مخاطب نیست، بلکه این شرایط می‌تواند وقتی رخ دهد که می‌خواهید پیشنهاد یا پروپوزالی را در یک جلسه کاری ارائه دهید یا حتی از پایان‌نامه‌تان در مقابل جمع دفاع کنید. آنچه اهمیت دارد، ارائه یک سخنرانی پربرار و دل‌نشین است که بهترین تأثیر را روی مخاطبان بگذارد. در ادامه با ما همراه باشید تا ۱۰ نکته مهم را برای جلب توجه مخاطبان در سخنرانی معرفی کنیم.

به گفته کارشناسان، دو نوع توجه سر پایین و سر بالا وجود دارد. توجه سر بالا زمانی است که شنونده باید برای توجه کردن تلاش زیادی کند. توجه سر پایین وقتی رخ می‌دهد که شنونده کاملاً جذب سخنران است و چاره‌ای جز توجه و گوش دادن ندارد.

در ادامه مقاله، ۱۰ ترفند را معرفی می‌کنیم که به شما امکان می‌دهد با حفظ اعتبار حرفه‌ای‌تان، توجه مخاطبان را در هنگام سخنرانی به خود جلب کنید.

سخنرانی کوبنده‌ای داشته باشید

می‌توانید سخنرانی خود را کوبنده شروع کنید و با همان جمله اول مخاطبان را جذب کنید. قطعاً شنوندگان به سخنرانی‌هایی علاقه دارند که با اولین جمله توجه آنها را جلب می‌کند. در ادامه به تعدادی از این جملات اشاره می‌کنیم:

«ما امروز در میدان نبرد ایستاده‌ایم، جایی که ۴۰ سال پیش، بدترین روزهای جنگ را از سر گذراند.» – رونالد ریگان، رئیس‌جمهور سابق ایالات متحده آمریکا.

«من به‌عنوان نماینده‌ای از خانواده‌های سوگوار، در مقابل کشوری ماتم زده ایستاده‌ام.» – کنت اسپنسر، برادر لیدی دیانا.

«ای کاش شما آنجا بودید...» – پاتریسیا فریپ، مدیر سابق انجمن ملی سخنرانان.

این جملات کوبنده آغازین کمک می‌کند توجه‌مان را جلب کنیم، گوش‌های‌مان را تیز کنیم و از خود بپرسیم سخنران ما را به کجا می‌برد. این افراد برجسته سریعاً سر اصل مطلب رفته و حس اشتیاق و کنجکاویمان را برانگیخته‌اند. تمام این جملات توجه سر پایین مخاطبان را جلب کرده‌اند.

تمام شنوندگان را مخاطب خود بدانید

وقتی با جملات کوبنده توجه شنوندگان را به خود جلب کردید، آنها را مخاطب قرار دهید. در مورد اهداف، انگیزه‌ها و نگرانی‌های مخاطبان صحبت کنید. سیسرون، از بزرگ‌ترین سخنرانان تاریخ از روم باستان، گفت: «جلب کردن توجه مخاطبان و نشانه گرفتن اضطراب آنها، از اصلی‌ترین تکنیک‌های سخنرانان موفق است.»

سیسرون قصد دارد با ایجاد حس نیاز یا چیزی که خوشبختی مخاطبان را تهدید می‌کند، توجه آنها را به خود جلب کند تا با رغبت بیشتری به سخنان‌شان گوش دهند. خیلی از شرکت‌ها از ترس، نامنی یا تردید به عنوان ابزاری برای ترغیب مشتریان به خرید محصولات‌شان استفاده می‌کنند. هر یک از این عوامل می‌تواند توجه ما را جلب کند و وقتی معرفی می‌شود، احساس عجیبی پیدا کنیم.

از جملات ملموس استفاده کنید

از جملاتی استفاده کنید که برای شنونده قابل درک است. نباید

اجرای آزمایشی طرح QR CODE (کیو آر کد) در آبفای استان اصفهان



اصفهان - قاسم اسد: طرح QR CODE (کیو آر کد) یا رمزیننه پاسخ سریع به صورت آزمایشی در آبفای استان اصفهان اجرا می شود. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با اعلام این خبر گفت: به منظور دسترسی سریع مشترکین این شرکت به صفحه مجازی ارائه خدمات، طرح QR CODE (کیو آر کد) از ابتدای شهریورماه امسال در شهرهای تحت پوشش مناطق خودگردان شهرضا و برخوار و همچنین منطقه خانه اصفهان در آبفای منطقه ۵ شهر اصفهان به اجرا در می آید. مهندس هاشم امینی افزود: در اجرای این طرح یک پلاک یا برچسب که نقش رمزیننه (کد) بر روی آن حک شده است در اختیار مشترک قرار می گیرد تا در محلی مناسب که به راحتی قابل رویت باشد، داخل منزل نصب کند. وی گفت: مشترکین دارای گوشی تلفن همراه هوشمند می توانند پس از اتصال به اینترنت و اسکن این برچسب، بدون نیاز به وارد کردن نشانی اینترنتی، وارد صفحه مجازی ارائه خدمات پرتال شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان شده و هر کدام از خدمات ۲۳ گانه مورد نیاز خود را ثبت و دریافت کنند. مدیرعامل آبفای استان اصفهان افزود: استفاده از QR CODE (کیو آر کد) یکی از روش های نوین و کاربردی ارائه خدمات در دنیا به شمار می رود که در عین حال می تواند در خدمت آموزش و اطلاع رسانی به شهروندان نیز قرار گیرد. وی ابراز امیدواری کرد پس از استخراج و جمع بندی اجرای طرح QR CODE (کیو آر کد) در شهرهای تحت پوشش مناطق خودگردان شهرضا و برخوار و همچنین منطقه خانه اصفهان در آبفای منطقه ۵ شهر اصفهان، بتوان این طرح را در تمام شهرها و روستاهای تحت پوشش این شرکت اجرا کرد. اضافه می شود در حال حاضر یک میلیون و ۱۶۰ هزار مشترک در ۹۲ شهر و ۲۳۴ هزار مشترک در ۹۵۱ روستا تحت پوشش خدمات شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان هستند.

ابلاغ برنامه های عملیاتی شرکت برق منطقه ای خوزستان

اهواز - شبنم قاجواند: مدیر دفتر هیئت مدیره، مدیرعامل و حسابرسی داخلی شرکت برق منطقه ای خوزستان از تصویب و ابلاغ برنامه های عملیاتی این شرکت در سال ۹۹ خبر داد. مهرداد حیدری ارجلو گفت: با توجه به نامگذاری سال جاری از سوی مقام معظم رهبری به نام سال جهش تولید، برای تحقق شعار سال با همکاری تمامی معاونت ها، اهداف راهبردی شرکت تدوین و برنامه ریزی عملیاتی انعطاف پذیر جهت دستیابی به آنها برای اولین بار در تاریخ این شرکت تهیه شد. وی بیان کرد: از ابتدای سال جاری با برگزاری جلسات منظم در پنج حوزه (معاونت های بهره برداری، طرح های توسعه برق، برنامه ریزی و تحقیقات، مالی و امورشیتیبانی و منابع انسانی) اولویت بندی اهداف کلان مورد بررسی و برنامه های عملیاتی آنها تدوین شد. مدیر دفتر هیئت مدیره، مدیرعامل و حسابرسی داخلی شرکت برق منطقه ای خوزستان افزود: این برنامه های عملیاتی در قالب ۲۶ هدف، ۸۲ شاخص و ۶۳ اقدام توسط هیئت مدیره شرکت مصوب و به واحدهای ذیربط ابلاغ شد که امید است با راهبری مدیران ارشد و تلاش کارکنان تا پایان سال محقق شوند. حیدری ارجلو اضافه کرد: گزارش های فصلی از وضعیت پیشرفت برنامه های عملیاتی ابلاغی تهیه و مورد بررسی قرار می گیرد تا با پیش انجام شده در صورت نیاز اصلاحات لازم در برنامه ها انجام شود.

به مناسبت روز کارمند و هفته دولت عنوان شد:

پیام دکتر محمد پنبه چی معاون توسعه مدیریت، منابع و برنامه ریزی دانشگاه علوم پزشکی مازندران

هر آن کس خدمت جانان به جان کرد / به گیتی نام خود را جلودان کرد
اللَّهُمَّ عَجِّلْ لَوَلِيِّكَ الْفَرَجَ

هفته دولت و روز کارمند که همزمان با ایام سوگواری سرور و سالار شهیدان شده است، فرصتی است برای بزرگداشت مقام شهیدان والا مقام رحانی و باهنر، شهدای دفاع مقدس، شهیدان سلامت و خدمتگزاران بر تالاش کشور. موفقیت امروز دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی مازندران در تمامی عرصه ها برای تحقق مأموریت و رسالت والای دانشگاه، مهربان تلاش، همدلی و همیاری تمامی همکاران فرهیخته این دانشگاه بوده و شایسته تقدیر است. امسال که در فقدان همکاران شهیدمان با دلپایایی شکسته و جسمانی اشکیار به سر می بریم، ضمن گرامیداشت این ایام، قردان زحمت و تلاش های صادقانه شما عزیزان در این دوران دشوار مقابله با همه گیری بیماری منحوس کووید ۱۹ هستیم. آرزو دارم که با توکل بر خدای متعال و در ذیل توجهات خاصه حضرت ولی عصر(عج) و تلاش نجیبانه و صادفانه شما، در تامین و ارتقا سلامت مردم و خودتان، سربلند و موفق باشید.

دکتر محمد پنبه چی

معاون توسعه مدیریت، منابع و برنامه ریزی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی مازندران

آبگیری مخزن ۵۰۰ متر مکعبی گوین / ظرفیت ذخیره آب گوین افزایش یافت

پندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان خمیر از آبگیری مخزن جدید روستای گوین و تامین آب مشترکین از این محل خبر داد. به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب برخوار، جهانبگر حسین زاده افزود: برای تکمیل این پروژه و آبرسانی به روستا علاوه بر احداث مخزن ۵۰۰ متر مکعبی، ۱۶۰۰ متر خط انتقال احداث شده است. وی گفت: اعتبار احداث مخزن توسط یکی از خیران و احداث خط انتقال و پمپ نیز از محل اعتبارات آب و فاضلاب تامین شده است. حسین زاده افزود: آب روستای گوین از ۲حلقه چاه تامین می شود که با آبگیری مخزن جدید هفته دولت امسال به طور رسمی وارد مدار بهره برداری می شود.

۷۴۲۳ واحد مسکونی ویژه سیل زدگان گلستانی هفته دولت امسال افتتاح می شود

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بنیاد مسکن گلستان گفت: ۷ هزار و ۴۲۳ واحد مسکونی سیل زدگان استان در ۷۴۷ روستا و ۳ شهر با اعتبار ۵۹۰ میلیارد تومان در هفته دولت امسال افتتاح می شود. سیدمحمد حسینی با اشاره به پروژه های هفته دولت در حوزه مسکن و عمران و آبادانی روستاها اظهار داشت: در هفته دولت امسال یک هزار و ۱۶۲ میلیارد تومان پروژه در حوزه ساخت مسکن، صدور سند، اجرای طرح های هادی و غیره در روستاهای استان اجرا می شود. وی با اشاره به بهره مندی ۲۵۳ هزار و ۷۷۵ خانوار روستایی از افتتاح و کلنگ زنی پروژه های عمرانی گفت: ۷ هزار و ۴۲۳ واحد مسکونی سیل زدگان استان در ۷۴۷ روستا و ۳ شهر با اعتبار ۵۹۰ میلیارد تومان در هفته دولت امسال افتتاح می شود. مدیرکل بنیاد مسکن استان افزود: افتتاح یک هزار واحد مسکونی احداث شده از محل تسهیلات طرح ویژه بهسازی و نوسازی مسکن روستایی با اعتبار ۴۰ میلیارد تومان از دیگر پروژه ها در حوزه ساخت مسکن روستایی است. وی ادامه داد: در هفته دولت امسال ۱۷۹ پروژه طرح هادی روستایی و بازنگری طرح هادی در ۶۶ روستا با اعتبار ۴۰ میلیارد تومان افتتاح می شود که بیش از ۳۰ هزار خانوار از خدمات آن بهره مند خواهند شد. حسینی گفت: عملیات اجرایی بهسازی و نوسازی ۴ هزار واحد مسکونی در ۹۲۳ روستا با اعتبار ۲۰۰ میلیارد تومان و برخورداری ۴ هزار خانوار از دیگر پروژه های هفته دولت در حوزه بنیاد مسکن انقلاب اسلامی است. وی از اهدای ۵۰۰ جلد سند مالکیت روستایی و ۳۱۰ جلد سند مالکیت شهری، عملیات اجرایی ۳ هزار واحد مسکن محرومان با اعتبار ۱۹۵ میلیارد تومان، شروع عملیات اجرایی ۸۲ واحد مسکن طلاب و ایتمام با اعتبار ۸ میلیارد تومان و شروع عملیات اجرایی ۲۳۴ پروژه طرح هادی در ۲۲۵ روستا با اعتبار ۸۱ میلیارد تومان خبر داد. مدیرکل بنیاد مسکن استان همچنین گفت: همچنین عملیات اجرایی نقشه برداری و تشکیل پرونده با هدف سنددار کردن واحدهای مسکونی در ۶۰۰ روستا و ۱۷ شهر استان با ۱۶۸ هزار خانوار بهره مند نیز در هفته دولت امسال آغاز می شود.

معاون بهبود تولیدات دامی سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی:

توسعه صنعت دامپروری و افزایش تولیدات دامی اولویت جهاد کشاورزی

اراک - خبرنگار فرصت امروز: طرح توسعه پایدار صنعت دامپروری و افزایش ۵۰ درصدی تولید گوشت قرمز و سفید از اولویت های سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی است. معاون بهبود تولیدات دامی سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی گفت: با توجه به وجود واحدهای سنتی و نیمه صنعتی گوساله پروری در استان، قرار گرفتن استان مرکزی در مرکز کشور و همجواری استان با ۶ استان پر مصرف، شرایط افزایش تولید در راستای تحقق شعار سال فراهم است. مجید آذر افزود: طرح توسعه پایدار صنعت دامپروری از ۲ سال گذشته با هدف شناسایی و افزایش پرورش و تولید دام و طیور بر اساس ظرفیت های استان ها در کشور آغاز شده است. او گفت: با توجه به ظرفیت های استان مرکزی افزایش تولید و پرورش گوساله پروری، مرغ و تخم و مرغ در راستای ارتقای درآمدی و اشتغال در استان از برنامه های اولویت دار این سازمان است. معاون امور دام و طیور سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی در ادامه افزود: اکنون ۵۰ هزار تن گوشت قرمز سالانه در استان مرکزی تولید می شود که ۱۷ هزار و ۵۰۰ تن این محصولات در استان مصرف و ۷۰ درصد آن به سایر نقاط کشور ارسال می شود. آذر گفت: ۲۰۰ هزار راس گوساله آماده پرور سالانه به استان مرکزی وارد و پس از پروراندی به سایر استان های کشور ارسال می شود که امکان افزایش این تولیدات در استان وجود دارد. او اظهار داشت: ۴۰ درصد از تولید گوشت مرغ و ۵۰ درصد تخم مرغ تولیدی در این استان نیز به سایر استان های کشور ارسال و بقیه در داخل استان مصرف می شود.

تعیین رییس جدید کمیسیون فرهنگی و اجتماعی شورای شهر تبریز
قلیزاده: موزه داری شهرداری تبریز به نوعی انبارداری است

آذربایجان شرقی - فلاح: با تعیین هیئت ریسه کمیسیون فرهنگی و اجتماعی شوروی اسلامی شهر تبریز، شکور اکبرنژاد بعنوان رییس جدید این کمیسیون انتخاب شد. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، در پی این انتخاب، فرج محمدقلیزاده نیز به عنوان دبیر کمیسیون فرهنگی و اجتماعی شوروی شهر تبریز تعیین شد. همچنین سعید نیکوخلخت، محمدباقر بهشتی و غلامحسین مسعودی دیگر اعضای این کمیسیون هستند. محمدباقر بهشتی در جلسه کمیسیون فرهنگی و اجتماعی شوروی شهر با اشاره به اهداف برنامه پنج ساله شهرداری تبریز گفت: یکی از بارزترین قسمت های اهداف برنامه پنج ساله بخش فرهنگی این برنامه بود که می توان به عنوان سخت ترین بخش آن را معرفی کرد. وی اضافه کرد: طی یک ماه آینده این برنامه باید بررسی شود. بهشتی تصریح کرد: کمیته ای برای بررسی برنامه ها در نظر گرفته شود تا محاصل این بررسی در کمیسیون تصویب شود. فرج محمدقلیزاده نیز ضمن تاکید بر بررسی اصولی این برنامه گفت: بررسی این برنامه توسط تیم کارشناسی متخصص باید صورت گیرد. وی بیان داشت: برگزاری یک جلسه در منطقه هشت شهرداری تبریز با محوریت موضوع اولویت به آثار ارزشمند تاریخی به منظور بررسی آخرین وضعیت خانه های تاریخی تبریز را پیشنهاد می کنم. عضو شوروی اسلامی شهر تبریز گفت: وضعیت برخی از خانه های تاریخی مناسب نیست و نیاز به مرمت و رسیدگی دارد. قلیزاده اظهار داشت: موضوع دیگری که مورد توجه است عدم برگزاری جلسات تخصصی در خصوص کتاب است. وی ادامه داد: کتاب متاسفانه مغفول واقع شده و کار اجرایی در این

گرایه یکی از هنرمندان مجموعه دار از وضعیت معیشت، گفت: دغدغه این افراد نیز دغدغه همه ما است، وی با اشاره به عدم آموزش شهروندان در خصوص تاریخ و فرهنگ کشور گفت: عدم شناخت از تاریخ شهر باعث شده تا بسیاری از افتخارات و اتفاقات مغفول باقی بماند. عضو شوروی اسلامی شهر تبریز با اشاره به اقدامات باکو در این خصوص تصریح کرد: این کشور برای معرفی طلایه داران تاریخ و فرهنگ خود مجسمه آنها را در کوچه های محل زندگی آنها نصب کرده است و بدین طریق از تاریخ خود محافظت می کند. مسعودی با اشاره به اینکه هویت تبریز در انقلاب مشروطه خلاصه شده است، ادامه داد: در تبریز نیز باید محلات افرادی که در انقلاب مشروطه نقش های اساسی و کلیدی داشتند، مشخص شود. وی در بخش دیگری از سخنان خود گفت: یکی از موضوعاتی که امروز شوروی شهر در آن دچار مشکل شده است، ضعف موجود در مدیریت شهر توسط شهرداری است در حالی که به نام شوروی اسلامی شهر تبریز نوشته می شود. خزانه دار شوروی اسلامی شهر تبریز با بیان اینکه اعضا شوروی برای بهبود شرایط تمام تلاش خود را انجام می دهند و بی تفاوت نیستند، گفت: در برخی موارد شوروی نمی تواند از لحاظ قانونی اقدامی انجام دهد. در ادامه استاد جدید الاسلام عکاس پیشکسوت و صاحبنام تبریز با اشاره به وضعیت نامساعد مجموعه داری در تبریز گفت: با ایجاد برخی شرایط توسط شهرداری تبریز و حل مشکلات موجود، می توان به مجموعه داری در تبریز ادامه داد. وی خواستار اختصاص یکی از خانه های تاریخی برای ایجاد موزه از مجموعه اشیا ارزشمند خود شد.

افتتاح ۱۱۰ پروژه شهرداری قم به مناسبت هفته دولت



قم - خبرنگار فرصت امروز: شهردار قم از افتتاح ۱۱۰ پروژه عمرانی با اعتباری بالغ بر ۱۱۵۰ میلیارد ریال در هفته دولت امسال خبر داد. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم، دکتر سید مرتضی سقائیان نژاد با اشاره به فرارسیدن هفته دولت و بهره برداری از ۱۱۰ پروژه شهرداری قم به این مناسبت اظهار داشت: در مجموع برای این پروژه ها ۱۱۵ میلیارد و ۶۶۰ میلیون تومان هزینه شده است. وی با اشاره به قرار گرفتن پروژه های متفاوت زیربنایی، ترافیکی و... در این مجموعه ۱۱۰ پروژه ای افزود: بخش قابل توجهی از این پروژه ها به اهدافی مانند ایجاد نشاط اجتماعی و بهبود سیما و منظر و محیط زیست شهری مربوط هستند و بخش دیگر با توجه به پیاده راه سازی و شهرسازی انسان محور طراحی شده اند. شهردار قم اجرای فاز اول و دوم رینگ دوم مسجد مقدس جمکران را از جمله پروژه های هفته دولت امسال دانست و گفت: برای این پروژه ۱۰ میلیارد تومان هزینه شده و ۱۴۱ هزار متر زیرسازی و آسفالت

تومان هزینه شده است. دکتر سقائیان نژاد به پروژه های زیربنایی که به مناسبت هفته دولت امسال در شهر قم افتتاح می شود اشاره کرد و افزود: احداث بلوار کوه سفید، احداث رمپ جنوبی تقاطع شهید محلاتی، احداث ۳۰ متری سنگبری ها و تکمیل خیابان شهید رسول دادخواه از جمله این پروژه ها هستند. وی با اشاره به اهمیت پروژه های مربوط به سیما و منظر و نشاط شهری در میان ۱۱۰ پروژه افتتاح شده در هفته دولت خاطر نشان کرد: احداث محوطه اول مغازه بوم دفاع مقدس، احداث بوستان صداقت، محوطه سازی در بوستان علوی و همچنین توسعه و بهسازی بوستان فراشهری ولایت از جمله پروژه های است که در این هفته افتتاح می شود. شهردار قم به چند پروژه نورپردازی و ایجاد و نصب المان شهری اشاره کرد و گفت: این پروژه ها در کنار تلاش برای تکمیل زیرساخت های شهری می توانند اثر خوبی بر نشاط شهروندان و القای امیدواری در میان مردم قم داشته باشند.

آیین معارفه و تودیع سرپرست مخابرات منطقه قزوین برگزار شد



قزوین - خبرنگار فرصت امروز: با حکم مدیر عامل مخابرات ایران، مهندس نصرآبادی به عنوان سرپرست مخابرات منطقه قزوین معرفی گردید. به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه قزوین در مراسمی ویدئو کنفرانسی محمدرضا نصرآبادی به عنوان سرپرست جدید مخابرات منطقه قزوین معرفی و حسن بیله فروش ها به افتخار بازنشستگی نائل آمد. این مراسم که با حضور ویدئو کنفرانسی مهندسان یاقیتان، مهندس بیدخام، دکتر طریفی آزاد و مهندس رضوانی از مخابرات ایران و جمعی از مدیران مخابرات منطقه ای قزوین برگزار شد، مهندس یاقیتان ضمن اشاره به این نکته که زیرساخت ارتباطات نیروی محرکه کشور است، گفت امروزه فناوری اطلاعات (ICT) به عنوان پیشبرنده اقتصاد کشور است. مهندس یاقیتان، عضو هیئت مدیره شرکت مخابرات ایران، با اشاره به وصیت نامه امام علی (ع) از مسئولین و کارکنان خواست تقوا و نظم را در انجام امور سرلوحه خود قرار بدهند و در انجام وظایف احساس

توجه به این موضوعات و به روز رسانی نیازهای مردم، مخابرات نیز باید تکنولوژی به روز ارائه دهد. عضو هیات مدیره شرکت مخابرات ایران با بیان اینکه مدیر استانی موظف به تعامل با استاندار و مدیران استانی است، تصریح کرد: قطعا داشتن تعامل مطلوب و سازنده موجب ارتقای شرکت و ارائه خدمات بهتر خواهد شد. مهندس یاقیتان به ایجاد رضایت مشتریان و کارکنان و ظرفیت سازی های اشتغال در حوزه مخابرات کشور اشاره کرد و گفت: در دنیای کنونی مشتری تعیین کننده است و مخابرات برای ماندن در این بازار رقابتی ناگزیر به این است که همگام و همراه با فناوری روز دنیا قدم های بل ثباتی بردارد. وی به بالا بردن سطح رضایت مشتریان این شرکت با استفاده از کیفیت بخشی به خدمات شبکه ای اشاره کرد و یادآور شد: مشتریان از ما توقع ارائه خدمات مناسب، مطلوب و نوین دارند و از اینرو باید با بهره مندی از خدمات به روز و فناوری های نوین دنیا به این خواسته عموم مردم احترام بگذاریم.

خدمتی دیگر از شهرداری منطقه ۴ همدان

بهره برداری از ۹ پروژه با اعتباری ۱۴۵ میلیارد ریالی



گردان با بیان اینکه یکی از زیرساخت های اصلی برای توسعه شهر و جذب گردشگر ساخت پارکها و ایجاد امنیت است، افزود: خوشبختانه در این ۲ فاکتور هم در شرایط خوبی قرار داریم. وی در پایان سخنانش کمک به این منطقه را به نام متمم بودجه امکان پذیر دانست و افزود: با وجود اینکه منطقه ۴ کم درآمد است ولی تحقق بودجه بالایی را در ماه های ابتدایی سال داشته است. شهردار همدان نیز در این مراسم سیاست اصلی مدیریت شهری و اعضای شور را رشد متوازن در همه حوزه ها دانست و افزود: سعی بر این است که توجه ویژه ای به مناطق حاشیه شهر داشته باشیم و با این برنامه سبب ایجاد رفاه و رضایت خاطر در این مناطق شویم. عباس صوفی بار دیگر پروژه های عمرانی شهرداری را به ۳ طبقه کوچک، متوسط و بزرگ تقسیم کرد و افزود: پروژه آسفالت معابر، افزایش سرانه فضای سبز، هدایت آب های سطحی و پوشش رودخانه با وجود اعتبارات کم به شکل خوبی انجام شده است و این مسأله نتیجه زحمات افراد مختلف در بخش های مختلف و همکاری مناسب واحدهای مختلف خدمات رسان است. وی افزود: بیشتر معابر اصلی و فرعی آسفالت



بازسازی و بهسازی معابر اصلی مدیریت شهرستان توجه ویژه به مناطق کم برخوردار است، تصریح کرد: این اقدامات به کاهش فاصله طبقاتی در جامعه منجر خواهد شد که ایجاد پارک آمانی و پارک علم و فناوری از مصادیق این طرحها بشمار می رود. رئیس شورای اسلامی شهر همدان نیز در آئین افتتاح بوستان مهربان و پروژه های عمرانی دیگر، ضمن اشاره به اینکه سیاست کلان و مهم شوروی پنجم، توزیع عادلانه امکانات و پروژه ها و توجه به مناطق کم برخوردار است، افزود: با پیش بینی بودجه معین شده، تا حدودی به این هدف ارزشمند دست یافته ایم. کارمان گردان در ادامه کارهای شهرداری منطقه ۴ در چند وقت اخیر را بزرگ تلقی کرد و افزود: پیگیری های اکبر کاووسی و کمیسیون های سرمایه گذاری و کمیسیون فرهنگی و اجتماعی شوروا در نیل به اهداف پیش بینی شده بسیار مؤثر بوده است. وی با اشاره به اینکه بحث آسفالت معابر و همچنین بازگشایی معابر رضایتمندی زیادی از طرف شهروندان ایجاد شده است، افزود: خوشبختانه مردم برای داشتن شهری زیبا و بهره مندی از خدمات مناسب و در شأن، همکاری بسیار مناسب داشته اند و این شایسته قدردانی است.

همدان - فاطمه اعظمی: آئین افتتاح

همزمان ۹ پروژه عمرانی به مبلغ ۱۴۵ میلیارد ریال و یک مورد کلنگ زنی در سطح شهرداری منطقه ۴ انجام شد. این مراسم با حضور نماینده ولی قعدت در استان همدان، فرماندار و شهردار همدان، رئیس و اعضای شوروی شهر و جمعی از مسئولان در محل افتتاح بوستان مهربان برگزار شد. نماینده ولی فقیه در استان با بیان اینکه اقدامات شهرداری در سال های گذشته به ویژه امسال سبب ایجاد امید به آینده برای مردم استان در مناطق کم برخوردار شده است، افزود: گزارشات ارائه شده امیدبخش است و نشان دهنده این است که مردم به آینده امید بیشتری بستتاند. حجت الاسلام والمسلمین حبیبیا... شعبانی در این مراسم خاطر نشان کرد: با اقداماتی که شهرداری در مباحث مختلف شهری انجام داده است نوعی نشاط در اهالی مناطق مختلف به ویژه در حاشیه شهر ایجاد شده است و امیدواریم در چارچوب قانون تمهیداتی ایجاد شود که بودجه پروژه های عمرانی به منظور توسعه متوازن مناطق کم برخوردار اضافه شود و در آینده شرایطی پیش بیاید که همه از وجود عدالت واقعی حرف بزنیم. وی با اشاره به اینکه ساخت پارکها اگر قرار است انجام شود در مناطق محروم باشد، افزود: شاد کردن دل مردم به ویژه این بچه ها، برای شما مسئولان باقیات و صالحات خواهد داشت پس تا امکان دارد به مناطق کم برخوردار توجه بیشتری داشته باشید. فرماندار همدان نیز ضمن گرامیداشت آغاز هفته دولت و تشکر از مدیریت شهری و شوروی شهر خاطر نشان کرد: در شهر همدان اعتبار پروژه های افتتاح شده و یا در حال افتتاح در هفته دولت ۱۲۰ میلیارد تومان است. حسین افشاری در ادامه

است و عملیات اجرایی پارک های فرامنطقه ای

از قبیل پارک ۲۵۰ هکتاری اکیاتان، پارک ۱۰۰ هکتاری ولایت و همچنین پارک ۶ هکتاری در این منطقه در کنار ارضی نیروی انتظامی به جد در حال انجام است. صوفی با اشاره به اینکه رضایت مردم و بالا رفتن کیفیت زندگی آنان هدف اصلی مدیریت شهری است، خاطر نشان کرد: ۲۰ زمین ورزشی با هدف تقویت مباحث ورزشی در محلات و همچنین ایجاد روحیه نشاط ایجاد شده است که کوی ولیعصر، حصار شهید مطهری، حصار اسلامشهر از مصادیق آنان است. مدیر شهرداری منطقه ۴ همدان نیز در این مراسم گفت: ۲۰۰ معبر خاکی و معبوی را در ۵ ماهه نخست سال انجام داده ایم که شامل آسفالت ۹۰ درصد معبوس خاکی در سطح منطقه است. مجید عباسی نوبید ادامه داد: اجرای آسفالت برزی به گونه ای بوده که در روزهای آخر مردادماه کل بودجه سال ۹۹ را تمام کرده ایم و تا جایی که توانسته ایم کوچه های خاکی را آسفالت کرده ایم و قرار است جشن اتمام آسفالت کوچه های خاکی را برگزار کنیم. وی با بیان اینکه ۱۲ پارک بازسازی و ساخته شد که بوستان مهربان نیز یکی از آنهاست، گفت: امسال بازسازی پارکها تمام می شود و علاوه بر این ۴ سرورس بهداشتی در دست بازسازی بوده و به اتمام رسیده و قرار است ۱۲ سرورس بهداشتی دیگر نیز در منطقه ۴ و در بلوار آیتا... نجفی و پارک های مهم ساخته شود. این مسئول با اشاره به چمن مصنوعی زمین ورزشی بوستان مهربان افزود: این پنجمین چمن مصنوعی است که در این منطقه اجرا شده و هیچ منطقه ای به این تعداد چمن مصنوعی ندارد.

زیر و بم دنیای ناشناخته استارت آپها



با توجه به نوپا بودن فعالیت‌های «استارت‌آپی» در کشورمان، وجود پارک‌های علم و فناوری به عنوان شبکه‌ای با دسترسی جهانی و خارج از محدودیت‌های تحریمی، بستر مناسبی برای کمک به رشد جهشی «استارت‌آپ‌ها» محسوب می‌شود. به گزارش ایرنا، در این میان قرار گرفتن آذربایجان شرقی در موقعیت درگاه بین‌المللی ورودی اینترنت به کشورمان و پهنای باند مازاد ۳۰ درصدی، همراه با سابقه طولانی تبریز در حوزه صنعت می‌تواند این خطه را به پیشروی فعالیت‌های «استارت‌آپی» در حوزه‌های مختلف با اولویت صنعت تبدیل کند. بدیهی است که فعالیت‌های «استارت‌آپی» به دلیل کمتر شناخته شده بودن آن هنوز با مشکلاتی در ابعاد مختلف سیاست‌گذاری، علمی، فناوری، حمایت‌های مالی و به ویژه فرهنگی مواجه است که رفع آنها مستلزم گذشت زمان در عین توجه به ضرورت عقب‌نماندن از رقابت. مشکل اصلی در بحث فناوری و استارت‌آپ‌ها بحث بستر فرهنگی است به طوری که زمینه‌های فرهنگی برای فعالیت استارت‌آپ‌ها در سطوح مختلف از جمله مردم عامه، سیاست‌گذاری، دستگاه‌های اجرایی و مدیران صنایع فراهم نیست.

البته در تبیین اهمیت فعالیت‌های استارت‌آپی نباید از این نکته نیز غافل شد که با وجود اینکه بودجه سال جاری در اکثر بخش‌ها انقباضی است، اما بودجه پارک‌های علم و فناوری به طور متوسط ۷۳ درصد و ردیف حمایت از شرکت‌های فناور نیز ۴۱۷ درصد افزایش یافته است. ناشناخته‌بودن حوزه فعالیت‌های «استارت‌آپی» در جامعه

سرپرست اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی گفت: متأسفانه اداره کل ارتباطات در جامعه و حتی در بین مسئولان به خوبی شناخته نشده است و با بخش مخابرات در جامعه معرفی شده‌ایم و دیگر بخش‌ها و فعالیت‌های گسترده این اداره کل معرفی نشده است. مهدی خرامش افزود: در آذربایجان شرقی ادارات کل ارتباطات و فناوری، تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی منطقه آذربایجان، زیرساخت، پست، مدیریت شعب پست‌بانک و پژوهشکده رانشگرهای فضایی زیرمجموعه وزارت ارتباطات و فناوری فعالیت می‌کنند. وی ادامه داد: وظیفه اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی ایجاد هماهنگی بین واحدهای مختلف زیرمجموعه وزارت بوده و همچنین کنترل، نظارت و بازرسی این واحدها از طریق این اداره کل انجام می‌شود.

خرامش اظهار کرد: پنج شرکت بخش خصوصی از جمله مخابرات، مدیریت شمال‌غرب ایرنسل، مدیریت شمال‌غرب رایتل، نمایندگی شرکت‌های وب و همچنین ۱۸ شرکت (FCP) ارتباطات ثابت در استان فعالیت می‌کنند.

مدیرعامل شرکت ایده‌های نوین پارسیان نیز گفت: فعالیت اصلی مجموعه ما در حوزه‌های مختلف از جمله تولید برنامه‌های تحت وب، ایجاد و اداره و به‌روز رسانی سایت‌های تجارت الکترونیکی و همچنین در حوزه پرداخت‌های الکترونیکی است.

حسن اطاعت با اشاره به فعالیت این مجموعه از سال ۱۳۷۶، افزود: اولین شرکتی هستیم که اینترنت را در آذربایجان شرقی معرفی کردیم و در شرایطی که در استان اینترنت وجود نداشت، ما آموزش اینترنت را به صورت شبیه‌سازی آغاز کردیم.

وی ادامه داد: با توجه به علاقه شخصی که به حوزه استارت‌آپ‌ها داشته‌ام، از حدود پنج سال پیش با هزینه شخصی به این حوزه ورود و تلاش کردم در اکثر رویدادهای بین‌المللی که در این حوزه برگزار می‌شود حضور یابم تا اطلاعاتم را به‌روز کنم.

اطاعت اظهار داشت: به دنبال این هستیم تا از تجارب موجود در دنیا در راستای تأثیرگذاری بر روی فضای فعالیت استارت‌آپ‌ها در استان و کشور بهره‌مند شویم و به همین منظور فضای کار رایگان برای استارت‌آپ‌ها در مجموعه فعالیتی خود فراهم کرده‌ایم. وی اضافه کرد: توانسته‌ایم فضای آموزشی، انتقال تجارب و برگزاری میزگردها برای استارت‌آپ‌ها را در استان فراهم کنیم.

رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی نیز در این خصوص

گفت: در دنیا به طور معمول ۶۰ درصد شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری در حوزه «آی تی» (فناوری اطلاعات) فعالیت می‌کنند، ولی به دلیل اینکه تبریز قطب صنعتی است حوزه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان در تبریز متفاوت با نرم جهانی است. عبدالرضا واعظی با اشاره به استقرار ۹۸ شرکت در پارک علم و فناوری افزود: از این تعداد ۴۹ شرکت در حوزه مکانیک و فقط ۱۶ شرکت در حوزه آی تی فعالیت دارند.

وی ادامه داد: پارک‌های علم و فناوری کشور به صورت شبکه‌ای از فناوران است، به طوری که ۷۲۰۰ شرکت مستقر در پارک‌های کشور با هم در ارتباط هستند و علاوه بر این عضو اتحادیه بین‌المللی پارک‌های علم و فناوری جهانی هستیم و در ارتباط این شرکت‌ها هیچ‌گونه محدودیتی وجود ندارد.

واعظی گفت: در ۱۷ سال گذشته توسط پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی از ۴۴۰ استارت‌آپ حمایت مالی به مبلغ ۵ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان در قالب حمایت‌های مالی بدون بهره انجام گرفته است.

زیرساخت‌ها برای فعالیت استارت‌آپ‌ها در آذربایجان شرقی فراهم است

سرپرست اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی گفت: حرکت در حوزه‌های «آی تی» (فناوری اطلاعات) و «آی سی تی» (فناوری ارتباطات و اطلاعات) در دنیا به صورت جهشی است ولی در کشور ما به دلیل فراهم نبودن بستر کار، حرکت به صورت لاک‌پشتی است، با این وجود در سال‌های اخیر شاهد فعالیت چشمگیر شرکت‌های فعال در این حوزه هستیم.

مهدی خرامش با تأکید بر اینکه بستر فعالیت برای استارت‌آپ‌ها در استان فراهم است، افزود: پهنای ورودی بین‌المللی که وارد آذربایجان شرقی می‌شود، ۵۲۰ گیگ است و استان ما به عنوان «گیت وی» (دروازه) عمل کرده و پهنای باند را به سایر استان‌ها همچون اصفهان، شیراز، تهران و مشهد سونچ می‌کند.

وی ادامه داد: پهنای باند در آذربایجان شرقی کاملاً فراهم است و در حدود ۳۰ درصد پهنای باند مازاد نیاز در استان وجود دارد، به طوری که نیاز استان تا ۱۵ سال آینده به این مقوله فراهم است.

خرامش اظهار داشت: ضرب نفوذ تلفن‌های همراه در آذربایجان شرقی حدود ۱۱۰ درصد است و فقط در شهر تبریز چند نقطه کور وجود دارد که آن هم به دلیل مسائل فنی است که نمی‌توانیم نفوذ کنیم؛ همچنین ساختمان‌های خشتی و گلی بیشتر از ساختمان‌های بتنی از نفوذ سیگنال‌های مخابراتی جلوگیری می‌کنند.

وی اضافه کرد: شرایط فعالیت اپراتورهای تلفن همراه در آذربایجان شرقی فراهم است و سه اپراتور خواهان سرمایه‌گذاری حدود ۵۰ میلیارد تومانی در این استان هستند.

سرپرست اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی گفت: بیش از ۱۴ هزار کیلومتر در استان فیبر نوری وجود دارد که حدود ۵۰۰ کیلومتر آن در سطح شهر تبریز است. وی ادامه داد: متأسفانه شهرداری این کلاتشهر در بحث مدیریت هوشمند شهری از این پهنای باند فقط برای دوربین‌های نظارتی استفاده می‌کند.

خرامش افزود: با توجه به اینکه آذربایجان شرقی، درگاه ورودی است، از زیرساخت ۳ هزار و ۵۰۰ کیلومتری بین‌استانی برخوردار است.

وی با بیان اینکه تعداد مشترکان اینترنت متحرک روز به روز در حال افزایش است، اظهار داشت: در حدود ۲ میلیون و ۵۲۳ هزار مشترک اینترنت متحرک و بیش از ۲ هزار و ۵۰۰ سایت در استان وجود دارد. مدیرعامل شرکت ایده‌های نوین پارسیان نیز گفت: زمینه‌های مورد توجه استارت‌آپ‌ها در آذربایجان شرقی بیشتر در حوزه «آی تی» و «آی سی تی» است.

حسن اطاعت افزود: این بدین معنا نیست که به سایر زمینه‌ها توجه نداشته است، برای مثال در حوزه خدمات اتفاقات بسیار بزرگی رخ داده،

به طوری که مبنای واحدی برای انتخاب خدمات براساس مقایسه وجود دارد.

وی ادامه داد: در حوزه‌های کشاورزی و مواد غذایی، پزشکی و صنعت، استارت‌آپ‌ها ایجاد شده‌اند و فعال هستند.

اطاعت با بیان اینکه مزیت نسبی یک مفهوم کلان اقتصادی است، افزود: مزیت نسبی استارت‌آپ‌ها این است که به هر حوزه‌ای که ورود پیدا کنند، مجموعه‌ای از دانش‌های جدید مبتنی بر روش‌های نوین و آی تی ایجاد می‌کنند.

رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی نیز در این خصوص گفت: مشکل اصلی در بحث فناوری و استارت‌آپ‌ها بحث بستر فرهنگی است، به طوری که زمینه‌های فرهنگی برای فعالیت استارت‌آپ‌ها در سطوح مختلف از جمله مردم عامه، سیاست‌گذاری، دستگاه‌های اجرایی و مدیران صنایع فراهم نیست.

عبدالرضا واعظی با تأکید بر نقش والدین برای تربیت کودکان خلاق و فناور، افزود: متأسفانه بیشتر خانواده‌های ایرانی تمایل دارند فرزندان‌شان پزشک شوند یا شغلی اداری داشته باشند و کمتر خانواده‌ای فرزند خود را به سمت کارآفرینی و خلق ایده‌ها سوق می‌دهد.

وی با بیان اینکه در بحث سیاست‌گذاری‌ها مشکلاتی وجود دارد که در راستای حمایت از شرکت‌های فناور نیست، ادامه داد: در دانشگاه‌ها نیز توجه بیشتر بر مقاله‌نویسی است به طوری که حتی در شیوه‌نامه آزمون دکترا آثاری از بحث فناوری وجود ندارد.

واعظی با اشاره به اینکه مدیران صنایع نیز به شرکت‌های دانش‌بنیان اعتماد ندارند، اضافه کرد: حمایت از پژوهش یعنی اینکه از توسعه فناوری نیز حمایت کرد و در این استان هر مدیری ادعای حمایت از شرکت‌های فناور دارد، باید محصول شرکت‌های دانش‌بنیان را خریداری کند.

فرصت‌ها و تهدیدهای شرکت‌های دانش‌بنیان

سرپرست اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی با بیان اینکه در حوزه استارت‌آپ‌ها جای کار بسیار است، گفت: تا زمانی که محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان خریداری نشوند، با شکست روبه‌رو خواهیم شد.

مهدی خرامش با بیان اینکه فضای رایگان برای فعالیت استارت‌آپ‌ها در استان فراهم است ولی این کافی نیست، افزود: این شرکت‌ها نیازمند حمایت‌های مالی و معنوی هستند.

وی با اشاره به اینکه یکی از روش‌های حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، حمایت‌های مالی است، ادامه داد: متأسفانه صندوق خطرپذیری برای این شرکت‌ها در استان وجود ندارد.

خرامش گفت: در منطقه‌ای قرار گرفته‌ایم که بازار خوبی برای فروش محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان وجود و باید از این فرصت بهره‌مند شد. مدیرعامل شرکت ایده‌های نوین پارسیان نیز با تأکید بر اینکه انکار تأثیر تحریم‌ها درست نیست، ولی میزان تأثیرگذاری و مدیریت تحریم‌ها مهم است، گفت: یک جوان تبریزی موفق به ایجاد اپلیکیشن‌های شده که توانسته ۵۰ هزار نفر عضو جذب کند، ولی برای اینکه این اپلیکیشن توسعه یابد، ضروری است که در «اندروید» و «آی او اس» قابل عرضه شود؛ وقتی به واسطه تحریم‌ها نمی‌توان به‌روزسانی کرد پس توسعه آن نیز ناموفق خواهد بود.

حسن اطاعت با اشاره به اینکه تحریم‌ها در عین حال فرصتی برای این شرکت‌هاست، افزود: وقتی نهاد نوپایی دچار استرس می‌شود، اگر بر اثر این استرس دچار مرگ نشود، به طور حتم باعث شکوفایی این نهاد خواهد شد.

وی ادامه داد: نمونه‌های عینی موفق وجود دارد که توانسته‌اند بر اثر استرس در جهت ارتقا، نوآوری و تضمین بقا قدم بردارند و از دیدگاه دیگر و نازهای به موضوع نگاه کنند، به طوری که مورد قبول جامعه جهانی قرار گیرند.

اطاعت اضافه کرد: باید دقت داشت حتی اگر ابتکار و نوآوری وجود داشته باشد، ولی محصول جهانی نشود، باز با شکست روبه‌رو خواهد

شد.

وی تأکید کرد: استارت‌آپ‌های مختلفی از تبریز توانسته‌اند محصولات خود را جهانی کنند و حتی در کشورهای اروپایی دفاتری ایجاد کرده و فعالیت می‌کنند.

مدیرعامل شرکت ایده‌های نوین پارسیان گفت: سرمایه‌گذاران خارجی در حوزه ایده‌های نو و فناوری‌های جدید بسیار علاقه‌مند هستند و در برخی موارد شاهد این هستیم که به دنبال دور زدن تحریم‌ها برای خرید محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان هستند و ایده و محصول برای‌شان بسیار مهم‌تر از موضوع تحریم بوده است.

رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی نیز گفت: سوال‌ها است که می‌خواهیم اقتصاد را از سلطه نفت خارج کرده و به اقتصاد دانش‌بنیان تبدیل کنیم ولی موفق نشده‌ایم.

عبدالرضا واعظی افزود: تحریم‌ها باعث بروز مشکل در فروش نفت و به تبع آن توجه به داشته‌ها و پتانسیل‌های داخلی‌مان شده و این فرصت بسیار خوبی برای گام بلند برداشتن اقتصاد دانش‌بنیان است. وی ادامه داد: خوشبختانه دولت به این نتیجه رسیده که پارک‌های علم و فناوری و شرکت‌های دانش‌بنیان تنها راهکار برون‌رفت از این وضعیت است.

واعظی گفت: بودجه سال جاری در اکثر بخش‌ها انقباضی است، اما بودجه پارک‌های علم و فناوری به طور متوسط ۷۳ درصد افزایش یافته است و ردیف حمایت از شرکت‌های فناور نیز ۴۱۷ درصد افزایش یافته است.

وی اظهار داشت: این یعنی اینکه دولت در شرایطی که کشور به خاطر تحریم‌ها دچار مشکلات است، نمی‌خواهد شرکت‌های فناور ضربه ببینند و این تغییر نگرش در راستای اقتصاد درون‌زا به برکت تحریم‌هاست.

رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی افزود: فضای تحریم به شکوفایی شرکت‌ها کمک می‌کند، به طوری که در این فضا، حمایت از تولید داخل ضروری شده و صنایع مجبور به خرید و استفاده از محصولات داخلی هستند.

ضرورت هم‌افزایی نهادهای مسئول در حوزه فعالیت‌های دانش‌بنیان سرپرست اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی گفت: به دنبال ایجاد پارک اقتصاد دیجیتال در تبریز هستیم و فضای ۲ هزار متر مربعی برای آن فراهم شده است.

مهدی خرامش افزود: براساس آمار کافه بازار یک هزار و ۱۰۰ توسعه‌دهنده از آذربایجان شرقی فعال است که از لحاظ طرح‌ها و اپلیکیشن‌های ارائه‌شده رتبه ۸ کشوری ولی از نظر تجاری‌سازی رتبه ۱۴ را داریم.

وی گفت: این اداره کل در راستای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان تسهیلات پرداخت می‌کند.

مدیرعامل شرکت ایده‌های نوین پارسیان گفت: فضای نظری و آماری و دیدگاه ابلاغی با آنچه که در عمل اتفاق می‌افتد، متفاوت است.

حسن اطاعت افزود: گاه شرایط اقتصادی داخل کشور و هم شرایط تحریمی و برخی محدودیت‌های دیگر باعث می‌شود تمام سیاست‌گذاری‌ها و حمایت‌ها عملیاتی نشود که برای رفع ایرادات نیازمند ایجاد فضای گفت و گوی بخش خصوصی و بخش دولتی هستیم.

رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی نیز با تأکید بر ضرورت هم‌افزایی تمامی بازیگران عرصه فناوری گفت: سیاست پارک خروج از حالت انتزاعی است و تلاش می‌کنیم برای حل چالش‌های موجود در استان ورود کنیم.

عبدالرضا واعظی افزود: پارک‌های علم و فناوری نباید رویدادمحور باشند و بایستی تلاش کنند محصول به دست آمده را در اختیار صنایع و جامعه قرار دهند.

وی ادامه داد: موفقیت یک استارت‌آپ در فروش محصول است و برای این منظور به دنبال راه‌اندازی دپارتمان بازاریابی در داخل پارک هستیم.



آیا کارکنان را برای دورکاری در بلندمدت آماده کرده‌اید؟

رایج شدن دورکاری مرز بین زندگی حرفه‌ای و شخصی را مبهم و تار کرده و در چنین شرایطی عدم پشتیبانی اطلاعاتی و عاطفی از تیم، عواقب نامطلوبی به دنبال خواهد داشت. تا چند ماه قبل بیشتر مزایای دورکاری نظیر گذراندن وقت با خانواده، کاهش رفت و آمدها و موارد دیگر به چشم می‌آمد اما این اواخر و با طولانی شدن آن معایب هم خود را نشان داده است. نظرسنجی صورت گرفته توسط «Monster» نشان داده که تعداد بیشتری از کارکنان از بروز نشانه‌های فرسودگی خبر می‌دهند.

در این شرایط مدیران برای جلوگیری از فروپاشی تیم‌های کاری باید پشتیبانی فنی و اطلاعاتی را از کارکنان دورکار به عمل آورده و در سازگاری کامل با شرایط جدید به آنها کمک کنند. به عنوان مدیر یا رهبر سازمان برای اطمینان از اینکه کارکنان توان دورکاری در بلندمدت را خواهند داشت باید سه سوال زیر را از خود پرسید.

۱. فرصت بیان دیدگاه‌ها و مشکلات برای کارکنان فراهم است؟

ایجاد فضایی باز که در آن امکان اظهارنظر برای همه وجود داشته باشد، حتی در دوران پیش از کرونا مهم بود و حالا به مسئله‌ای حیاتی تبدیل شده. یکی از راه‌های ایجاد این فضا برپایی جلسات یک هفته در میان برای جشن گرفتن موفقیت‌ها، بحث درباره بازدهی و کارایی سازمان و پرسش و پاسخ با تیم اجرایی است. طی این دوره می‌توان دانش و اطلاعات را با هم در میان گذاشته و فرصتی برای ارائه بازخوردها فراهم کرد.

راه دیگر برگزاری جلسات دوستانه برای صرف چایی به شکل مجازی است. شرکت در این دوره می‌تواند اختیاری است اما فرصتی را برای طرح سوالات فراهم می‌کند. همچنین کارکنان در آن می‌توانند به مسائل شخصی نیز پرداخته و مشکلاتی را که با آن مواجه شده‌اند مطرح کنند.

۲. آیا از نیازهای فنی و شخصی کارکنان حمایت می‌کنید؟

حالا که جلسات حضوری به مجازی تغییر کرده و ارسال پیام در زوم و اسلک جای گپ زدن‌های درون شرکت را گرفته، بسیار مهم است که از نیازهای کارکنان غافل نشویم؛ خواه این نیاز کمک به پیشبرد پروژه باشد یا والدینی که در متعادل‌سازی زندگی کاری و خانوادگی به کمک نیاز دارند.

بدین منظور می‌توانید منابعی را برای کمک به کارکنان فارغ از نوع مشکل آنها در نظر بگیرید. این منابع می‌تواند مالی بوده یا فهرستی از داده‌های متنی، صوتی و ویدئویی ارزشمند برای راهنمایی در سر و سامان دادن به اوضاع باشد. همچنین می‌توان طی هفته‌های معینی را به استراحت کارکنان اختصاص داد.

۳. در برنامه‌ریزی‌های آتی دیدگاه کارکنان را در نظر می‌گیرید؟

در مورد دنیای پساکرونا هنوز ابهامات زیادی وجود دارد اما انعطاف‌پذیری به مسئله‌ای تبدیل شده که بسیاری روی آن توافق دارند. حتی قبل از شروع این بحران هم فراهم کردن امکان دورکاری مزیتی برای کارکنان به شمار می‌آمد و حالا کار به جایی رسیده که ۸۰ درصد کارکنان آمریکایی تاکید کرده‌اند اگر ساعات کاری انعطاف‌پذیر نداشته باشند، قید موقعیت شغلی را خواهند زد.

در چنین شرایطی باید در برنامه‌های آتی شرکت برای بعد از بحران کرونا حتما دیدگاه کارکنان را مدنظر قرار داد. بهتر است از همین حالا دیدگاه آنها را درباره شرایط کاری جویا شده و با یک جمع‌بندی برای دورکاری، کار در شرکت یا برآیندی از آنها در آینده برنامه‌ریزی کنید.

منبع: Fast Company/digiato

چرا در دسترس بودن دائم کارکنان حین دورکاری

باعث فرسودگی می‌شود؟

دورکاری مفهوم جدیدی نیست اما در دوران شیوع کرونا به شدت گسترش پیدا کرده است. با این وجود فقدان چارچوب مشخصی برای دورکاری باعث شده روش‌های نادرستی برای انجام آن در پیش گرفته شود که فرسودگی روانی و جسمی کارکنان را به دنبال دارد.

در ماه‌های اخیر نه تنها شرکت‌های بزرگی نظیر توئیتر امکان دورکاری دائمی را برای کارکنان خود فراهم کردند، بلکه برخی شهرها هم طرح‌هایی را برای تشویق دورکاری فزاینده به اجرا گذاشتند. معیارهایی که این شرکت‌ها را به رواج دورکاری ترغیب کرد، در دسترس بودن فناوری و صرفه‌جویی‌های مالی بود؛ غافل از اینکه اجرای اشتباه این روند روی سلامتی کارکنان تاثیر مخربی خواهد گذاشت.

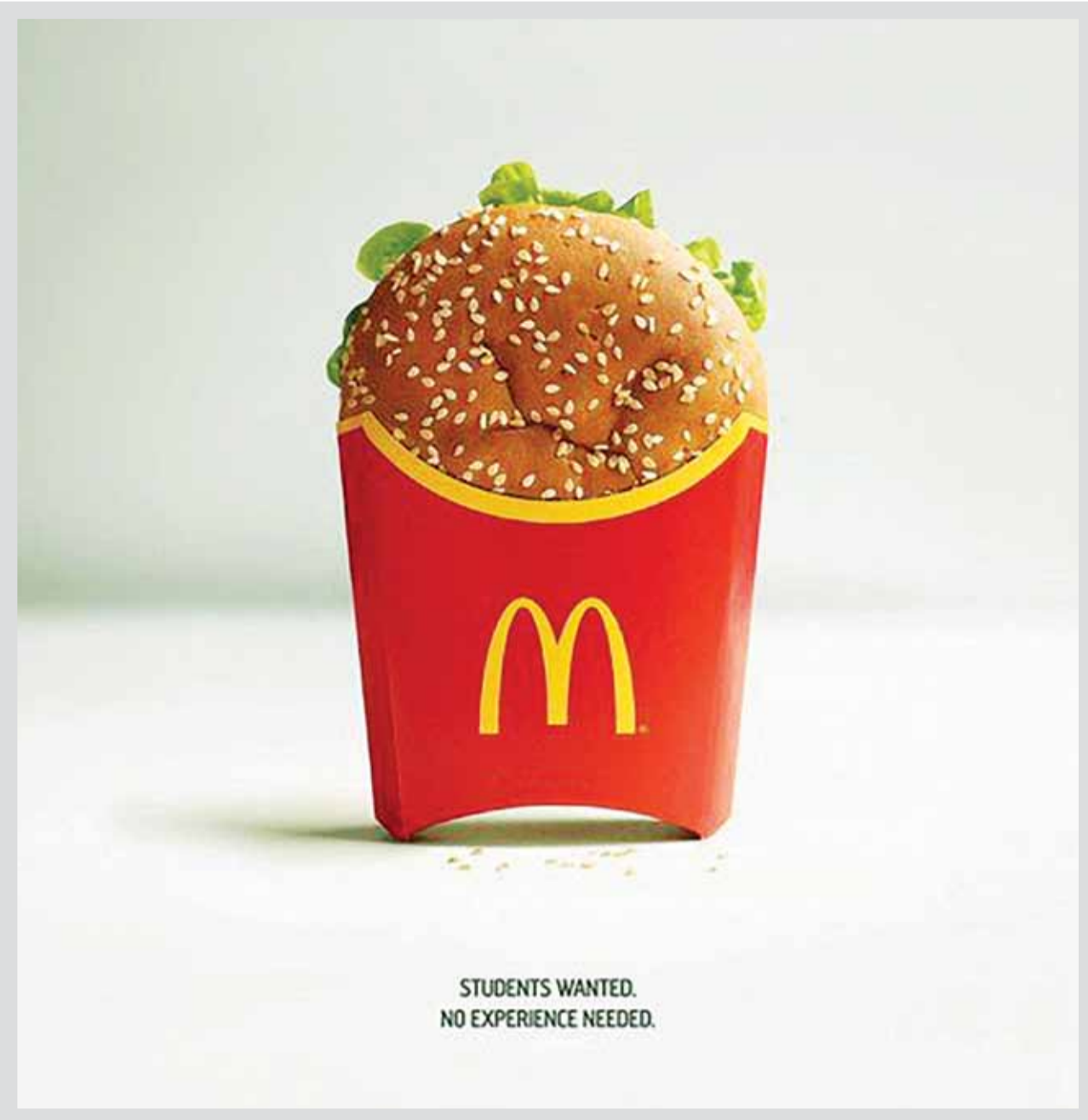
هرچند دسترسی به فناوری و ابزارهای لازم برای برقراری ارتباط مهم است اما تمرکز صرف روی ابزارهایی مثل زوم و اسلک و لزوم برقراری ارتباط آنی و بدون وقفه نه تنها چندان منطقی نیست بلکه می‌تواند خطرناک هم باشد. این آنلاین بودن همیشگی بدون در نظر گرفتن این نکته ایجاد شده که در دوران کرونا تا چه حد زندگی شخصی و کاری ما با هم تنیده شده؛ برای مثال پدر و مادری را در نظر بگیرید که طی چند ماه نقش معلم را هم برعهده گرفته یا جوان‌ترهایی که به مراقبت از والدین سالخورده خود می‌پردازند.

این پاندمی نشان داده که دورکاری موفق به چیزی بیشتر از ارتباط بلادرنگ نیاز دارد. در عوض دنبال راهکارهایی باشید که در آن کارکنان ناچار به حضور در زمانی معین یا رد و بدل سریع پیام‌ها نباشند چون با توجه به درهم تنیدگی زندگی کاری و شغلی آنها این امر باعث اختلال در زندگی شده و پس از مدتی پیامدهای خود را در قالب فرسودگی و کاهش بازدهی نشان می‌دهد؛ مسئله‌ای که نه تنها به خود فرد بلکه به سازمان هم زیان وارد خواهد کرد.

مطالعات متعدد نشان داده که فقدان ارتباط کلامی، تمرکز دائم روی نمایشگر برای در ارتباط ماندن و کاهش دیدار با افرادی که با آنها کار می‌کنید، به خستگی مجازی منجر خواهد شد. براساس نظرسنجی صورت گرفته توسط «Monster» تعداد بیشتری از کارکنان از بروز نشانه‌های فرسودگی خبر می‌دهند. خوشبختانه با راهکارهایی نظیر همکاری غیرهمزمان می‌توان بر این مشکل فائق آمد.

این شکل از همکاری برخلاف زمانی که سرکار حاضر می‌شدیم، متناوب است اما از نظر پیوستگی و بازدهی در رده مشابه قرار می‌گیرد. علاوه بر این به جای پیام‌ها و اموجی‌هایی که در زوم و اسلک رد و بدل می‌شود، از محیط مجازی و متمرکز پشتیبانی می‌کند که در آن فشار کاری کمتر بوده و همدلی بین کارکنان بیشتر می‌شود. متأسفانه اغلب ابزارهای کارآمد در دسترس نظیر زوم روی ارتباط بلادرنگ تاکید دارند اما همانطور که پس از بحران کرونا شاهد اضافه شدن قابلیت‌های بیشتر و ارتقای کارایی این ابزارها بودیم، در صورتی که تقاضا برای ابزارهای موردنیاز دورکاری غیرهمزمان افزایش پیدا کند، شرکت‌های توسعه‌دهنده به این سمت حرکت خواهند کرد که در نهایت به ایجاد محیطی سالم‌تر برای دورکاری بلندمدت منجر خواهد شد.

منبع: Fast Company/digiato



نوبت دوم

آگهی تجدید مناقصه عمومی



شهرداری قم در نظر دارد پروژه ذیل را با مشخصات و شرایط کلی زیر از طریق مناقصه عمومی به شرکتهای واجد شرایط واگذار نماید.

عنوان پروژه	برآورد اولیه (ریال)	مبنای برآورد فهرست بها،	حداقل رتبه مناقصه‌گر	مدت اجرا	مبلغ ضمانتنامه (ریال)	هزینه خرید اسناد (ریال)
تکمیل بوستان محله یک مسکن مهر منطقه هشت	۱۷,۷۸۰,۴۴۱,۳۵۸	ابنیه و تأسیسات برقی و مکانیکی سال ۱۳۹۹ و توزیع نیروی الکتریکی سال ۱۳۹۸	رتبه ۵ ابنیه و ساختمان و ۵ تأسیسات و تجهیزات یا نیرو	۸ ماه	۸۹۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰

شرایط:

- مبلغ هزینه خرید اسناد مناقصه می‌بایست به شماره حساب ۱۰۰۶۰۱۶۰۰۲۱ بانک شهر به نام هزینه شهرداری قم واریز گردد (هزینه خرید اسناد مناقصه غیرقابل استرداد می‌باشد)
- نوع ضمانتنامه شرکت در مناقصه پروژه های فوق یک یا ترکیبی از ضمانتنامه های ذیل قابل ارائه می‌باشد:
 - ۱- ضمانتنامه بانکی در وجه کارفرما (با حداقل سه ماه اعتبار)
 - ۲- ارائه اصل فیش واریز وجه نقد به شماره حساب ۱۰۰۳۰۰۴۳۰۰۵۴ بانک شهر به نام شهرداری قم
 - ۳- ضمانت نامه های مذکور در بندهای (الف-ب-پ-ج-ح) ماده ۴ آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۳۳۴۰۲/۱۳۹۹/۹/۲۲ مورخ ۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۲
 - ۴- مطالبات بلوکه شده پیمانکار از شهرداری قم
- ارائه گواهینامه صلاحیت از سازمان برنامه و بودجه کشور
- ارائه گواهینامه تأیید صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی الزامی می‌باشد.
- برندگان اول و دوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.
- شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.
- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه موجود می‌باشد.
- حداکثر مهلت خرید اسناد مناقصه و ارائه پاکات پیشنهاد قیمت تا ۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم می‌باشد.
- مبلغ پیشنهادی می‌بایست از حیث مبلغ مشخص، معین و بدون ابهام بوده و در پاکت لاک و مهر شده تسلیم گردد.
- مناقصه گران باید یک نسخه از اسناد مناقصه را خریداری نموده و با قید قبولی و بدون قید و شرط، مهر و امضا کرده و به پیشنهاد خود ضمیمه نمایند. عدم انجام این مهم از جانب هر یک از مناقصه گران باعث حذف آنان از فرایند مناقصه می‌گردد.
- طبق شرایط خصوصی پیوست اسناد، این پروژه فاقد پیش پرداخت می‌باشد.
- طبق شرایط خصوصی پیوست اسناد، این پروژه دارای تعدیل می‌باشد.
- هزینه درج آگهی ها بر عهده برنده مناقصه می‌باشد.
- محل توزیع اسناد:

- ۱- حضوری: قم- بلوار امام موسی صدر- ساختمان شهرداری مرکز- بلوک B- طبقه دوم- معاونت فنی و عمرانی شهرداری قم- اداره برنامه‌ریزی و هماهنگی اعتبارات عمرانی- شماره تماس: ۰۲۵-۳۶۱۰۴۵۸۵
 - ۲- غیر حضوری: مراجعه به سامانه مناقصه گران شهرداری قم به نشانی Peyman.Qom.ir و خرید اسناد به صورت الکترونیکی
- توجه: مناقصه گران محترم در صورت خرید اسناد مناقصه به صورت الکترونیکی از سامانه، باید یک نسخه از آن را چاپ نموده و با قید قبولی شرایط کارفرما، تمامی صفحات آنرا مهر و امضا نموده و در داخل پاکت مربوطه قرار دهند.
- محل تحویل پاکات: قم- بلوار امام موسی صدر- ساختمان شهرداری مرکز- بلوک A- طبقه ششم- اداره حراست و امور محرمانه

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۶/۵

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۶/۴

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

چهارشنبه ۵ شهریور ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۱۲ | 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



سازمان آگهی‌ها

۸۶۰۷۳۱۴۳