

خبرها درباره واکسن کرونا روز و شب ادامه دارد و مرتباً امیدوار و ناامید می‌شویم؛ یا دانشمندان کشف مهمی کرده‌اند و یا هکرها آن کشف‌ها را دزدیده‌اند. همچنان که همه امیدواریم یک واکسن بتواند جهان را به سمت اوضاع طبیعی برگرداند، ژئوپلیتیک به طور فزاینده‌ای رقابت کشورها را بر سر واکسن جدی‌تر می‌کند و اوضاع روز به روز پیچیده‌تر می‌شود. به دوران ناسیونالیسم واکسنی خوش آمدید. کشف واکسن کرونا، اولویت نخست بهداشت عمومی دنیاست. دولت‌ها و شرکت‌های دارویی جهان با هم متحد شده‌اند تا واکسن را در سریع‌ترین زمان ممکن کشف کنند و آن را توسعه دهند. برای گروه زیادی از آنها نه هزینه اهمیت دارد نه امن بودن روش. گزارش‌هایی از روسیه منتشر شده که دانشمندان واکسن‌های تجربی را روی خودشان امتحان کرده‌اند و حتی ثروتمندان روس نسخه‌های اولیه و آزمایشی واکسن را دریافت کرده‌اند، یا چین که اجازه داده یک واکسن آزمایشی روی پرسنل ارتش امتحان شود. چنین راهکارهایی تا قبل از این، غیراخلاقی و خطرناک برای بهداشت عمومی به شمار می‌آمد، اما حالا دورانی...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

سکه رکورد کاهش قیمت در یک روز را شکست

ریزش یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومانی
قیمت سکه

بازارهای مالی چه واکنشی به ابتلای ترامپ به کرونا نشان دادند؟

چشم خیره بازارها به ترامپ و کرونا

پس از اعلام خبر مثبت شدن تست کرونا ی رئیس جمهور آمریکا، سردرگمی زیادی در بازارهای مالی جهان به وجود آمد. در حالی که چشم بیشتر بازارها به تحولات انتخابات سوم نوامبر آمریکا و مناظرات انتخاباتی...

آیا جنگ اقتصادی راه‌حل اقتصادی دارد؟

اقتصاد
در چنبره سیاست

فردای همان شبی که دونالد ترامپ و جو بایدن، دو نامزد ریاست جمهوری آمریکا، اولین مناظره انتخاباتی خود را در اوهایو برگزار کردند، کیلومترها آن سوتر در تهران، حسن روحانی در جلسه هیأت دولت گفت که ایران از سال ۱۳۹۷ وارد جنگ اقتصادی با آمریکا شده و از منتقدانش خواست تا شرایط جنگ را با شرایط تحریم مقایسه نکنند. رئیس‌جمهور چند روز قبل در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا نیز به شرایط جنگ اقتصادی اشاره کرد و گفت که اگر مردم برای کمبود و مشکلات می‌خواهند لعن و نفرین کنند، آدرس این لعن و نفرین، کاخ سفید در واشنگتن است و کسی به مردم آدرس اشتباه ندهد. اصطلاح جنگ اقتصادی (Economic Warfare) در دو ...

عملکرد صندوق‌های سرمایه‌گذاری در نیمه نخست امسال نشان می‌دهد

سبقت صندوق‌ها از شاخص سهام

مدیریت و کسب‌وکار



تیم کوک ممکن است یک میلیون سهم از سهام اپل را به عنوان پاداش دریافت کند

- ۱۸ ویژگی مشترک کارآفرین‌های موفق
- چرا رابطه ما با دور کاری به عشق و نفرت تبدیل شده؟
- جذب مخاطب هدف با طراحی پیام بازاریابی
- برگر کینگ پاسخگوی شکایت‌ها از مک‌دونالد
- تکنیک‌های افزایش فروش بیمه عمر
- ۴ استراتژی جهت ارتقای عملکرد تیم فروش

چرا صاحبان خودرو به خرید قطعات دست دوم روی آورده‌اند؟

بازار داغ قطعات یدکی فرسوده

ناقص شده است. او با تاکید بر اینکه ماندگاری قطعات و مجموعه‌های خودرویی در گمرک طبق روال معمول است، گفت: مواد اولیه مانند ورق آهن آلات خاص و قطعاتی مانند کاتالیست و سیستم‌های الکترونیک خودرو از جمله محموله‌های ایران خودرو است که در حال ترخیص از گمرکات اجرایی کشور هستند. این محموله‌ها شامل ۲۱۰ بارنامه متعلق به ایران خودرو بدون احتساب تامین‌کنندگان داخلی، در حال تخصیص ارز به صورت نیمایی یا استفاده از سامانه جامع تجارت هستند. هر چقدر فرایند ترخیص کالا سرعت یابد، تولید ایران خودرو نیز با ظرفیت بالاتری ادامه می‌یابد که سبب افزایش عرضه خودرو به بازار، اجرای تعهدات معوق و در نتیجه رضایت بیشتر مشتریان خواهد شد. ملت شاهی خواستار تسریع در ترخیص مواد اولیه، قطعات و مجموعه‌های خودرویی از گمرک متناسب با سرعت تولید در ایران خودرو شد و گفت: آهنگ تولید امسال ایران خودرو نسبت به سال گذشته افزایش قابل توجهی یافته و ضروری است تا قطعات موردنیاز نیز با سرعت بیشتری به خطوط تولید تزریق شود. در حال حاضر حدود ۹۰۰ کانتینر در گمرکات مانده و منتظر ترخیص آنها هستیم. کباری، معاون بازرگانی گروه خودروسازی سایپا نیز با اشاره به اینکه میزان قابل توجهی قطعات و مواد اولیه در گمرکات هستند، گفت: بخش عمده ناقصی قطعات موردنیاز برای تکمیل ساخت خودرو مربوط به کاتالیست است که این موارد در گمرکات مانده و منتظر ترخیص آنها هستیم.

گمرک می‌گوید کالای خودروسازان ترخیص شده

رئیس کل گمرک ایران درباره میزان دیوی قطعات موردنیاز خودروسازان در گمرک گفته: ماده ۴۲ قانون امور گمرکی به ویژه در مورد قطعات خودرو به موضوع‌هایی اشاره کرده است که با پیشنهاد وزارت صمت، رئیس کل گمرک می‌تواند از این تسهیلات ماده مذکور استفاده کند و ما هم در چند ماه گذشته بارها از آن بهره برده‌ایم. خودروسازان به وسیله همین تسهیلات با اظهار کالا و پرداخت تضمین‌ها بدون نیاز به مسائلی که باعث رسوب کالا می‌شد، عمده کالاها به‌شسان را ترخیص کرده‌اند. گمرک درباره موارد خاص خودروسازان را معطل نگذاشته، اما در مورد مواد اولیه مشکل وجود داشته است.

مهدی میراشرفی با بیان اینکه این ۸ میلیون تن کالاهای در گمرک عملاً

اما از نظر کیفیت مواد و نوع قطعات بسیار نامطلوب و بی‌کیفیت هستند. خرید و استفاده از این‌گونه قطعات موجب زیان مشتریان و مشاجره آنها با تعمیرکاران پس از استفاده و خرابی خودرو می‌شود.» او ادامه می‌دهد: «میزان افزایش قیمت انواع قطعات یدکی خودرو متفاوت است، اما به طور میانگین قیمت انواع قطعات یدکی از سال گذشته تاکنون بنابر نوع قطعه از ۳ تا ۵ برابر افزایش یافته است. درحالی‌که از نظر کیفیت شاهد افت کیفی انواع قطعات هستیم و انواع قطعات یدکی بی‌کیفیت به نام قطعات اصلی به مردم عرضه می‌شوند. این افزایش قیمت در مورد قطعات یدکی بدنه برخی خودروهای مونتاژ داخلی مانند ساندرو به مراتب بیشتر بوده؛ به‌نحوی که قیمت درب خودروی ساندرو به ۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان افزایش یافته است.» به اعتقاد کارشناسان، خروج شرکت‌های خارجی خودروساز از ایران به دلیل تحریم‌ها، نبود مواد اولیه مناسب برای تولید قطعات یدکی باکیفیت در داخل، مشکلات ارزی کشور، ورشکستگی کارخانه‌های قطعه‌سازی و کمبود نقدینگی آنها ازجمله بزرگ‌ترین چالش این روزهای شرکت‌های قطعه‌ساز داخلی است که خود را با افزایش قیمت قطعات، کمبود شدید و افت کیفیت در بازار نشان می‌دهد.

۹۰۰ کانتینر قطعات خودرو در گمرک مانده است

این روزها شاهد تصاویر مختلفی از پارکینگ خودروسازان کشور هستیم که مملو از خودروهای ناقص است، خودروهایی که مشکل یک یا دو قطعه دارند و در صورت تکمیل می‌توانند با عرضه، باعث کاهش التهابات در بازار خودرو شوند. به گفته نمایندگان آنان خودرو، یکی از اصلی‌ترین مشکلات گرانی خودرو، عدم عرضه خودرو توسط کارخانه به بازار است که اگر تولیدی‌ها به بازار عرضه شود، باعث کاهش قیمت‌ها خواهد شد. در این بین، میزان قابل توجهی قطعه و مواد اولیه در گمرک مانده که باعث شده خودروهای ناقص کف کارخانه بیش از اندازه باشند. در این باره، سیدمهدی ملت شاهی، مدیر خدمات بازرگانی ایران خودرو با بیان اینکه برخی از قطعات موردنیاز برای تکمیل ساخت یک خودرو در گمرکات مانده است، به باشگاه خبرنگاران جوان گفت: در حال حاضر گمرک برای ترخیص قطعات دپوشده همکاری دارند اما مقدار قابل توجهی از قطعات در گمرکات مانده و همین عامل باعث مشکل در تکمیل خودروهای

فرصت امروز: رشد عجیب قیمت‌ها در بازار خودرو، بخش زیادی از دارندگان خودرو را با چالش «هزینه ماشین» رو به رو کرده است؛ آن هم در شرایطی که بخش مهمی از صاحبان خودرو به خصوص کسانی که با وسایل نقلیه خود کار می‌کنند، از نظر درآمد با افزایش چشمگیری (به دلیل تورم گسترده) مواجه نشده‌اند، اما هزینه‌های زندگی و مخارج تعمیر و نگهداری خودروی‌شان به شدت رشد داشته است. اگر مسافر تاکسی‌های اینترنتی و یا تاکسی‌های زردرنگ سطح شهر باشند، این شکایت و گلایه را بارها از زبان رانندگان شنیده‌ایم. راننده‌هایی که قیمت خودروی‌شان طی چند ماه بیش از ۱۰۰ میلیون تومان بیشتر شده، اما در مقابل، توان کافی برای تعمیر و نگهداری خودروی خود را ندارند. این موضوع باعث به راه افتادن بازار جدیدی به نام خرید قطعات یدکی فرسوده و کارکرده شده است. قطعات یدکی که عمدتاً از کشورهای همسایه به صورت قاچاق راهی ایران می‌شود و حالا با گران شدن قطعات یدکی خودرو با اقبال زیادی هم از سوی تعمیرکاران و هم دارندگان خودرو روبه‌رو شده است. البته کمبود و گرانی قطعات یدکی اصلی خودرو و افزایش سهم قطعات بی‌کیفیت و تقلبی هم به این وضعیت کنونی دامن زده است.

تحریم‌ها به بازار قطعات یدکی خودرو رسید

در همین حال، فعالان و کارشناسان نسبت به استفاده از قطعات دست دوم یا تعمیرشده هشدار می‌دهند و معتقدند این قطعات ممکن است ایمنی خودرو را با مشکل روبه‌رو سازد و جان افراد را به خطر بیندازد، چنانچه محسن فقیهی، رئیس اتحادیه دارندگان اتومبوس‌روس، تعمیرگاه، پارکینگ و کارواش خودرو می‌گوید: «وضعیت بازار قطعات یدکی خودرو بسیار نابسامان است؛ به نحوی که بازار از قطعات یدکی غیراصلی (فیک) و بی‌کیفیت پر شده و قطعات یدکی اصلی نیز در بازار بسیار نایاب و گران است. شرایط بازار قطعه به‌گونه‌ای است که اکنون حتی فعالان صنفی نیز قادر به تامین و تشخیص قطعات اصلی از تقلبی نیستند. افزایش سودجویی در بازار قطعات یدکی موجب شده تا اکنون بسیاری از عرضه‌کنندگان، قطعات یدکی تقلبی چینی یا ایرانی را در جعبه قطعات اصلی برندهای داخلی و خارجی بسته‌بندی کرده و به نام قطعات اصلی و با قیمت‌های بسیار بالا به مشتریان عرضه کنند. قطعاتی که در ظاهر بسیار زیبا

فرصت امروز: ثبت نام وام ودیعه مسکن در دوره دوم برای جاماندگان، از ساعت ۱۲ روز گذشته (یکشنبه) آغاز شد. بر این اساس، جاماندگان و آن دسته از متقاضیان طرح کمک ودیعه اجاره مسکن که در دور قبل موفق به ثبت نام نشده‌اند، می‌توانند تا ساعت ۲۲ در چهارشنبه (۲۰ مهرماه) از طریق سامانه طرح اقدام ملی مسکن (به آدرس <https://tem.mrd.ir>) نسبت به ثبت نام وام ودیعه مسکن اقدام کنند. همانطور که پیش از این و در دوره قبلی ثبت نام وام ودیعه مسکن اعلام شده بود، دریافت این تسهیلات منوط به دارا بودن شرایط مندرج در ماده (۱) آیین نامه اجرایی قانون ساماندهی از جمله «داشتن سابقه مالکیت از سال ۱۳۸۴ به بعد» است؛ بر این اساس تمامی متقاضیان و افراد تحت تکفل آنها متعهد هستند که از تاریخ اول فروردین ۱۳۸۴، فاقد مسکن و یا زمین مسکونی ملکی باشند بنابراین چنانچه در هر زمان سابقه مالکیت ایشان محرز شود، از فرایند پرداخت تسهیلات حذف شده و در صورت اخذ آن تسهیلات متعهد به جبران خسارت و استرداد تسهیلات دریافتی و جرایم مربوط خواهند بود.

این تسهیلات در سه رده ۵۰ میلیون، ۳۰ میلیون و ۱۵ میلیون تومانی پرداخت می‌شود و اقساط وام ۵۰ میلیون تومانی برای تهرانی‌ها ماهانه ۵۴۰ هزار تومان،

مهلت ۱۶ روزه برای ثبت‌نام دوباره وام ودیعه مسکن

دور دوم ثبت نام وام اجاره مسکن آغاز شد

اقساط وام ۳۰ میلیون تومانی برای شهرهای بزرگ ماهانه ۳۲۵ هزار تومان و اقساط این وام در سایر شهرها ماهانه ۱۶۰ هزار تومان است. نرخ سود این تسهیلات نیز ۱۳درصد است و مستأجر تنها سود این وام را پرداخت می‌کند و اصل وام در پایان سال به بانک برگشت داده می‌شود.

منابع این تسهیلات محدود و ۲۰ هزار میلیارد تومان است که بر همین اساس دریافت‌کنندگان این تسهیلات اولویت‌بندی شده‌اند. همچنین خانوارهای تحت پوشش کمیت امداد، سازمان بهزیستی، زنان سرپرست خانوار، بازنستگان و حقوق‌بگیران مشمول دریافت این وام هستند. مستأجران متقاضی دریافت وام ودیعه مسکن باید قرارداد ثبت شده در سامانه املاک و مستغلات را در اختیار داشته و کد رهگیری دریافت کرده باشند. همه مدارک نشانه‌دهنده دارا بودن شرایط متقاضی، باید در سامانه بارگذاری شود.

در این زمینه، محمود محمودزاده، معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی گفت: متقاضیان جامانده وام ودیعه مسکن که تا ۲۵ شهریورماه موفق به ثبت‌نام وام ودیعه مسکن نشده‌اند، از ساعت ۱۲ یکشنبه به مدت ۱۷ روز برای ثبت‌نام دوباره و دریافت وام ودیعه مسکن، مهلت دارند.

محمودزاده با اشاره به جزئیات ثبت نام وام ودیعه مسکن ادامه داد: ثبت‌نام مجدد جاماندگان تا ۳۰ مهر ادامه خواهد داشت و آن دسته از متقاضیان طرح کمک ودیعه اجاره مسکن که موفق به ثبت نام نشده‌اند، می‌توانند تا ساعت ۲۴ روز ۳۰ مهرماه جهت ثبت‌نام در این طرح با مراجعه به بخش «تکمیل ثبت‌نام تسهیلات کمک ودیعه» در سامانه طرح اقدام ملی مسکن ثبت نام کنند.

همچنین محمد اسلامی، وزیر راه و شهرسازی روز شنبه در حاشیه امضای تفاهم‌نامه با وزارت جهاد کشاورزی به منظور احداث ۱۰۰ هزار واحد مسکونی برای کارکنان و بازنشستگان آن وزارتخانه، درباره وام ودیعه مسکن گفت: طبق موافقت ستاد ملی مبارزه با کرونا، با درخواست وزارت راه و شهرسازی، جاماندگان از وام ودیعه مسکن می‌توانند تا پایان مهرماه برای دریافت آن ثبت‌نام کنند.

به گفته اسلامی، مستأجرانی که از این طرح اطلاع نداشتند یا به هر دلیلی تاکنون در سامانه ثبت‌نام نکرده‌اند، می‌توانند ثبت‌نام کنند و اگر واجد شرایط بودند وام به آنها تعلق می‌گیرد. قرار بر این بود که در طرح ارائه وام ودیعه مسکن به ۶۰۰ هزار خانوار این وام ارائه شود و تاکنون ۱۲۸ هزار نفر تشکیل پرونده دادند و از این تعداد ۴۰ هزار نفر وام ودیعه مسکن را دریافت کردند و روند پرداخت وام‌ها سرعت بیشتری

می‌گیرد تا همه متقاضیان بتوانند از این تسهیلات استفاده کنند. همانطور که وزیر راه و شهرسازی اشاره کرده، در مرحله اول این طرح، یک میلیون و ۶۰۰ هزار نفر از طریق پیامک و ارسال کد ملی ثبت نام کردند که بخش عمده‌ای از این کدها نامعتبر و فاقد شرایط لازم بودند، بنابراین از این تعداد حدود ۳۶۰ هزار نفر مورد تایید قرار گرفتند و دارای شرایط لازم شناخته شدند. همچنین تاکنون تنها ۴۰ هزار متقاضی موفق به دریافت این تسهیلات شده‌اند. گفتنی است با شیوع ویروس کرونا دولت دوازدهم تصمیم گرفت که برای کمک به خانوارهای اجاره‌نشین تسهیلات پرداخت کند. این وام در تهران ۵۰ میلیون تومان، کلانشهرها ۳۰ میلیون و شهرهای کوچک ۱۵ میلیون تومان است که به مستأجران واجد شرایط دارای قرارداد معتبر پرداخت شود. سود این وام ۱۳درصد است و مستأجران در تهران ماهانه ۵۴۰ هزار تومان، کلانشهرها ۲۲۰ هزار و سایر شهرها ۱۶۰ هزار تومان پرداخت خواهند کرد. با وجود تقاضای ۲،۲ میلیون نفری تنها ۳۶۰ هزار نفر تاکنون واجد شرایط دریافت این وام شناخته شدند و البته وزارت راه و شهرسازی هشدار داده هر زمان که مالکیت متقاضیان احراز شود از لیست دریافت وام ودیعه مسکن کنار گذاشته می‌شوند.

یادداشت



ژئوپلیتیک کرونا

 	
یان پرمر	
تحلیلگر سیاسی	

خبرها درباره واکسن کرونا روز و شب ادامه دارد و مرتباً امیدوار و ناامید می‌شویم؛ یا دانشمندان کشف مهمی کرده‌اند و یا هرکها آن کشف‌ها را دزدیده‌اند. همچنان که همه امیدواریم یک واکسن بتواند جهان را به سمت اوضاع طبیعی برگرداند، ژئوپلیتیک به طور فزاینده‌ای رقابت کشورها را بر سر واکسن جدی‌تر می‌کند و اوضاع روز به روز پیچیده‌تر می‌شود. به دوران ناسیونالیسم واکسنی خوش آمدید.

کشف واکسن کرونا، اولویت نخست بهداشت عمومی دنیاست. دولت‌ها و شرکت‌های دارویی جهان با هم متحد شده‌اند تا واکسن را در سریع‌ترین زمان ممکن کشف کنند و آن را توسعه دهند. برای گروه زیادی از آنها نه هزینه اهمیت دارد نه امن بودن روش. گزارش‌هایی از روسیه منتشر شده که دانشمندان واکسن‌های تجربی را روی خودشان امتحان کرده‌اند و حتی ثروتمندان روس نسخه‌های اولیه و آزمایشی واکسن را دریافت کرده‌اند، یا چین که اجازه داده یک واکسن آزمایشی روی پرسنل ارتش امتحان شود. چنین راهکارهایی تا قبل از این، غیراخلاقی و خطرناک برای بهداشت عمومی به شمار می‌آمد، اما حالا دورانی عادی نیست و اول شدن در مسابقه رسیدن به واکسن فقط به معنای غرور ملی نیست. دستاورد رسیدن به چنین واکسنی فقط به صرفه اقتصادی و بازگشت سریع‌تر از کشور به دوران پیش از ویروس هم محدود نمی‌شود. در دنیای امروز، اول شدن در رقابت واکسن کرونا، یک اهرم ژئوپلیتیکی حیاتی را به کشور برنده می‌دهد، چه در برابر متحدانش و چه علیه دشمنانش.

زمانی که جهان با ضربه کرونا روبه‌رو شد، سه سناریوی اولیه در مورد کشف، تولید و پخش واکسن وجود داشت. سناریوی اول خوش‌بینانه‌ترین‌شان است: با کشف یک واکسن ایمن، دولت‌ها با یکدیگر برای تولید و توزیع آن همکاری خواهند کرد تا آن را به دست بیشترین تعداد ممکن از مردم برسانند. سناریوی دوم این است که وقتی واکسن کشف شد گروه خاصی از کشورها به خاطر سرمایه‌گذاری و روابط سیاسی‌شان زودتر از بقیه به آن دست خواهند یافت، اما پس از پایان این مرحله، نهادهای بین‌المللی مثل سازمان ملل و سازمان بهداشت جهانی به توزیع سریع و عادلانه آن کمک خواهند کرد.

طبق سناریوی سوم نیز هر کشور روبریکر «هر کسی خانه خود» را در پیش خواهد گرفت و تلاش می‌کند خودش به واکسن برسد. دولت‌ها اینجا هزینه سنگینی را صرف شرکت‌های خصوصی می‌کنند تا زودتر به نتیجه برسند و این دسترسی کشورهای فقیرتر به واکسن را دشوارتر می‌کند. در بدترین حالت، کشورها از موضوع دسترسی به واکسن کرونا به عنوان ابزار چانه‌زنی در منازعات ژئوپلیتیکی استفاده خواهند کرد. جهان در حال حاضر جایی بین

سناریوی دوم و سوم ایستاده است و این خبر خوبی نیست.

آمریکا یکی از خشن‌ترین حامیان سناریوی شماره ۳ است و با شدت همین راه را می‌رود، چنانکه شعار «اول آمریکا»ی ترامپیست‌ها تبدیل شده به «تنها آمریکا». آمریکا تلاش کرده بخش اعظم موجودی داروی رمدسیویر در دنیا را بخرد یا قرارداد ۱.۹۵ میلیارد دلاری با شرکت داروسازی فایزر و یک شرکت آلمانی بسته تا ۱۰۰ میلیون دوز را واکسنی را بخرد که هنوز تکمیل نشده است. آن دسته از متحدان سنتی آمریکا که وضع مالی خوبی دارند هم روی موفقیت شرکت‌های دیگری شرط بسته‌اند و سعی کرده‌اند با قراردادهای جذاب کل موجودی واکسن احتمالی را از آن خود کنند. البته رقبای آمریکا نیز چنین روشی را در پیش گرفته‌اند. در این بین، جاسوسی دارویی هم شدت گرفته و با دو هدف انجام می‌شود: اول اینکه شاید بتواند به توسعه واکسن خودی کمک کند و همچنین جلوی باجگیری احتمالی کشور پیروز در مسابقه کرونا را بگیرد. ۲۲ جولای شاید شاهد خشن‌ترین تنش دیپلماتیک در این حوزه بودیم که آمریکا دستور تعطیلی کنسولگری چین در شهر هیوستون را به اتهام جاسوسی دارویی (و چند مورد دیگر) صادر کرد. همچنانکه مسابقه بر سر واکسن شدت می‌گیرد، مرز میان جهان‌های سیاست، پزشکی، دیپلماسی و اقتصاد براشته می‌شود و هر کشور در هر یک از این حوزه‌ها که می‌تواند به رقیب واکسنی‌اش صدمه می‌زند.

جالب اینجاست اکثر دولت‌ها زمان‌بندی‌هایی فضایی برای تولید و توزیع واکسن اعلام کرده‌اند و چنین سرعتی نمی‌گذارد که واکسن‌ها پروتکل‌های ایمنی را رعایت کنند. هندی‌ها در این زمینه پیشرو هستند.

اما نگرانی‌های جدی در مورد پخش زودهنگام واکسن‌ها وجود دارد و این فقط محدود به کسانی که نسخه‌های اولیه واکسن‌ها را دریافت می‌کنند، نمی‌شود. اعلام خبر کشف و تولید واکسن جدید، فشار را بر دیگر کشورها افزایش می‌دهد تا آزمایش‌های خود را سرعت بخشند و افکار عمومی را راضی کنند. این به معنای روند تولید و تأیید سریع‌تر و پریسک‌تر خواهد بود. حال فرض کنیم یک کشور توانسته به واکسن برسد و آن را تولید کند. سؤال این است که واکسن اول به چه کسانی می‌رسد؟ انتخاب گروه اول دریافت‌کنندگان واکسن خیلی هم سخت نیست. اتفاق نظر همگانی بر این است که واکسن اول باید به کسانی داده شود که مشاغل حساس دارند، نمی‌توانند مرخصی بگیرند و جامعه در دوران کرونا روی این حساب می‌کند، مثل پزشکان و پرستاران، مأموران حمل زباله و آتش‌نشان‌ها، اما بعد از آنها چه؟ اینجاست که ماجرا پیچیده می‌شود. گروه‌هایی از جامعه هم هستند که پیش از کرونا با استفاده از هر گونه واکسنی مخالفت می‌کردند. اینها همین حالا هم علیه واکسن‌ها و سرمایه‌گذاران‌شان موضع می‌گیرند و مطمئن باشید زمانی که خبر کشف واکسن اعلام شد شبکه‌های اجتماعی پر می‌شود از اطلاعات جعلی علیه آن واکسن خاص. حالا هم که قرار است اکثر واکسن‌ها بدون تست‌های همه‌جانبه در بازار پخش شوند «ضد واکسن‌ها» دست بالایی در حمله خواهند داشت بنابراین اشتباه هر کشور در روند توسعه و توزیع واکسن می‌تواند نظر بخشی از مردم جهان را نسبت به مؤثر بودن هر واکسنی منفی کند و باعث افزایش مقاومت در برابر واکسن‌ها شود.

حالا می‌رسیم به پیامدهای ژئوپلیتیکی کشف واکسن. اینکه کشوری بتواند واکسن مؤثر تولید کند، اصلاً مسئله کوچکی نیست. اینجا سؤالات سرنوشت‌سازی مطرح خواهد شد: به چه کشوری واکسن را خواهیم داد؟ آنها چقدر حاضرند برای واکسن پول بدهند؟ به جای پول حاضرند سر کدام مسئله ژئوپلیتیکی کوتاه بیایند تا به واکسن برسند؟ نحوه پاسخ به این سوال‌ها بخش عمده روابط بین‌الملل طی ۵ تا ۱۵ سال آینده را شکل خواهد داد. در این مدت تلاش برای شکست کرونا باعث افزایش بودجه و تقویت مراکز علم و تولید دنیا خواهد شد و این فاصله کشورها را افزایش خواهد داد. اگر فکر می‌کردید که کشف واکسن پایانی خواهد بود بر مشکلات کرونایی، اشتباه می‌کردید. این مشکلات بعد از کشف واکسن فقط شکل تازه‌ای خواهند گرفت. طبق گزارش نیویورک تایمز، در حال حاضر روی بیش از ۱۶۵ واکسن در سراسر دنیا تحقیق می‌شود که ۲۷ تای آنها به حد کافی امیدوارکننده بوده‌اند که به مرحله آزمایش انسانی رسیده‌اند. هرچه تعداد آنها بالاتر می‌رود تنش سیاسی بر سر آنها افزایش می‌یابد.

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

فردای همان شبی که دونالد ترامپ و جو بایدن، دو نامزد ریاست جمهوری آمریکا، اولین مناظره انتخاباتی خود را در اوهایو برگزار کردند، کیلومترها آن سوتر در تهران، حسن روحانی در جلسه هیأت دولت گفت که ایران از سال ۱۳۹۷ وارد جنگ اقتصادی با آمریکا شده و از منتقدانش خواست تا شرایط جنگ را با شرایط تحریم مقایسه نکنند. رئیس‌جمهور چند روز قبل در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا نیز به شرایط جنگ اقتصادی اشاره کرد و گفت که اگر مردم برای کمبود و مشکلات می‌خواهند لعن و نفرین کنند، آدرس این لعن و نفرین، کاخ سفید در واشنگتن است و کسی به مردم آدرس اشتباه ندهد.

اصطلاح جنگ اقتصادی (Economic Warfare) در دو سه سال گذشته به یکی از کلیدواژه‌های مهم سیاستمداران ایران و آمریکا تبدیل شده است. هر چند اقتصاددانان به لحاظ نظری چندان این اصطلاح را درست نمی‌دانند و معتقدند که جنگ اقتصادی همان جنگ سیاسی است و اینطور نیست که جنگ اقتصادی، راه حل اقتصادی داشته باشد، اما در واقعیت، تقابل سیاسی ایران و آمریکا از همان ابتدای انقلاب و دوره ریاست‌جمهوری جیمی کارتر گرفته تا دوره کنونی و ریاست‌جمهوری دونالد ترامپ، کم و بیش به تقابل اقتصادی کشیده شده است. از یکسو، آمریکا می‌گوید که برای اجتناب از جنگ نظامی با ایران وارد جنگ اقتصادی شده و ایران را تحریم کرده است. از سوی دیگر هم ایران می‌گوید درگیر یک جنگ اقتصادی است که دست کمی از جنگ نظامی ندارد.

به نظر می‌رسد اقتصاد برای آمریکا دست کم میدان جنگ دیگری است که در آن تعرفه‌ها و تحریم‌ها همان کار توپخانه‌ها را می‌کنند، البته استفاده آمریکا از ابزار اقتصاد تنها منوط به برخورد با ایران نیست، بلکه واشنگتن در دوره ریاست‌جمهوری ترامپ به مقابله تجاری با چین پرداخته و این استراتژی اقتصادی در تقابل با روسیه، اتحادیه اروپا و همه بازیگرانی که در نقطه مقابل منافع ایالات متحده قرار می‌گیرند، ادامه یافته است.

از جنگ‌های پلویونزی تا حمله ژاپن به پرل هاربر

جنگ اقتصادی عمری به درازای تاریخ دارد. گفته می‌شود اولین جنگ اقتصادی بین آتنی‌ها و اسپارته‌ها (دو گروه یونانی) در بیش از ۴۰۰ سال قبل از میلاد اتفاق افتاد. آتنی‌ها به جای حمله نظامی به شهر مگارا، آن را تحریم اقتصادی کردند. اسپارته‌ها که متحد مگارا بودند، به این تصمیم اعتراض کردند و چون آتنیها از محاصره اقتصادی مگارا کوتاه نیامدند، بر آنها یورش بردند و آتن را فتح کردند. آنچه به نام جنگ‌های پلویونزی در تاریخ یونان شهره شده است.

از آن زمان تاکنون که آمریکا تازه‌ترین تحریم‌ها را علیه ایران وضع کرده است، تارکین طولانی جنگ‌های اقتصادی پر از داستان‌های کمتر شنیده شده است. به عنوان مثال، در جریان جنگ جهانی دوم و درست یک هفته پیش از آنکه هواییماهای ژاپنی بندر پرل هاربر (بندر مروارید) را بمباران کنند، سفیر ژاپن در واشنگتن به دولتمردان آمریکایی گفت: «مردم ژاپن فکر می‌کنند که اقدامات اقتصادی از اقدامات نظامی موثرتر است. آنها به شدت تحت فشار شما هستند تا تسلیم شوند ولی اعتقاد دارند که جنگیدن بهتر از تسلیم شدن در برابر فشار است.»

تحریم اقتصادی و تجاری ژاپن از سوی آمریکا چنان عرصه را بر سرزمین آفتاب تابان تنگ کرد که هواییماهای جنگنده ژاپنی صبح روز یکشنبه هفتم دسامبر ۱۹۴۱ پایگاه دریایی آمریکا در پرل هاربر را در هم کوبیدند. آنها مخصوصاً صبح یکشنبه را برای این حمله در نظر گرفتند تا با استفاده از عنصر غافلگیری بیشترین صدمه را به نیروهای آمریکایی وارد کنند. نتیجه این حمله برای آمریکا یک فاجعه تمام عیار بود. اتفاقی که باعث ورود رسمی آمریکا به جنگ جهانی دوم شد و فردای آن روز واشنگتن به توکیو اعلان جنگ داد. درنهایت با

آیا جنگ اقتصادی راه‌حل اقتصادی دارد؟

اقتصاد در چنبره سیاست



مدعی چکاندن مکانیزم ماشه در برجام و بازگرداندن خود به خودی تمامی تحریم‌های شورای امنیت علیه ایران شده و از سوی دیگر تمامی کشورها را به تحریم تسلیحاتی ایران تهدید کرده است. هرچند تروئیکای اروپایی در بیانیه‌ای ادعای آمریکا را زیر سوال بردند و دبیرکل سازمان ملل با ارسال نامه‌ای به شورای امنیت گفت که نمی‌تواند هیچ اقدامی برای بازگرداندن تحریم‌ها علیه ایران انجام دهد، اما اقتصاد ایران متأثر از تنش‌های لفظی تحریم در بزنگاه بیستم سپتامبر دچار التهاب شد و قیمت‌ها در بازارهای مالی بار دیگر اوج گرفتند. در حال حاضر، قیمت دلار مرز روانی ۲۰ هزار تومان را رد کرده و سکه نیز وارد کانال ۱۴ میلیون تومان شده است. شاخص بورس نیز از میانه تابستان پله پله از رکورد ۲ میلیون واحدی پایین آمده و تن به اصلاحی سنگین داده است. بورس تهران روز شنبه در واکنش به خبر ابتلای ترامپ به کرونا و افزایش احتمال شکست او در انتخابات ریاست جمهوری به رشد ۴۲ هزار واحدی دست یافت، اما روز یکشنبه (۱۳ مهر) با افت ۲۳ هزار واحدی به رقم یک میلیون و ۵۲۲ هزار واحد رسید.

کاربرد تحریم: از ابزار فنی تا هنر تصمیم‌گیری

همانطور که ریچارد نفیو، طراح تحریم‌های ایران در دولت باراک اوباما در کتاب «هنر تحریم‌ها؛ نگاهی از درون میدان» بیان کرده، دولتمردان آمریکا با شناخت و مطالعه به مصادف اقتصادی ایران آمده‌اند. نفیو در کتاب خود توضیح می‌دهد که تحریم به‌عنوان ابزار استراتژیک در دستگاه سیاست خارجی ایالات متحده، نه ابزاری صرفاً فنی بلکه بیشتر هنر تصمیم‌گیری و به کار گرفتن خلاقانه ابزارهای مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بوده است. به‌عنوان مثال، او به روشنی نشان می‌دهد که چگونه در عین تحریم کالاهای مختلف، واردات کالاهای لوکس را از تحریم ایران مستثنی کرده تا به احساس اجتماعی تحریم شدگی شهروندان ایرانی بیشتر دامن نزند. با این حال، به نظر می‌رسد آمریکا در دوره ریاست جمهوری ترامپ عمداً بر حوزه اقتصاد تمرکز کرده است، به طوری که دولت ترامپ مستقیماً بر دو مجرای درآمدی اقتصاد ایران دست گذاشته است؛ یکی صادرات نفت و دیگری شبکه بانکی. از یک طرف، فروش نفت ایران را تحریم کرده و در نتیجه درآمدهای ارزی دولت را به حداقل ممکن رسانده است و از سوی دیگر، ارتباطات بانکی و نقل و انتقالات مالی ایران را بایکوت کرده تا دولت ایران نتواند از درآمدهای ارزی خود (به عنوان نمونه در کره جنوبی) دسترسی داشته باشد.

باید پذیرفت که کارسازترین نوع تحریم، تحریم مالی است و این کارزار به جایی رسیده که حتی پرداخت دستمزد مربیان خارجی شاغل در فوتبال ایران نیز ناممکن شده است. در حقیقت، مناسبات مالی مثل گردش خون در کالبد انسانی است. اگر هر یک از اعضای بدن از کار بیفتند، آدمی می‌تواند به حیات خود ادامه دهد، اما اگر قلب آدمی و سیستم گردش خون او از کار بیفتد، همه اعضای بدن از کار می‌افتند و مرگ آدمی رخ می‌دهد.

البته آثار و بازخوردهای تحریم تنها به شکل مستقیم در اقتصاد ایران اثرگذار نبوده و گسترش رانت و فساد از مخرب‌ترین آثار غیرمستقیم تحریم بوده است. وقتی دولت به بهانه تحریم، سیاست‌گذاری رسمی را رها می‌کند و به مناسبات زیرزمینی و تولید، افزایش بهره‌وری و است که نتیجه این برآیند، پدیده‌ای نظیر بایک زنجانی و خیل عظیم پرونده‌های اقتصادی است که در دوران تشدید تحریم‌های آمریکا در قوه قضائیه شکل گرفته است.

به نظر می‌رسد تحریم، جهان‌بینی انسان ایرانی را تماماً تغییر داده است و درحالی که تا چندی پیش، زیرساخت‌های اقتصادی شامل جذب سرمایه خارجی، سرمایه‌گذاری در تولید، افزایش بهره‌وری و ایجاد شرایط رقابتی بود، اما حالا در سایه چندن و چند سال جنگ اقتصادی، دور زدن تحریم‌ها، امکان انتقال پول، دسترسی به منابع ارزی بلوکه شده و... به عنوان زیرساخت‌های اقتصادی تعیین می‌شوند.

ادامه تدریجی جنگ و حمله اتمی آمریکا به فاصله سه روز به دو شهر هیروشیما و ناکازاکی، ژاپن رسماً تسلیم شد و تن به شکست داد.

سؤال این است که تاکتیک‌ها و استراتژی‌های جنگ اقتصادی از حوالی ۴۰۰ سال پیش از میلاد تا شروع سومین دهه از هزاره سوم میلادی چقدر تغییر کرده‌اند و آیا تحریم‌ها در این گذار ۲ هزار و ۵۰۰ ساله کارآمدتر و مدرن‌تر شده‌اند؟ به نظر می‌رسد جنگ اقتصادی تکمیل‌کننده پازل جنگ نظامی است و دو واقعه یادشده به خوبی نشان می‌دهد که جنگ نظامی و تحریم اقتصادی دو روی یک سکه است. جنگ در ذات خود یک مفهوم سیاسی است و اصطلاح جنگ و تروریسم اقتصادی از جستارهایی است که از حوزه سیاست وارد علم اقتصاد شده و عمدتاً در ادبیات سیاسی به کار می‌رود، وگرنه این مفاهیم در نزد اقتصاددانان چندان پذیرفته و قابل درک نیست. در واقع، جنگ اقتصادی از اشکال جنگ سیاسی است و جست‌وجوی راه‌حل اقتصادی برای جنگ اقتصادی، امری موهوم و بی‌معانست، چراکه تنها راه خاتمه جنگ از مسیر سیاست و دیپلماسی حاصل می‌شود.

۲ موج تحریم در ابتدا و انتهای دهه ۹۰

به جرأت می‌توان دهه ۹۰ را در اقتصاد ایران، دهه تحریم‌ها نام نهاد. درحالی که کمتر از شش ماه به پایان آخرین سال قرن چهاردهم و همینطور کمتر از یک سال به انتهای عمر دولت دوم روحانی زمان باقی مانده، اقتصاد ایران دست‌کم دو دوره تحریم شدید اقتصادی را در این دهه تجربه کرده که به دو دوره رکود تورمی منجر شده است.

تحریم نخست تقریباً از اواخر دهه ۸۰ علیه ایران اعمال شد و همان قطعه‌نامه‌های شورای امنیت که محمود احمدی‌نژاد آنها را کاغذباره می‌خواند، ایران را به سمت چنان تحریم‌های همه‌جانبه‌ای کشاند که هیلاری کلینتون، وزیر خارجه وقت آمریکا آن را شاهکار دیپلماسی علیه ایران نامید، اما با پیروزی حسن روحانی در انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۹۲ و در ادامه مذاکرات طولانی و نفسگیر ایران و کشورهای ۵+۱ (چین، فرانسه، روسیه، بریتانیا و آمریکا به همراه آلمان) نهایتاً در روز ۲۳ تیر ۱۳۹۴ (۱۴ ژوئیه ۲۰۱۵) معاهده برجام در وین امضا شد و به رفع تمامی تحریم‌های شورای امنیت سازمان ملل علیه ایران انجامید. این رخداد البته متأثر از فضای عمومی جامعه و بازخورد تحریم‌ها در زندگی مردم شکل گرفت و کلیت جامعه ایران تصمیم گرفتند تا در یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری (یک حقوقدان را به جای سرهنگ به عنوان رئیس‌جمهور انتخاب کنند) ارجاع به حمله مشروف روحانی در مناظره تلویزیونی: من سرهنگ نیستم یک حقوقدان هستم). روندی که در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ نیز «تکرار» شد و قاطبه مردم گفتمان ضد تحریم و تعامل با جهان را بار دیگر انتخاب کردند.

تحریم دوم نیز تقریباً در انتهای دهه ۹۰ رخ داد و با روی کار آمدن دونالد ترامپ در کاخ سفید و چندی بعد خروج آمریکا از برجام در تحریم‌های تمام عیار اقتصادی بود، به نظر می‌رسد که استراتژی آمریکا پس از خروج از برجام، یک جنگ تمام عیار اقتصادی علیه ایران بوده است که هنوز با شدت و حدت ادامه دارد. با خروج آمریکا از توافق هسته‌ای، دو موج اصلی تحریم‌های اقتصادی علیه ایران به راه افتاد که اولی شانزدهم مرداد ۱۳۹۷ و دومی سیزدهم آبان همان سال به اجرا رسید. این دو موج نخستین تحریم با سلسله تحریم‌های دیگری تاکنون ادامه یافته که آخرین آنها، تلاش آمریکا برای فعال کردن مکانیزم ماشه در بیستم سپتامبر ۲۰۲۰ بوده است.

با اینکه ایران و دیگر اعضای برجام و همینطور جامعه جهانی به لحاظ حقوقی، تصمیم آمریکا را نپذیرفته و واشنگتن را به عنوان یکی از اعضای برجام واجد اعمال مکانیزم ماشه و بازگشت تحریم‌های شورای امنیت نشناختند، اما آمریکا با رفتاری قلدرمآبانه و یکجانبه



دریچه

کشاورزی کجای برنامه‌های توسعه قرار دارد؟

نقش کشاورزی در توسعه اقتصادی

مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب اتاق ایران پنجمین گزارش از وضعیت اقتصاد کشاورزی ایران مربوط به سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۷ را منتشر کرد. این گزارش آسیب‌های احتمالی بر کسب‌وکارهای کشاورزی را پیش‌بینی می‌کند و پس از شناسایی و ارزیابی مشکلات موجود در این بخش، پیشنهادهایی برای حل این مسائل ارائه می‌دهد.
براساس بررسی‌های انجام‌شده بخش کشاورزی به مدیریت یکپارچه، هوشمند و پایدار در همه عرصه‌ها به ویژه در «تأمین نهاده و تولید محصول کشاورزی» نیاز دارد.

براساس نتایج این گزارش، کمبود شدید دسترسی به سرمایه و توان مالی ضعیف فعالان خرد، بی‌ثباتی بازار و نوسان قیمت‌ها (مؤثرترین عامل از دید فعالان بخش کشاورزی)، وابستگی شدید و تهدیدکننده صنعت طیور به نهاده‌های وارداتی و موقعیت انحصاری واردکنندگان این نهاده‌ها، نداشتن استراتژی صادراتی مشخص و عدم بهره‌گیری از شیوه‌های حفظ و ثبات بازار صادراتی و تقویت صادرکننده در بازارهای جهانی که در این سال به منفی شدن تراز تجاری محصولات دام، طیور و آبزیان برای اولین بار طی چند سال اخیر و افت شدید صادرات مستعدترین محصول صادراتی کشاورزی ایران یعنی پسته انجامید، عدم آگاهی فعالان بخش کشاورزی از کارکردهای بیمه و سلباقه و عملکرد ضعیف صندوق بیمه در پرداخت به‌موقع غرامت‌ها از اصلی‌ترین چالش‌هایی است که بخش کشاورزی در سال ۱۳۹۷ با آن دست‌وپنجه نرم کرده است. برخی از اینها چالش‌های قدیمی و مزمن بخش کشاورزی و برخی عارضه‌های جدیدی است که در این سال بر بخش واردشده است.

از سوی دیگر بهره‌وری بالاتر استفاده از عوامل تولید در بخش کشاورزی در مقایسه با کل اقتصاد آن‌هم در شرایطی که همواره سهم کمتری از سرمایه به این بخش اختصاص یافته است، شناسایی پتانسیل توسعه کشت دیم برخی محصولات نظیر پرتقال با توجه به کمبود منابع آبی کشور، مزیت کشور در تولید عسل و آبزیان و افق روشن تولید دام و محصول به‌ویژه آبزیان، پتانسیل توسعه صادرات محصولات صنایع غذایی و محصولات گروه باغبانی و سبزی و صیفی که همواره از تراز تجاری مثبت برخوردار بوده‌اند ازجمله پتانسیل‌ها و توانمندی‌های بخش کشاورزی است که می‌تواند در برابر نقاط ضعف آن مبنای برنامه‌ریزی‌های توسعه و پیشرفت بخش باشد.

اولین موضوعی که در بررسی وضعیت بخش کشاورزی قابل‌ملاحظه است عدم تطابق عملکرد برنامه‌های توسعه با اهداف تعیین‌شده است.
بالا بودن درصد تحقق اهداف برنامه در ایجاد ارزش افزوده در برخی سال‌ها در شرایطی که حداقل متوسط رشد سالیانه مصوب برنامه‌های توسعه تأمین نشده است (مانند سال‌های ابتدایی برنامه چهارم) و کاهش درصد تحقق اهداف برنامه در سال‌هایی که رشد بخش کشاورزی در مقایسه با سال‌های قبل بهتر بوده است ازجمله شواهدی است که نشان می‌دهد اهداف برنامه‌های توسعه به‌درستی و مبتنی بر واقعیت و بر مبنای پیش‌بینی‌های صحیح از پتانسیل‌های بخش کشاورزی تدوین نمی‌شود.

سال ۱۳۹۵ به دلیل تأخیر در تصویب برنامه ششم توسعه، فاقد برنامه بوده و لذا در این گزارش اهداف برنامه پنجم به این سال تعمیم داده شده‌ است و با فرض سال ۱۳۹۵ نیز در برنامه پنجم بوده ارزیابی‌ها صورت گرفته است.
سال ۱۳۸۹ نیز به دلیل تأخیر در تدوین برنامه پنجم، با همین مسئله روبه‌رو بود.
تأخیر در برنامه‌ریزی‌ها و عدم برنامه‌ریزی صحیح از یک‌طرف و عدم دستیابی به برنامه‌های تدوین‌شده موضوعاتی است که انتظار می‌رود بعد از ۵ برنامه توسعه به‌بود یافته و آنچه مورد چالش و بررسی قرار می‌گیرد نحوه دستیابی به اهداف برنامه باشد و این‌که آیا اهداف به درستی و در زمان مناسب تعیین شده است و آیا دست‌یافتنی است.
مشکلی که در برنامه‌های توسعه به وضوح مشاهده می‌شود این است که صرفاً بر مقدار عددی اهداف تأکید شده است و چگونگی دست یافتن به این اهداف را مشخص نکرده است و اینکه آیا برنامه مشخصی برای رسیدن به این اهداف تدوین شده است.
در برنامه ششم توسعه به نحو مطلوبی موضوعات کیفی اعم از اهداف کلی برنامه، راهبردها، سیاست‌ها و اقدامات اساسی که برای رسیدن به هر یک از این راهبردها موردنیاز است ارائه شده است، هرچند موضوعات کیفی نسبت به برنامه‌های گذشته تقلیل یافته به‌طوری‌که افق برنامه در زمینه کل تولیدات زراعی، سطوح کشت باغی و زراعی و سطح پوشش بیمه گزارش نشده است.
اهداف کلی برنامه ششم بر سه محور حفاظت و بهره‌برداری بهینه از منابع پایه، بهبود بهره‌وری عوامل تولید به ویژه آب و افزایش ضربت خوداتکایی در محصولات اساسی کشاورزی هست.

آمار و ارقام به خوبی نشان می‌دهد که اقتصاد کشور باید بر توان بخش‌های تولیدی خود به ویژه بخش کشاورزی که نیروی محرک بخشی از صنعت نیز هست تکیه و تمرکز داشته باشد تا بتواند رشد پایدار و بلندمدتی را به دست آورده و همه بخش‌های اقتصادی به‌طور متوازن از نتایج آن منتفع شوند.
یعنی یک رابطه دوسویه بین رشد اقتصادی و رشد بخش‌های مولد اقتصاد ایجاد شود.
بخش نفت به دلیل تأثیرپذیری زیاد از شرایط سیاسی و بین‌المللی، صرفاً به‌عنوان یک نیروی کمکی و فرعی در کنار اقتصاد فعالیت کند و اثرات آن در اقتصاد کمرنگ شود.

یکی از اصلی‌ترین موانع در مسیر پیشرفت بخش کشاورزی، کمبود دسترسی به سرمایه و توان مالی ضعیف فعالان خرد در این بخش است.
بخش کشاورزی به دلیل جایگاه ویژه‌ای که در تأمین امنیت غذایی کشور دارد و ماهیت ریسکی و نامطمئن فعالیت‌های کشاورزی که رقابت‌پذیری بخش را در جذب سرمایه تحت تأثیر قرار می‌دهد، لزوم سرمایه‌گذاری دولتی در این بخش را بیش از سایر بخش‌ها نمایان می‌سازد اما اتکالی صرف به این نوع از سرمایه می‌تواند بر ناپایداری شرایط اقتصادی این بخش بیفزاید و لازم است تمهیداتی اتخاذ شود تا سرمایه‌گذاری خصوصی نیز در این بخش رونق یافته و بخش کشاورزی را از مزایای آن منتفع سازد.

پایش سالانه فضای کسب‌وکار از منظر فعالان بخش نیز مؤید این مطلب است که همواره اصلی‌ترین مشکل فعالان بخش کشاورزی در دریافت تسهیلات از بانک‌ها است هرچند عامل بی‌ثباتی بازار طی دو سال اخیر به حدی شدت گرفته است که به‌عنوان مانعی جدی‌تر از مسائل مالی پیش روی فعالان بخش خصوصی قرار گرفته است و البته مسائل مالی همچنان به قوت خود باقی است.
برآیند موضوعاتی که در بالا به آن اشاره شد کم‌اکان بر نیاز بخش کشاورزی به مدیریت یکپارچه، هوشمند و پایدار در جهت توسعه به‌ویژه در «تأمین نهاده و تولید محصول کشاورزی» با هدف ارتقای بهره‌وری، کاهش هزینه‌های تولید و بهبود کیفیت و سلامت محصول، «بازاریابی و بازرارسانی محصول»، «توسعه صادرات کشاورزی» در جهت پایداری فعالیت کشاورزی و «تأمین مالی و سرمایه‌گذاری» فعالیت‌های کشاورزی تأکید دارد.
دستیابی به یک نگاه همه‌جانبه و فراگیر به همه موضوعات مطرح در بخش کشاورزی و امکان ارائه راهکارهای به‌هم‌پیوسته و تأثیرگذار در جهت توسعه پایدار این بخش، مستلزم داشتن نگاه زنجیره محور بر توسعه فعالیت‌های کشاورزی و بازنگری استراتژی توسعه این بخش در چارچوب اسناد بالادستی و استراتژی‌های کلان اقتصادی کشور است.

چشم خیره بازارها به ترامپ و کرونا



درصدی مواجه کرد. اس اند پی ۱۰۰ زیرمجموعه‌ای از شاخص اس اند پی ۵۰۰ است، که از ۱۰۰ شرکت دارای بالاترین ارزش بازار سرمایه در بازارهای بورس اوراق بهادار ایالات متحده آمریکا تشکیل می‌شود. فهرست شرکت‌های اس اند پی ۱۰۰ نخستین بار در سال ۱۹۸۳ توسط بازار بورس شیکاگو رتبه‌بندی و منتشر شد.

اقتصاددانان بر این باورند که سقوط فعلی بازارهای سهام کوتاه مدت است و در صورتی که بیماری دونالد ترامپ در نتیجه انتخابات تأثیر بگذارد و با سلامت عمومی را دچارخطر کند تداوم ریزش بازارهای سهام رخ خواهد داد. آنچه در حال حاضر سرمایه‌گذاران را نگران کرده است چشم‌انداز سیاسی بیماری دونالد ترامپ است چراکه افزایش احتمال پیروزی دموکرات‌ها به معنای پرداخت مالیات بیشتر و مقررات متفاوت‌تر است.

در حال حاضر بازارهای مالی آمریکا با رکودی محسوس مواجه شده‌اند که در اثر توقف سرمایه‌گذاری و به حداقل رسیدن آن توسط سرمایه‌گذاران به وجود آمده است. در حال حاضر نگرانی سرمایه‌گذاران مانع از سپردن نقدینگی‌شان به بازارهای مالی خواهد شد و همین اتفاق نیز افتاده است چراکه تنها یک ساعت پس از توثیت ترامپ حجم معاملات در بازار سهام‌های آمریکا یک درصد کاهش پیدا کرده است و در صبح شنبه نیز معاملات سهام آمریکا با ریزشی ۱٫۴ درصدی مواجه شده است.

با این وجود سخنرانی ناسنی پلوسی مبنی بر اینکه مثبت شدن تست کرونا دونالد ترامپ می‌تواند نتایج مذاکرات ریاست جمهوری را متفاوت کند موجب شد تا برخی سهام‌های شرکت‌های زیربنایی و بهداشتی آمریکا رشد چشمگیری را تجربه کنند به طوری که سهام یکی از شرکت‌های تجهیزات ساختمانی این کشور پس از سخنان ناسنی پلوسی رشد ۵٫۵ درصدی را تجربه کرده است. از سوی دیگر در بازار اوراق قرضه نیز بازده اوراق قرضه خزانه‌داری بلندمدت اندکی افزایش یافت.

بازار طلا چه واکنشی به بیماری ترامپ نشان داد؟

کارشناسان اقتصادی بر این باورند که مشخص شدن نتایج انتخابات ریاست جمهوری آمریکا می‌تواند سرمایه‌گذاران را از نگرانی درآورد و کمی به احیای بازارهای مالی کمک کند. در عین حال تحلیلگران جی پی مورگان نیز معتقدند که مثبت اعلام شدن تست کرونای دونالد ترامپ احتمال پیروزی بایدن را در انتخابات پیش روی آمریکا افزایش می‌دهد.

در این بین مثبت اعلام شدن تست کرونای ترامپ بازار طلا را نیز بی‌عصب نگذاشت و نوسان قیمت طلا در بازارهای جهانی نتیجه اخباری است که از بیمارستان محل بستری ترامپ، یعنی بیمارستان «والتر رید» به گوش می‌رسد.

کوبین گریددی، رئیس شرکت فونیکس فیوچرز به کیتکونیز گفت: «خبر مثبت شدن تست کرونای ترامپ، همه عوامل دیگر شامل آمار اقتصادی و بسته کمک مالی کرونایی را کنار زد. طلا عقب‌نشینی کرد اما با توجه به سرمایه‌ای که بیرون از بازار وجود دارد، این فلز ارزشمند

ابتلای ترامپ به کرونا چه تاثیری بر قیمت طلای سیاه دارد؟

خیر و شر ترامپ برای بازار نفت

نفت این کشور در هفته منتهی به ۲۵ سپتامبر ۲ میلیون بشکه کاهش داشته که سومین کاهش هفتگی متوالی بوده است. با این حال شرکت خدمات انرژی بیکرهیوز روز جمعه اعلام کرد شمار دکل‌های حفاری نفت فعال آمریکا هفته گذشته شش حلقه افزایش پیدا کرده و به ۱۸۹ حلقه رسیده که دومین رشد هفتگی متوالی بود و از افزایش تولید آمریکا در روزهای آینده حکایت داشت.
مثبت شدن آزمایش کووید ۱۹- ترامپ وضعیت فعلی بازار را تیره‌تر کرده و پیش‌بینی‌ها نیز حاکی از کاهش تقاضا و نابسامانی بازار نفت است، با این حال کارشناسان بر این باورند که رهایی و عدم رهایی ترامپ از این بیماری می‌تواند تأثیرات مثبت و منفی در بازار نفت و اقتصاد دنیا داشته باشد.
جهانبخش امینی، کارشناس ارشد انرژی در این باره گفت: وضعیت روحی و روانی ترامپ برای خود آمریکا و حتی طرفداران او نیز قابل چشم‌پوشی نیست و تصمیمات و حرکات او نیز در بحث انتخابات آمریکا و شرایط موجود در اقتصاد تأثیر خواهد گذاشت.
اعتقاد من این است که حتی اگر شرایط ترامپ به گونه‌ای باشد که برای جایگزینی او در انتخابات نیز تصمیم‌گیری شود این مسئله به نفع ایران و حتی بازار نفت خواهد شد اما ترامپ بتواند در مناظرات انتخاباتی نظر مردم را جلب کند قطعاً به ضرر بازار نفت می‌شود.

فرصت امروز: پس از اعلام خبر مثبت شدن تست کرونای رئیس‌جمهور آمریکا، سردرگمی زیادی در بازارهای مالی جهان به وجود آمد. در حالی که چشم بیشتر بازارها به تحولات انتخابات سوم نوامبر آمریکا و مناظرات انتخاباتی دو نامزد ریاست جمهوری بود، اما ابتلای دونالد ترامپ به بیماری کرونا ناگهان تمام متغیرهای سیاسی و اقتصادی را کنار زد و سیاسی‌ترین اتفاق کرونایی در ماه‌های گذشته را رقم زد؛ رخدادی سیاسی که اقتصاد آمریکا را به شدت تحت تأثیر خود قرار داد و بازار سهام آمریکا بیشترین لطمه را از آن دید.

در آخرین خبرها، ترامپ کاخ سفید را ترک کرده و به بیمارستان والتر رید منتقل شده است. رئیس جمهور آمریکا روز گذشته در اولین اظهارات خود در بیمارستان والتر رید در حالی که بسیار رنگ‌پریده به نظر می‌رسید، گفت که حالش «خیلی بهتر» است، اما چند روز آینده «آزمون واقعی» در درمان کووید-۱۹ خواهد بود. به گزارش رویترز، ترامپ در ویدئویی چهار دقیقه‌ای که در توئیتر منتشر کرد، پشت میزی مقابل پرچم آمریکا نشسته بود و خسته به نظر می‌رسید. او در این ویدئو گفت: «در ابتدا که به مرکز درمانی والتر رید رسیدم، حال خیلی خوبی نداشتیم. فکر می‌کنم که ظرف چند روز آتی، آزمون واقعی باشد، بنابراین باید ببینیم ظرف چند روز آتی چه اتفاقاتی رخ می‌دهد.» رئیس جمهور آمریکا همچنین در این ویدئوی چهار دقیقه‌ای از پزشکان و پرستاران مرکز پزشکی والتر رید قدردانی کرد و گفت: «فکر می‌کنم به زودی بازخواهم گشت تا مبارزات انتخاباتی را به سرانجام برسانم.»

سقوط بازار سهام آمریکا با ابتلای ترامپ به کرونا

اما در حالی که پزشک ترامپ می‌گوید حال او در پی شب اول بستری شدن در بیمارستان «خیلی خوب» است، اما یک مقام کاخ سفید روایت متفاوتی ارائه کرده است. شان کانلی گفت که ترامپ اکسیژن دریافت نمی‌کند و برای ۲۴ ساعت تب نداشته است، اما لحظاتی بعد مارک مدوز، رئیس کارکنان کاخ سفید، ابراز نگرانی کرد و گفت که ترامپ هنوز در مسیر روشنی به سوی بهبودی قرار ندارد.

حالا هر خبری که از سلامتی ترامپ مخابره می‌شود، بازارهای جهانی را با واکنش روبه‌رو می‌کند. خبرهایی که چه دال بر سلامتی او باشد و چه دلالت بر وخامت حال او داشته باشد، مسیر حرکت بازارها را تغییر می‌دهد. به گزارش خبرآنلاین، حالا سه روز از اعلام خبر مثبت شدن تست کرونای ترامپ و همسرش می‌گذرد؛ وضعیت جابه‌جایی بازارها نشان می‌دهد این بیماری کشنده بیش از آنکه کارشناسان و تحلیلگران اقتصادی قفارش را بکنند، به اقتصاد این کشور صدمه زده است. از سپتامبر سال ۱۹۵۵ که رئیس جمهور آیزنهاور، دچار ایست قلبی شده بود خبر دیگری به این شدت نتوانسته بود بازارهای مالی آمریکا را دگرگون کند و حتی اقدام به ترور رونالد ریگان با گلوله نیز چنین تاثیری را بر بازارها به جا نگذاشت و در اثر این اتفاق سهام اس اند پی تنها ۰٫۳ درصد سقوط کرد ولی خبر مثبت بودن تست کرونا دونالد ترامپ توانست ارزش سهام اس اند پی را نزدیک به یک درصد کاهش دهد. ترور جان اف کندی نیز در سال سهام اس اند پی را ریزش ۲٫۸

پس از انتشار خبر مبتلا شدن ترامپ به کرونا، بازار نفت با کاهش قیمت مواجه شد، کارشناسان نیز بر این باورند که بهبود و عدم بهبود ترامپ می‌تواند تأثیرات بیشتری نیز بر بازار نفت داشته باشد. به گزارش ایسنا، بازار نفت پیش از اعلام ابتلای ترامپ به کووید- ۱۹ دچار کاهش قیمت شده بود و طبق گفته مارشال استیوز، تحلیلگر بازارهای انرژی در شرکت آی اچ اس مارکیت، نگرانی‌ها نسبت به رشد تقاضا در سه ماهه چهارم، جو بازار را تیره کرده است.

سرمایه‌گذاران در بازارهای نفت به دقت روند شیوع بیماری را که در بخش‌هایی از اروپا تشدید شده است، زیر نظر دارند زیرا در صورت کندی رشد اقتصادها، تأثیر مستقیمی بر تقاضا برای کالاها خواهد داشت. براساس گزارش مارکت واچ، موضوع نگران‌کننده دیگر برای بازار، افزایش عرضه نفت در شرایط فعلی است.

نظرسنجی رویترز نشان داد که تولید نفت اوپک در ماه سپتامبر نسبت به ماه اوت ۱۶۰ هزار بشکه در روز افزایش داشته است. همچنین انتظار می‌رود پس از رفع محاصره هشت ماهه بنادر و تاسیسات نفتی لیبی توسط زنرال خلیفه حفتر، نفت بیشتری از سوی این کشور به بازار جهانی عرضه شود.

آمار روز چهارشنبه اداره اطلاعات انرژی آمریکا نیز نشان داد ذخایر

همراه‌بانک پاسارگاد، یک بانک همیشه بیدار و همواره در دسترس

نرم‌افزار همراهبانک پاسارگاد که با تلاش نخبگان علمی کشور در مجموعه گروه مالی پاسارگاد تهیه شده و توسعه یافته است، دارای امکانات بی‌ظیری است که تا حد بسیار زیادی، نیاز به مراجعه حضوری به شعبه‌ها را مرتفع و به معنای واقعی یک بانک همیشه بیدار و همواره در دسترس است. به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، تغییر سبک زندگی در جوامع امروز، بر خورداری از خدمات مطلوب مبتنی بر موبایل در هر کسب و کار را از یک خدمت ارزش‌افزوده به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل کرده است. تا آنجا که تحقیقات نشان می‌دهد، یکی از عوامل بنیادی برای انتخاب بانک توسط مشتریان، امکانات و سهولت استفاده از خدمات موبایلی بانک‌ها است. بانک پاسارگاد نیز با توجه به شعار «مشتری ذات بانک است» به عنوان شعار محوری خود، کلیه خدمات و محصولات بانکی را متناسب با جایگاه و شأن مشتریان بانک پاسارگاد توسعه داده است. از این‌رو، با توجه به شرایط خاص همه‌گیری ویروس کرونا و لزوم توجه بیش از پیش به حفظ سلامت مشتریان، طراحی و توسعه محصولات بانکی که ضمن سهولت در استفاده و امنیت بالا، مراجعه حضوری به شعبه‌ها را تا حد زیادی کاهش دهد، در اولویت برنامه‌های این بانک است. نرم‌افزار همراهبانک پاسارگاد که با تلاش نخبگان علمی کشور در مجموعه گروه مالی پاسارگاد تهیه شده و توسعه یافته است، با ارائه امکانات بسیار کاربردی، تا حد زیادی نیاز به مراجعه حضوری به شعبه‌ها را مرتفع و به معنای واقعی یک بانک همیشه بیدار و همواره در دسترس است. این سامانه علاوه بر ارائه خدمات متنوع، به لحاظ طراحی خوب و سهولت در استفاده، بسیار مورد توجه و استقبال مشتریان قرار گرفته است. براساس این گزارش، بانک پاسارگاد با توجه به ضرورت معرفی خدمات همراهبانک پاسارگاد و آموزش نحوه استفاده از امکانات موجود در این سامانه، اقدام به ارائه محتواهای آموزشی به صورت متمرکز، در سایت و شبکه‌های اجتماعی خود، همچنین سیمای پاسارگاد (تلویزیون‌های داخل شعبه‌های بانک) کرده است. هم‌وطنان می‌توانند فیلم‌های آموزشی مربوط به این سامانه را از طریق منوی آموزش بانکداری الکترونیک در صفحه اصلی سایت بانک و یا لینک www.bpi.ir/elearning مشاهده کنند. در صورت وجود سؤال و یا هر گونه ابهام، مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ آماده پاسخگویی و ارائه راهنمایی به مشتریان است.

کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی اعلام کرد

دستورات کرونایی به بانک‌های خصوصی

کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی در ابلاغیه‌ای درخصوص رعایت دقیق پروتکل‌های بهداشتی در اوج‌گیری پاندمی کرونا، به اعضای این کانون چند نکته بهداشتی را اعلام کرد.

در این ابلاغیه آمده است که با توجه به اوج‌گیری پاندمیک ویروس کرونا و به لحاظ حفظ سلامت کارکنان بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی و کلیه مراجعان آنها، خواهشمند است همچون گذشته دستورات اکیدی بر رعایت نکات بهداشتی زیر صادر کنید تا براساس پروتکل‌های اعلامی ستاد ملی بیماری کرونا در کلیه واحدهای بانکی مورد اجرا قرار گیرد:

- استفاده از ماسک در داخل شعب و ساختمان‌های اداری توسط کلیه کارکنان و مراجعین آنها و عدم ارائه خدمات به مراجعی که فاقد ماسک و عدم رعایت پروتکل‌های بهداشتی است.
- در دسترس بودن مواد ضدعفونی‌کننده در کلیه واحدها برای کارکنان و مراجعین و عدم استفاده از لوازم‌التحریر مشترک.
- رعایت فاصله‌های بهداشتی مطمئن فی مابین کارکنان و مراجعین و حتی‌الامکان نصب شیشه یا نایلون هم‌تراز با پیشخوان‌های بانکی.
- کوتاه کردن ساعات ارائه خدمات برای مشتریان تا ساعت ۱۴ و برای کارکنان حداکثر تا ساعت ۱۴:۳۰ و صرف غذای کارکنان در منزل.
- در چارچوب امکانات، دورکاری کارکنانی که دارای زمینه‌های بیماری‌های حاد هستند و بانوانی که دوران فرزندآوری را می‌گذرانند.
- در صورتی که امکانات و تعداد کارکنان در هر واحد ایجاب کند، استفاده از روش حضور نوبتی کارکنان در هر یک از واحدها.
- نظارت کامل مدیران واحدها بر رعایت موضوعات فوق‌الذکر و توجه به سلامت دائمی کارکنان.

برای سومین روز متوالی

شاخص دلار سعودی ماند

شاخص دلار برای سومین روز متوالی صعودی ماند. به گزارش رویترز، تست کرونای دونالد ترامپ و همسر وی مثبت اعلام شده و در ادامه سیگنال‌دهی متناقض به بازارهای مالی، این بار یکی از مدیران ارشد بانک مرکزی آمریکا از احتمال طولانی شدن روند احیای اقتصادی این کشور خبر داده است. پاتریک هارکر، مدیر دفتر منطقه‌ای فدرال رزرو در فیلادلفیا گفته است قرض غالب این است که تا اواخر سال آینده، واکسن کرونا به طور گسترده در اختیار عموم مردم قرار گیرد.

هارکر با بیان اینکه کووید-۱۹ یک درس بسیار دردناک برای اقتصاد جهان بود، گفت: به ما یاد داد که هنوز برای مواجهه با یک بحران تمام عیار انطور که باید، آماده نیستیم. حتی اگر احیای اقتصاد سریع انجام شود و جلوی مرگ و میرهای بیشتر گرفته شود، تا ۲۰۲۳ طول خواهد کشید تا بازار کار به وضعیتی برسد که بتوانیم آن را اشتغال کامل بنامیم. هنوز کرونا تمام نشده اما مسئله مهم این است که ریشه‌ها و عوامل آسیب وحشتناک یک ویروس به اقتصادمان را شناسایی کنیم و کارهای لازم را برای تکرار نشدن این اتفاق انجام دهیم.

شاخص دلار که نرخ برابری آن در مقابل سیدی از ارزهای جهانی را اندازه می‌گیرد، در معاملات یکشنبه با ۰.۱۵ درصد افزایش نسبت به روز گذشته در سطح ۹۳.۹۰۷ واحد بسته شد. نرخ برابری هر فرانک سوئیس نیز معادل ۱.۰۸۶ دلار اعلام شد. در تازه‌ترین دور از معاملات نیز پوند با ۰.۰۵ درصد کاهش نسبت به روز قبل خود و به ازای ۱.۲۹۳ دلار مبادله شد. یورو ۰.۰۳ درصد پایین رفت و با باقی ماندن در کانال ۱.۱۷ به ۱.۱۷۱ دلار رسید. همچنین در معاملات بازارهای ارزی آسیایی، هر دلار با ۰.۰۶ درصد کاهش به ۱۰۵.۳۱۹ ین رسید. در برابر هنتای استرالیایی، هر دلار آمریکا به ازای ۱.۳۹۶ دلار مبادله شد. همچنین نرخ برابری دلار معادل ۶.۷۹ یوان چین اعلام شد.

سکه رکورد کاهش قیمت در یک روز را شکست

ریزش یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومانی قیمت سکه



قیمت‌ها، از خرید خودداری کرده و فروشنده هم نگران از افزایش قیمت در کوتاه‌مدت، دست از فروش کشیده است. کاهش ارزش ریال و قدرت خرید مردم، اذهان و افکار عمومی را درگیر مسائلی کرده که نباید، و آسیب‌های اقتصادی و روانی ناشی از این، انکارناشدنی است. به اعتقاد این تحلیلگر بازار سکه و طلا، تغییر نگرش مردم به بازار طلا و فاصله گرفتن از جنبه مصرف و تمایل بیشتر به سرمایه‌گذاری، بازار مصنوعات طلا را کساد کرده است. مصنوعات طلا گران شده و اجرت ساخت و مالیات هم در آن مطرح است بنابراین مردم ترجیح می‌دهند پول به زیورآلات ندهند. همین تغییر نگرش مردم باعث شده صنف طلاسازان و طلافروشان با رکودی عمیق دچار دست و پنجه نرم کند. در سال جاری ۲۰ تا ۲۲ درصد از واحدهای تولیدی و توزیعی فعال در این بخش تعطیل شده‌اند و واحدهای تولیدی با کمترین ظرفیت خود فعالیت می‌کنند.

وی در انتها به تبعات تمایل مردم به خرید طلا اشاره کرد و گفت: از دیگر پیامدهای تمایل هرچه بیشتر مردم به خرید طلا برای سرمایه‌گذاری، داغ شدن تنور ثقلب و سوءاستفاده بعضی واحدهای غیرمجاز از مشتریان ناآگاه است. به مردم توصیه می‌کنم برای خرید طلای آب شده یا سکه دقت لازم را به خرج دهند و از واحدهای شناخته شده و دارای جواز کسب معتبر خرید کنند تا به درسرهای خرید طلای غیراستاندار دچار نشوند.

گفتنی است بازار ارز نیز شاهد نزول قابل توجه قیمت‌ها بود و دلار در صرافی‌های بانکی با کاهش یک هزار و ۳۰۰ تومانی نسبت به روز شنبه به قیمت ۲۷ هزار و ۲۵۰ تومان رسید. یورو نیز در تابلوی صرافی‌های بانکی ۷۵۰ تومان کاهش داشت و هر یورو به بهای ۳۲ هزار و ۱۰۰ تومان خریداری و با قیمت ۳۲ هزار و ۳۰۰ تومان به فروش رسید.

دلیل تعطیلی بازارهای جهانی، به همان قیمت یک هزار و ۹۰۰ دلار معامله شد.

در همین حال، محمد کشتی‌آرای، تحلیلگر بازار طلا و سکه درباره آخرین تحولات این بازار می‌گوید: تغییر نگرش مردم به بازار طلا و واکنش به خبر ابتلای ترامپ به کرونا و افزایش احتمال شکست او در انتخابات به رشد ۴۲ هزار واحدی دست یافت؛ این ماحصل تحولات بازارهای مالی ایران در روز شنبه بود.

اما در روز یکشنبه با وجود آنکه روند کاهشی قیمت ارز و سکه ادامه یافت، شاخص بورس ۲۳ هزار واحد افت کرد و به نیمه کانال ۱،۵ واحد رسید. در سیزدهمین روز مهرماه قیمت سکه یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان ریزش کرد و بیش از این نتوانست در مقابل کاهش قیمت ارز مقاومت کند. بازار طلا با وجود آنکه روز شنبه در برابر کاهش قیمت دلار مقاومت کرده بود، روز یکشنبه و پس از کاهش بیش از هزار تومانی قیمت دلار و یورو در بازار آزاد، مقاومت صعودی آن شکست و به ریزش یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومانی تن داد.

بر این اساس، سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان کاهش قیمت نسبت به روز شنبه، به بهای ۱۳ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز شاهد کاهش قیمت یک میلیون تومانی بود و ۱۳ میلیون تومان به فروش رسید. همچنین نیم سکه به بهای ۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، ربع سکه به قیمت ۴ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و هر قطعه سکه یک گرمی نیز به ارزش ۲میلیون و ۴۰۰ هزار تومان معامله شد.

علاوه بر این در بازار طلا نیز بهای یک گرم طلای خام ۱۸ عیار با ۴۲ هزار تومان کاهش قیمت به ارزش یک میلیون و ۲۹۷ هزار تومان فروخته شد و هر مثقال طلا نیز با کاهش ۱۸۰ هزار تومانی، رقم ۵ میلیون و ۶۲۰ هزار تومان را ثبت کرد. قیمت انس جهانی طلا نیز به

رئیس‌جمهور از اعطای مشوق به صادرکنندگان خوش‌سابقه خبر داد

تکلیف روحانی به وزیر جدید صمت

صادرکننده نمونه کشور که در طول سال گذشته به ۱۰۰درصد تعهد خود برای بازگرداندن بالغ بر ۲۶ میلیارد دلار ارز صادراتی به چرخه اقتصادی عمل کرده‌اند، مقرر شد مشوق‌هایی برای صادرکنندگان خوشنام در نظر گرفته شود.

رئیس‌جمهور در این جلسه با تاکید بر این نکته که تجار و بازرگانان کشور چه در شرایط جنگ اقتصادی و چه در شرایط عادی به هیچ وجه نباید در مسیر فعالیت خود درگیر موانع اداری شوند، گفت: در کنار رفع موانع و ایجاد سهولت و سرعت برای فعالیت بازرگانان، دولت وظیفه خود می‌داند برای آن دسته از صادرکنندگان خوش‌سابقه و متعهد کشور که در شرایط سخت اخیر عملکرد موثر و مفیدی داشته‌اند، مشوق‌هایی در نظر بگیرد.

رئیس‌جمهور در این جلسه با تاکید بر این نکته که تجار و بازرگانان کشور چه در شرایط جنگ اقتصادی و چه در شرایط عادی به هیچ وجه نباید در مسیر فعالیت خود درگیر موانع اداری شوند، گفت: در کنار رفع موانع و ایجاد سهولت و سرعت برای فعالیت بازرگانان، دولت وظیفه خود می‌داند برای آن دسته از صادرکنندگان خوش‌سابقه و متعهد کشور که در شرایط سخت اخیر عملکرد موثر و مفیدی داشته‌اند، مشوق‌هایی در نظر بگیرد.

همچنین آیین تقدیر از صادرکنندگان عرصه بازگشت ارز به کشور با حضور ۵۰ صادرکننده نمونه تشکیل شد و رئیس‌کل بانک مرکزی در این نشست گفت: صادرکنندگان متعهدی که ارز خود را به کشور بازمی‌گردانند، امین اقتصاد کشور هستند و ما باید مسیر را برای آنها به‌واسطه تسهیل قوانین و مقررات هموار کنیم.

عبدالنصر همتی در این مراسم ضمن تشکر از صادرکنندگانی که با فعالیت خود اجازه نداده‌اند وقفه‌ای در چرخه اقتصادی کشور ایجاد شود، افزود: از مجموع ۱۰۸ صادرکننده نزدیک به ۲۳ میلیارد یورو (حدود ۲۶ میلیارد دلار) ظرف مدت حدود دو سال و نیم به چرخه اقتصاد کشور بازگشته که رقم قابل‌توجهی است. همچنین ارزی که توسط ۵۰ صادرکننده‌ای که نزدیک به ۱۰۰درصد ارز ناشی از صادرات خود را طی مدت سال ۹۷ تا پایان اردیبهشت‌ماه ۹۹ به کشور بازگردانده‌اند و در یک اقدام بزرگ در حوزه ساماندهی اقتصاد محسوب می‌شود.

به گفته روحانی، همه دستگاه‌ها از جمله گمرک و بیمه موظف هستند اقدامات خود را برای پیوستن کامل به این سامانه، به سرعت انجام دهند.

در ادامه جلسه و پس از گزارش رئیس بانک مرکزی از عملکرد ۱۰۸



نوسان ۳۴۰۰ تومانی کره!

گزارش‌های رسمی از این حکایت دارد که قیمت کره از ابتدای سال تا نرخ مصوب ۸۰۰۰ تومانی اخیر، رشد بیش از ۳۴۰۰ تومانی داشته و این کالا در شهریورماه تا ۱۲درصد افزایش قیمت داشته است. به گزارش ایسنا، کره از جمله کالاهای اساسی بود که مشمول ارز ۴۲۰۰ تومانی می‌شد اما به تدریج و با کوتاه شدن لیست دریافت‌کنندگان ارز دولتی، این کالا نیز کنار گذاشته شده و از مدت‌ها قبل با ارز نیمایی که به بیش از ۲۰ هزار تومان در هر دلار می‌رسد واردات آن صورت می‌گیرد. طی یکی دو ماه گذشته کره با افزایش قابل توجه قیمت مواجه شده است؛ به طوری که بررسی قیمت آن در چند ماه گذشته براساس آماری که مرکز آمار ایران در رابطه با وضعیت کالاهای خوراکی منتشر می‌کند، نشان می‌دهد که قیمت کره ۱۰۰ گرمی به طور متوسط از ۴۶۷۶ تومان در فروردین‌ماه تا متوسط ۵۴۵۱ تومان در شهریورماه رسیده است که حداقل قیمت در شهریور ۴۶۲۰ و حداکثر آن ۷۲۲۶ تومان گزارش شده است. قیمت کره در شهریور نسبت به مرداد به طور متوسط ۱۲درصد و نسبت به شهریورماه سال گذشته ۱۷درصد افزایش داشته است. روند طی‌شده قیمت کره ۱۰۰ گرمی از ابتدای سال تاکنون به طور متوسط ۴۶۷۶ تومان فروردین‌ماه، ۴۶۹۶ تومان اردیبهشت‌ماه، ۴۷۱۹ تومان خردادماه، ۴۸۰۰ تومان تیرماه، ۴۸۶۶ تومان مردادماه و ۵۴۵۱ تومان شهریورماه است که تا بیش از ۷۳۰۰ تومان هم قیمت خورده است. اخیرا نیز ستاد تنظیم بازار نرخ مصوب کره را برای عرضه اعلام کرد که از قیمت ۸۰۰۰ تومانی برای کره ۱۰۰ گرمی حکایت داشت که نسبت به نرخ حدود ۴۶۰۰ تومانی فروردین حدود ۳۴۰۰ تومان به طور متوسط افزایش قیمت دارد. از سوی دیگر بررسی میزان واردات کره در سال جاری نشان می‌دهد که طبق آمار گمرک، از ابتدای امسال تا حدود دهم شهریور ۶۰۴۴ تن کره وارد شده که ارزش کره‌های وارداتی به ۳۲ میلیون و ۶۷۰ هزار و ۲۰۳ دلار می‌رسد.

تعیین قیمت آب معدنی برعهده واحدهای تولیدی است

مدیرکل نظارت بر محصولات کشاورزی و مواد غذایی سازمان حمایت مصرف و تولیدکنندگان با بیان اینکه تعیین قیمت انواع آب معدنی برعهده واحدهای تولیدی است، گفت مردم قیمت‌های نامتعارف آب معدنی را گزارش دهند تا پیگیری کنیم.

به گزارش ایسنا، علیرضا رستمی با بیان اینکه براساس مصوبات موجود قیمت‌گذاری کالا و خدمات منحصر به کالاهای اساسی و یارانه‌ای است، تصریح کرد: بنابراین سایر اقلام از جمله انواع نوشیدنی مثل آب معدنی، نوشابه و آمیبوه، کنسرو، کمپوت و انواع سس با رعایت ضوابط قیمت‌گذاری مصوب هیأت تعیین و تثبیت قیمت‌ها و رعایت درصدهای سود پخش، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی مصوب کمیسیون هیأت عالی نظارت رآسا توسط واحدهای تولیدی، خدماتی و بازرگانی صورت می‌گیرد. مدیرکل نظارت بر محصولات کشاورزی و مواد غذایی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان همچنین خاطرنشان کرد که در صورت افزایش غیرمتعارف قیمت یا دریافت شکایت، از طریق مراجعه حضوری یا ثبت در سامانه ۱۲۴ پیگیری و برخورد قانونی با موارد تخلف صورت می‌گیرد.

با این حال سازمان حمایت درباره مشکلاتی که اخیرا واحدهای صنایع غذایی برای تامین مواد اولیه با آن مواجه شدند هنوز اظهارنظری نکرده است. سه روز پیش دبیر انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان آب‌های معدنی و آشامیدنی ایران از افزایش ۲۰درصدی قیمت محصولات این صنعت در پی افزایش قیمت مواد اولیه از سوی صنایع پتروشیمی خبر داده و گفته بود که صنایع پتروشیمی با افزایش قیمت دلار در سامانه نیما محصولات خود را گران می‌کنند و با این کار تیشه به ریشه صنعت غذا می‌زنند.

پیش‌تر هم محمدرضا م‌رتضوی - رئیس هیأت مدیره کانون انجمن‌های صنفی صنایع غذایی و دبیرخانه صنعت، معدن و تجارت ایران از افزایش ۱۲۰ تا ۱۵۰ درصدی قیمت مواد پتروشیمی و در پی آن افزایش هزینه‌های بسته‌بندی صنایع غذایی در ماه‌های اخیر خبر داده و گفته بود که وقتی صنایع مادر مثل پتروشیمی، فولاد، برق و نظایر آن به صورت بی‌رویه افزایش قیمت داشته باشند روی صنایع دیگر هم تاثیر می‌گذارد، بنابراین یکی از دلایل افزایش قیمت کالاهای مختلف در ماه‌های اخیر همین است و دلیل دیگر هم نوسانات نرخ ارز.

چرا ماده اولیه ماسک به اندازه کافی به دست تولیدکنندگان نمی‌رسد؟

معاون بازرسی و نظارت سازمان صنعت، معدن و تجارت خوزستان گفت تقاضا از سوی تولیدکنندگان ماسک در کشور برای تهیه مواد اولیه بالاست و با توجه به بالا بودن تقاضا، ماده اولیه به میزان کافی به دست تولیدکنندگان نمی‌رسد.

بهرام جباری در گفت‌وگو با ایسنا درخصوص آخرین وضعیت تولید ماسک در خوزستان اظهار کرد: پارچه «ملت بلون» که برای تولید ماسک استفاده می‌شود، ماده اولیه موردنیاز تولیدکنندگان ماسک است که با توجه به افزایش تقاضا برای این محصول، نیاز تولیدکنندگان ماسک به طور کامل تامین نمی‌شود.

وی با بیان اینکه تولیدکنندگان ماسک در خوزستان با مشکل کمبود مواد اولیه مواجه هستند، افزود: تقاضا از سوی تولیدکنندگان ماسک در کشور برای تهیه مواد اولیه بالاست و با توجه به بالا بودن تقاضا، ماده اولیه به میزان کافی به دست تولیدکنندگان نمی‌رسد.

معاون بازرسی و نظارت سازمان صنعت، معدن و تجارت خوزستان تصریح کرد: با شیوع ویروس کرونا و الزام رعایت پروتکل‌های بهداشتی، واحدهای تولیدی زیادی در خوزستان تقاضای تولید ماسک داشتند و اکنون ۱۳ واحد تولیدی در خوزستان در حال تولید ماسک هستند. جباری عنوان کرد: واحدهای تولیدی خوزستان ظرفیت خوبی برای تولید ماسک دارند اما متأسفانه به دلیل کمبود مواد اولیه نمی‌توانند از همه ظرفیت خود استفاده کنند. وی در پایان با بیان به اینکه جز تامین مواد اولیه، مشکلی در تامین و توزیع ماسک در خوزستان وجود ندارد، گفت: قیمت هر عدد ماسک ۱۵۰۰ تومان است و با هر واحد صنفی که بیش از این قیمت ماسک به فروش برساند، برخورد خواهد شد.

از صادرات محصولات چرم و کفش ایرانی غفلت نکنیم



توسعه صادرات غیرنفتی و محصولات چرم در اولویت کشور
وی افزود: در این شرایط هر قدر به جبهه تولید و خط مقدم آن که تولیدکنندگان هستند کمک شود به نظام و مردم خدمت شده و غفلت از این مسئله در سال جهش تولید شایسته نیست. امروز مسئله صادرات غیرنفتی یک اولویت وصف‌ناپذیر است و در این راستا توسعه صادرات محصولات چرم و کفش ایرانی باید در دستور کار قرار گیرد.

به گفته جعفری اولین حمایتی که می‌تواند در جهت تقویت صادرات غیرنفتی صورت گیرد، اصلاح قوانین زائد و دست و پاگیر است و تفسیرهای متعددی که بعضا از بخشنامه‌ها در حمایت از تولید وجود دارد باید رفع شود.

این فعال تعاونی حوزه چرم در پایان گفت: امروز یکی از مجموعه‌های بزرگ کفش که برندی ملی است و نماد بزرگ صنعت چرم و کفش کشور به شمار می‌رود در اختیار صندوق بازنشستگی است، اما سهم ناچیزی در حمایت از تولید داخلی و صادرات محصولات این صنعت بزرگ و اشتغال‌زا دارد.

صنعت چرم و کفش روسیه و افتتاح شوروم‌های دائمی و فعال برای بازاریابی مستمر در روسیه، تشکیل کنسرسیوم صادراتی صنعت چرم و کفش برای ایجاد سازمان قوی صادراتی از دل بخش خصوصی، حمایت معنوی سازمان توسعه تجارت، صدور مجوز ایجاد مراکز تجاری در روسیه و رفع موانع و قوانین دست و پاگیر را از جمله راهکارهای تقویت و توسعه صادرات کشور عنوان کرد.

به گفته جعفری، حمایت وزارت تعاون از طریق صندوق سرمایه‌گذاری بخش تعاون و بانک توسعه تعاون در راهاندازی مراکز تجاری در کشورهای هدف در تحقق این هدف موثر است. این کارآفرین بخش تعاون، با اشاره به نام‌گذاری سال به نام «جهش تولید» و تاکید مقام معظم رهبری با تکیه بر توان و ظرفیت داخلی و توسعه صادرات غیرنفتی، اظهار کرد: موضوع حمایت از تولید چند سالی است که جزو تاکیدات و منویات مقام معظم رهبری است و قرار دادن آن در نامگذاری سال‌های اخیر نشاندهنده اهمیت موضوع برای کشور به ویژه شرایط فعلی است که در یک جنگ تمام عیار اقتصادی هستیم.

یک فعال تعاونی حوزه چرم، توسعه صادرات غیرنفتی را یک اولویت اساسی در سال جهش تولید دانست و راه‌اندازی مراکز تجاری در کشورهای هدف با حمایت وزارت تعاون و ایجاد نمایشگاه‌های تخصصی صنعت چرم و کفش را خواستار شد. علیرضا جعفری در گفت و گو با ایسنا، درباره موانع پیش روی صادرات تعاونی‌ها و شناسایی بازارهای هدف اظهار کرد: معتمد شناسایی بازارهای صادراتی از قبل صورت گرفته است. شناخت یک وجه است ولی عمل برای صادرات وجه دیگر موضوع است. در حال حاضر کشور روسیه دارای روابط بسیار خوب تجاری و سیاسی با ایران است و کشورمان سال گذشته توافقنامه اوراسیا را اجرایی کرد. وی ادامه داد: بر هیچ کسی پوشیده نیست که بازار روسیه ۴ میلیارد دلار کفش و محصولات چرمی وارد می‌کند، پس این بازار شناسایی شده است ولی برای گرفتن سهم خود از واردات روسیه و بازارهای هدف چه اقداماتی صورت دادیم؟

راه‌اندازی مراکز تجاری در روسیه و کشورهای هدف

این فعال تعاونی حوزه چرم، شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی

ضرورت صادرات ۵۰۰ هزار تن سیب زمینی

نرخ خرید سیب زمینی مقرون به صرفه نیست

او با انتقاد از نرخ پایین سیب زمینی در بازار گفت: در هیچ یک از کشورها هر کیلو سیب زمینی با نرخ ۱۰ سنت عرضه نمی‌شود که این امر در کشور ما علاوه بر متضرر شدن کشاورزان، هدررفت منابع پایه را نیز به همراه دارد. نیازی با تاکید بر صادرات ۵۰۰ هزار تن سیب زمینی به بازارهای هدف بیان کرد: با وجود اهمیت بالای تولید سیب زمینی انتظار می‌رود که کمیسیون کشاورزی مجلس ورود کند تا با اجرای الگوی کشت شاهد متضرر شدن کشاورزان نباشیم.

رئیس انجمن ملی سیب زمینی در پایان تصریح کرد: با وجود آنکه سیب زمینی ارزان‌ترین غذا در دسترس خانوار به شمار می‌رود، از این رو کمیسیون کشاورزی مجلس باید به این بخش ورود کند تا کشاورز مجبور به جبران تاوان اشتباه دولت نباشد.

پرداخت بدهی به بانک‌ها ایجاد کرده است. نیازی ادامه داد: وزارت امور زمین، برای تعادل قیمت در بازار داخل باید صادرات این محصول انجام شود. رحیم نیازی، رئیس انجمن ملی سیب زمینی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه بازار سیب زمینی تعریفی ندارد، اظهار کرد: با توجه به تولید انبوه و مازاد ۴۰۰ تا ۵۰۰ هزار تنی سیب زمینی، قیمت به شدت افت کرده است که این شرایط برای کشاورز مقرون به صرفه نیست.

نرخ خرید سیب زمینی نیمی از بهای تمام شده تولید است

او افزود: با وجود افزایش چندبرابری هزینه‌های کاشت، داشت و برداشت، نرخ فعلی خرید از کشاورزان، نیمی از هزینه‌های تولید را پوشش می‌دهد این امر مشکلات متعددی را برای کشاورزان در

این مقام مسئول با اشاره به اینکه برداشت سیب زمینی در استان‌های همدان و اردبیل در حال انجام است، بیان کرد: در حال حاضر هر کیلو سیب زمینی با نرخ ۸۰۰ تا یک هزار و ۲۰۰ تومان از کشاورز خریداری می‌شود، در حالی که قیمت تمام شده محصول ۲ تا ۲ هزار ۲۰۰ تومان است که با استمرار این روند، کشاورزان توان تولید ندارند و در نهایت اعتماد خود به دستگاه‌های اجرایی را از دست می‌دهند.

از یک دیگر جدا کرد. رضایی ادامه داد: در حال حاضر بیش از ۹۰درصد شوینده‌هایی که در بازار فروخته می‌شود، تولید داخل است و کمتر از ۵درصد از شوینده‌های موجود در بازار خارجی است.

او در پایان تصریح کرد: طی چند سال گذشته کیفیت انواع شوینده‌های ایرانی افزایش یافته است، به طوری که تقاضا برای موارد خارجی تقریبا به صفر رسیده است، چراکه واردات آنها حتی به صورت قاچاق نیز به صرفه نیست.

قیمت انواع مواد شوینده ۳۰درصد افزایش یافت

رئیس اتحادیه فروشندگان مواد شوینده و پاک‌کننده گفت قیمت انواع شوینده از ابتدای سال تاکنون حدود ۳۰درصد افزایش یافته است. علیرضا رضایی، رئیس اتحادیه عطاران، سقظفروشان و عمده‌فروشان مواد شوینده و پاک‌کننده در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درخصوص افزایش قیمت انواع شوینده اظهار کرد: قیمت انواع شوینده از ابتدای سال تاکنون بین ۲۰ تا ۳۰ درصد افزایش پیدا کرده که این افزایش قیمت با توجه به هزینه‌های تولید، منطقی است.

اخبار

قیمت پراید به ۱۳۰ میلیون تومان رسید!

افزایش قیمت دلار این روزها بهانه خوبی برای دلالتان خرید و فروش خودرو شده است. به این صورت که آنها با اعلام رقم‌های نجومی در صدد تشدید التهاب بازار خرید و فروش خودرو هستند. البته اتفاقات این روزهای بازار خودرو در حالی هر روز به شکل متفاوتی خود را نشان می‌دهد که هنوز دولت و به ویژه وزارت صنعت که اخیرا صاحب وزیر شده است، هیچ تصمیمی به کار نگرفته و همین امر عاملی می‌شود تا فضا برای دلالتی در بازار خرید و فروش خودرو فراهم باشد.

به گفته فروشندگان خودرو از هفته گذشته که بازار روند افزایشی قیمت‌ها را متأثر از قیمت ارز و سکه شاهد بوده است معاملات ما نیز متوقف شده و کمتر خرید و فروشی توسط نمایشگاه‌داران انجام می‌شود. اما نکته جالب اینجاست رکود خرید و فروش در بازار خودرو در حالی هر روز تشدید می‌شود که بازار قیمت در فضای مجازی داغ بوده و هر کس به سلیقه خود رقم‌هایی را برای انواع خودروها پیشنهاد می‌کند. جالب اینجاست اگر به سایت های خرید و فروش خودرو سری بزنید مشاهده می‌شود که اکثرا به دنبال بررسی قیمت بوده و کمتر معامله‌ای صورت می‌گیرد. با این وجود اعلام همین نرخ‌های نجومی عاملی می‌شود تا بازار قیمت‌ها به هم ریخته شده و هر کس بدون هیچ ضابطه خاصی قیمتی را برای محصول خود تعیین می‌کند. نکته قابل تأمل اینجاست سازمان حمایت در این شرایط سکوت کرده و حتی سازمان تعزیرات حکومتی نیز خود را متولی برخورد با متخلفین نمی‌داند. به گفته سازمان تعزیرات حکومتی، معیار قیمتی برای خودرو اعلام نشده و همین امر ما را در برخورد با دلالتان که قیمت‌های بالایی را در انواع محصولات اعمال می‌کنند، بلاتکلیف کرده است.

صورت‌های مالی خودروسازان در نیمه اول سال جاری منتشر شد

طبق آمارهای رسمی، سه خودروساز بزرگ کشور در نیمه نخست سال‌جاری نسبت به بازه زمانی مشابه، هیچ رشدی در فروش نداشتند حال آنکه درآمد ناشی از فروش این دو شرکت با رشد ۵۰درصدی روبه‌رو بوده است.

به گزارش پدال نیوز، جدیدترین آمارهای ارائه‌شده به بورس نشان می‌دهد سه شرکت بزرگ خودروساز کشور در ۶ ماهه ابتدایی سال جاری باوجود رشد ۱۰۰درصدی تولید در مجموع حدود ۲۶۰هزار دستگاه خودرو به فروش رسانده‌اند این در شرایطی است که در بازه زمانی سال گذشته، فروش ۳۶۱ هزار و ۳۹۷ دستگاهی به نام این دو شرکت ثبت شده است. به این ترتیب این دو شرکت با وجود افزایش تولید از یکسو و اجرای طرح فروش فوق‌العاده از سوی دیگر، نه تنها در فروش محصولات خود رشدی نداشتند، بلکه در این زمینه افت سهم کرده‌اند. با این حال درآمدی که از فروش شش ماهه امسال حاصل شده، رشد ۵۰درصدی را نسبت به زمان مشابه به خود می‌بیند.مهم‌ترین دلیل رشد درآمد فروش را باید در افزایش قیمت خودرو جست‌وجو کرد. شورای رقابت در سال جاری طی دو مرحله نسبت به افزایش قیمت محصولات تولیدی خودروسازان اقدام کرد. اولین مرحله در اواخر اردیبهشت ماه امسال همزمان با رونمایی از بسته فروش خودروسازان بود، اما مرحله دوم در شهریورماه و همزمان با رشد بی‌سابقه نرخ ارز و همچنین تورم تولید روی داد. به این ترتیب با توجه به ناهمخوانی هزینه‌های تولید با قیمت‌های مصوب شورای رقابت، سیاست‌گذار خودرویی اخیرا اعلام کرده که قیمت‌گذاری فصلی خودرو به قیمت‌گذاری ماهانه تغییر خواهد کرد. با این مصوبه به نظر می‌رسد که اگر همچون نیمه ابتدایی امسال خودروسازان رشدی هم در فروش نداشته باشند لاقال درآمد خوبی خواهند داشت، اما سوالی که در این بین مطرح می‌شود این است که چرا با وجود رشد تولید و همچنین اجرای طرح‌های فروش فوق‌العاده که تاکنون در ۴ مرحله اجرا شده، خودروسازان نمره قابل قبولی در فروش شش ماهه ابتدای امسال نداشتند؟ در پاسخ به این سوال برخی دست‌اندرکاران صنعت خودرو تاکید دارند که به‌دلیل تعداد بالای خودروهای معوق و همچنین تحویل این خودروها در سه ماهه تابستان، فروش‌های تابستانی رشدی نداشته است. آنچه مشخص است در آمار فروش، فاکتور کردن خودرو ملک تعداد خودروهای عرضه شده به بازار است. اما براساس آمارهای منتشرشده در سایت کدال سازمان بورس به شرکت ایران‌خودرو، سایپا و پارس‌خودرو در مجموع ۱۹ هزار و ۲۷۵ میلیارد و ۹۲۸ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان از محل فروش محصولات خود در نیمه اول سال‌جاری درآمد کسب کرده‌اند. البته این میزان درآمد تنها از مسیر دریافت بهای خالص خودرو به حساب خودروسازان واریز شده است و سایر هزینه‌های مرتبط با بشماره‌گذاری، بیمه، عوارض و مالیات ارزش افزوده که در فاکتور فروش درج می‌شود و از مصرف‌کننده دریافت می‌کنند را شامل نمی‌شود.

همانطور که پیش‌تر عنوان شد، این میزان درآمد در مقایسه با درآمد سال قبل خودروسازان در همین بازه زمانی از رشد نزدیک به ۵۰ درصد حکایت دارد.

در میان سه خودروساز بزرگ کشور رتبه اول فروش در اختیار ایران‌خودرو است. غول آبی جاده مخصوص توانست در نیمسال اول امسال از محل فروش ۱۸۶ هزار و ۷۵۱ دستگاه از انواع محصولات خود در مجموع ۱۳ هزار و ۱۴۳ میلیارد و ۹۶۷ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان درآمد کسب کند. این میزان درآمد در مقایسه با درآمد ۶ ماهه اول ایران‌خودرو در سال گذشته از رشد بیش از ۸۱ درصدی خبر می‌دهد. ایران‌خودروی‌ها سال گذشته توانسته بودند در مدت زمان یادشده ۱۵۲ هزار و ۸۴۳ دستگاه از انواع محصولات خود را به فروش برسانند و از این محل ۷ هزار و ۲۴۶ میلیارد و ۶۸۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان درآمد کسب کنند.

در حالی‌که ایران‌خودرو توانسته درآمد خود از محل فروش محصولات خود را به میزان قابل‌توجهی رشد دهد دیگر خودروساز بزرگ کشور خودروسازی سایپا در بازه زمانی یادشده با افت فروش مواجه بوده است.

غول نارنجی جاده مخصوص در نیم سال اول سال ۹۹ در مجموع توانسته ۱۳۱ هزار و ۲۲۷ دستگاه از انواع محصولات خود را به فروش برساند.

۹۰۰ کانتینر قطعات خودرو در گمرک گم شده است؟



اجرای کشور هستند. این محموله‌ها شامل ۲۱۰ بارنامه متعلق به ایران خودرو بدون احتساب تامین‌کنندگان داخلی، در حال تخصیص ارز به صورت نیمایی یا استفاده از سامانه جامع تجارت هستند.

ملت شاهی تصریح کرد: هر چقدر فرایند ترخیص کالا سرعت یابد، تولید ایران خودرو نیز با ظرفیت بالاتری ادامه می‌یابد که سبب افزایش عرضه خودرو به بازار، اجرای تعهدات معوق و در نتیجه رضایت بیشتر مشتریان خواهد شد.

مدیر خدمات بازرگانی ایران خودرو خواستار تسریع در ترخیص مواد اولیه، قطعات و مجموعه‌های خودرویی از گمرک متناسب با سرعت تولید در ایران خودرو شد و اظهار کرد: آهنگ تولید امسال ایران خودرو نسبت به سال گذشته افزایش قابل توجهی یافته و ضروری است تا قطعات موردنیاز نیز با سرعت بیشتری به خطوط تولید تزریق شود. او درخصوص میزان کانتینرهایی که در گمرکات مانده است، گفت: در حال حاضر حدود ۹۰۰ کانتینر در گمرکات مانده و منتظر ترخیص آنها هستیم.

میزان قابل توجهی قطعات و مواد اولیه در گمرکات هستند
کباری، معاون بازرگانی گروه خودروسازی سایپا در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه میزان قابل توجهی قطعات و مواد اولیه در گمرکات هستند، گفت: بخش عمده ناقصی قطعات موردنیاز برای تکمیل ساخت خودرو مربوط به کاتالیست و Ecu است که این موارد در گمرکات مانده و منتظر ترخیص آنها هستیم.

میراشرفی رئیس کل گمرک جمهوری اسلامی ایران با بیان اینکه ۸ میلیون تن کالا در اماکن گمرکی کشور موجود است، گفت: سه و نیم میلیون تن از این کالاها مربوط به کالاهای اساسی و سه و نیم میلیون تن هم مربوط به کالاهای غیراساسی و مواد اولیه و واسطه‌ای تولید

خودرو بورسی چرا به صلاح نیست؟

راه چاره ساماندهی بازار خودرو

ارتباط با عرضه خودرو در بورس کالا به صدای بورس گفت: ساز و کار ورود خودرو در بورس باید مهیا شود. زمانی می‌توانیم محصولی همچون خودرو را در بورس عرضه کنیم که تولیدکننده آن محصول بتواند تقاضاهایی که در بازار وجود دارد را پاسخگو باشد.

ورود خودرو به بورس به صلاح نیست

وی در ادامه گفت: امروز تولیدکنندگان خودرو در ایران نسبت به تعهدات خود عقب هستند و میزان تقاضا نسبت به میزان تولید کمتر است. با توجه به شرایط تولید و عرضه خودرو در کشور ورود خودرو در بورس به صلاح کشور نیست. زیرا این حضور مشکلات زیادی برای تولیدکنندگان در بازار ایجاد می‌کند. کدام یک از تولیدکنندگان خودرو ما تاکنون به تعهدات خود به شکل کامل پایند بوده است؟ خودروسازان هنوز هزاران پیش ثبت نام خودرو دارند و متقاضیان ثبت نامی منتظر دریافت خودروهای خود هستند.

با توجه به شرایط تولید و عرضه خودرو در کشور ورود خودرو در بورس به صلاح کشور نیست.

بازار خودرو چندین جهش قیمتی را از آغاز سال ۹۸ تاکنون پشت سر گذاشته است. طرح‌های مختلفی برای ساماندهی به این وسیله آسایش جان در نظر گرفته شد اما هیچ کدام از این طرح‌ها آنچنان که باید و شاید نتوانست تحولات بازار خودرو را سامان دهد.

دو روز از تأیید صلاحیت وزیر جدید صمت می‌گذرد و بعد از قریب به ۶ ماه بی‌وزیری رزم حسینی نیز همچون جعفر سرفینی سرپرست پیشین صمت بر لزوم ساماندهی این بازار تأکید دارد و امروز نیز مصاحبه‌ای از وی رسانه‌ای شد. مجلس شورای اسلامی در موضوع خودرو ورود پیدا کرد و نظرات متفاوتی پیرامون خودرو بورسی (طرح پیشنهادی مجلس شورای اسلامی) مطرح شد.

محمد حسینی عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس دهم در

پرداخت مطالبات قطعه‌سازان، در قالب طرح تحول بازار و صنعت خودروی سبک

شب گذشته دومین نشست هم‌اندیشی انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو استان تهران با هدف بررسی مشکلات و چالش‌های پیش روی قطعه سازان برای برون رفت از موانع جهش تولید برگزار شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، روح الله ایزدخواه در حاشیه دومین نشست هم‌اندیشی انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه سازان خودرو استان تهران موارد زیر را مطرح کرد:

۱. طرح تحول بازار و صنعت خودرو سبک در کمیسیون صنایع و معادن رأی آورده و قرار است مکانیزم تنظیم و فروش خودرو را به صورت ساختاری اصلاح کنیم.
۲. بحث فروش خودرو باید از فضای قرعه‌کشی و صف طولانی خارج و در قالب بورس کالا عرضه شود.
۳. نحوه عرضه، تقاضا و قیمت‌گذاری در عرضه خودرو در بورس کالا لحاظ می‌شود.
۴. مهمترین مشکل قطعه‌سازان بحث تامین مالی است، سبب می‌شود تا خودروساز در اسرع وقت مطالبات قطعه‌سازان را پرداخت کند.

۵. انجمن‌ها به عنوان نهادهای جمعی باید در اتاق فکر ایجادشده توسط مجلس یازدهم بررسی مشکلات و اعلام راهکار حضور یابند.
نماینده مردم تهران، ری و شمیرانات، اسلامشهر و پردیس با اشاره به انجمن‌ها به عنوان نهادهای جمعی گفت: اینها اجازه دارند تا در اتاق

می‌شود و یک میلیون تن کالا و مواد اولیه در قالب مواد کانتینری است. او ادامه داد: در سفر اخیر جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهور به هرمزگان، مقرر شد تا پایان هفته درخصوص کالاهای اساسی تصمیمات نهایی گرفته شود.

میراشرفی توضیح داد: کالاهای اساسی به دو گروه تقسیم می‌شوند که بخشی از آنها دارای ارز ترجیحی هستند و چنانچه واردکننده تمایل به ترخیص کالا قبل از تامین ارز داشته باشد می‌تواند با تعهد سه ماهه بانک مرکزی ۵ قلم کالا را بدون کد رهگیری ترخیص کند.

رئیس کل گمرک کشور با بیان اینکه این واردکنندگان مشمول ارز ترجیحی می‌شوند، افزود: برخی کالاهایی که مشمول ارز ترجیحی نمی‌شوند، با ارز نیمایی ترخیص می‌شوند، اما در اولویت اول دریافت ارز نیمایی قرار می‌گیرند. ترخیص سریع ۲۰ قلم کالای اساسی که پنج قلم از آنها مشمول ارز ترجیحی می‌شوند و ۱۵ قلم هم مشمول دریافت ارز ترجیحی نمی‌شوند در دستور کار قرار دارد.

عمده کالای خودروسازان ترخیص شده است!

او در پاسخ به پرسش باشگاه خبرنگاران جوان مبنی میزان دپوی قطعات مورد نیاز خودروسازان در گمرک توضیح داد: ماده ۴۲ قانون امور گمرکی به ویژه در مورد قطعات خودرو به موضوع‌هایی اشاره کرده است که با پیشنهاد وزارت صمت، رئیس کل گمرک می‌تواند از این تسهیلات ماده مذکور استفاده کند و ما هم در چند ماه گذشته بارها از آن بهره برده‌ایم.

میراشرفی افزود: خودروسازان به وسیله همین تسهیلات وی با اظهار کالا و پرداخت تضمین‌ها بدون نیاز به مسائلی که باعث رسوب کالا می‌شود، عمده کالاهای‌شان را ترخیص کرده‌اند. این تسهیل همچنان ادامه دارد و البته پیشتر هم از آن استفاده می‌شد. در مورد مواد اولیه باید منتظر مصوبه آن باشیم.

نماینده مجلس دهم با بیان اینکه اگر بخواهیم خودرو را در بورس عرضه کنیم باید میزان تولیدات بالا باشد، تصریح کرد: ورود خودرو در بورس التهاب بازار را بیشتر می‌کند و بهانه‌ای برای افزایش نرخ می‌شود. بهترین راه‌حل مشکل خودرو سخن سنجیده است. بازار محل عرضه و تقاضا است، با صحبت و تصمیمات سیاسی کارشناسی نشده، نمی‌توان این بازار را بسامان کرد.

بهترین راهکار ساماندهی بازار خودرو

وی در ارتباط با بهترین راهکار تنظیم بازار خودرو بیان کرد: اگر به دنبال ثبات اقتصادی به شکل کلان و تنظیم بازار خودرو در جایگاه خرد هستیم باید بدانیم که تامین کالاها باید براساس نیاز باشد تا بتوانیم نرخ کالا را به ثبات برسانیم. وقتی تقاضا بیشتر از عرضه باشد ناخودآگاه قیمت‌ها افزایش می‌یاب. باید در زمینه ایجاد موازنه بین عرضه و تقاضا فراهم شود تا ثبات به بازار بازگردد.

پرداخت مطالبات قطعه‌سازان، در قالب طرح تحول بازار و صنعت خودروی سبک

در قالب بورس کالا عرضه شود. ایزدخواه با تأکید بر اینکه در بورس کالا قرار است تنظیمات متعدد روی بازار خودرو شکل گیرد، تصریح کرد: نحوه عرضه، تقاضا و قیمت‌گذاری در بحث خودرو لحاظ می‌شود و امیدواریم با این طرح تعادل نسبی در بازار آزاد خودرو ایجاد شود.

نماینده مردم تهران، ری و شمیرانات، اسلامشهر و پردیس معتقد است؛ صنعت خودرو مشکل کمبود ظرفیت تولید ندارد، بحران کنونی در بازار خودرو به دلیل توزیع و نحوه عرضه نامناسب خودروساز به وجود آمده است؛ با ساماندهی طرح ذکرشده امیدواریم عرضه و تقاضا در صنعت خودرو به یک تعادل برسد.

ایزدخواه درخصوص حمایت خرس ملت از قطعه‌سازان نیز گفت: مهمترین مشکل قطعه‌سازان بحث تامین مالی است، اعتراض آنها این است که خودروسازان برای قطعه‌سازان جریان مالی مناسبی ایجاد نکرده‌اند و از این رو با مشکل نقدینگی روبه‌رو هستند.

وی با اشاره به اینکه در طرح تحول بازار و صنعت خودرو سبک، فروش خودرو قرار است در بورس کالا صورت گیرد، خاطرنشان کرد: این امر سبب می‌شود تا جریان نقدینگی به نحوه مناسبی به سمت قطعه‌سازان حرکت کند، به بیان دیگر خودروساز در اسرع وقت مطالبات قطعه‌سازان را پرداخت می‌کند تا جریان مالی قطعه‌سازان دچار توقف و یا بحران نشود.

درآمد اپ استور اپل تقریبا ۲ برابر گوگل پلی در فصل سوم ۲۰۲۰ بود

کاربران بیش از گذشته در حال استفاده از اپ‌های موبایل هستند و بیشتر برای آنها هزینه می‌کنند. اپ استور در زمینه درآمد حکمرانی می‌کند، اما بیشترین تعداد دانلود مربوط به گوگل پلی استور می‌شود.

به گزارش دیجیاتو، طبق جدیدترین گزارش منتشرشده از سوی SensorTower، کاربران در سه ماهه سوم ۲۰۲۰ تا ۳۶.۵ میلیارد بار اپ روی دستگاه‌های خود نصب کرده‌اند و درآمد اپ استور و گوگل پلی استور به ۲۹.۳ میلیارد دلار رسیده که رشد چشمگیری را نسبت به بازه زمانی مشابه سال گذشته از خود نشان می‌دهد. در مقایسه با سال گذشته میلادی، تعداد نصب اپ‌ها ۲۳ درصد و درآمد آنها ۳۲ درصد افزایش پیدا کرده است.



دریچه

ستاری: مسیر ورود استعداد‌های دانش‌آموزی به عرصه دانش‌بنیان هموار است

سوزنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در نشست برخط گفت‌وگوی هفته وزارت آموزش و پرورش بر بستر نرم‌افزار شاد که با حضور محسن حاجی میرزائی وزیر آموزش و پرورش و جمعی از مدیران آموزش و پرورش برگزار شد، از هدایت و راهبری نیروی انسانی مستعد به سوی بروز نوآوری‌ها و تحقق توسعه پایدار علمی و فناوریانه گفت.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با اشاره به اینکه زیست‌بوم مساعد ورود دانش‌آموز مستعد به عرصه دانش‌بنیان در حال ریل‌گذاری است، ادامه داد: آماده هستیم بر بستر تعاملی اثربخش با وزارت آموزش و پرورش مسیر هدایت و پرورش استعدادها و ورود به مسیر خلق ارزش افزوده و کارآفرینی فناوریانه را هموار کنیم.

ستاری به حمایت معاونت علمی و فناوری از ورود تجهیزات ایران‌ساخت به آموزش و پرورش اشاره کرد و افزود: طبق تفاهم‌نامه انجام شده در سال گذشته خرید تمامی محصولات و تجهیزات از نمایشگاه ایران‌ساخت توسط واحدهای تابعه وزارت آموزش و پرورش با حمایت ۵۰درصدی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری همراه است؛ تلاش می‌کنیم بر بستر مدارس، پژوهش‌سراها و هنرستان‌ها، ضمن هدایت استعداد‌های دانش‌آموزان در مسیر نوآوری، این مجموعه‌ها را با محصولات دانش‌بنیان ایران‌ساخت تجهیز کنیم.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با اشاره به ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان در تأمین تجهیزات آزمایشگاهی کشور گفت: این شرکت‌ها اکنون به سطحی از توانمندی رسیده‌اند که بیش از ۷۰درصد تجهیزات آزمایشگاهی موردنیاز کشور را با کیفیتی همیا نمونه‌های خارجی تولید و ضمن جلوگیری از خروج ارز، نیاز پژوهش و فناوری کشور را تأمین می‌کنند.

رئیس بنیاد ملی نخبگان با اشاره به حمایت از استعداد‌های برتر در قالب طرح مدارس سمپاد به عنوان یک ضرورت، افزود: طرح سمپاد می‌تواند در پرورش نخبگانی که در تاریخ ماندگار شوند همچون گذشته مفید باشد و راه را برای ورود استعداد‌های برتر به عرصه نوآوری و خلق دانش فراهم کند. در بنیاد ملی نخبگان و معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، تمامی راهکارهای لازم را برای شناسایی و شکوفایی استعداد‌های علمی و فناوریانه به کار می‌بندیم.

همکاری برای بروز استعداد‌های فنارو

ستاری با بیان اینکه آمادگی داریم تا در تعامل با ساختار آموزشی کشور، راه را برای ورود استعداد‌ها به مسیر خلق ارزش افزوده و توسعه علمی کشور هموار کنیم، ادامه داد: پژوهش‌سرا‌های دانش‌آموزی، زمینه را برای آشناسازی جامعه دانش‌آموزان با عرصه فناوری و نوآوری و ورودشان به مسیر دانش‌بنیان فراهم می‌کنند. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با تأکید بر اینکه باید رویکرد جامعه به مفهوم توسعه از محور قرار دادن زیرساخت‌ها به محور قرار دادن نیروی انسانی و نهایتاً فرهنگ تحول یابد، افزود: تا سال‌های اخیر، کارخانه‌ها، زیرساخت‌های عظیم و منابع زیرزمینی سراسر به مثابه توسعه تلقی می‌شد، اما دریافتیم توسعه به مثابه یک مفهوم نرم‌افزاری با راهکارهای فکری و نوآورانه محقق می‌شود. امروز به این نتیجه رسیده‌ایم که موضوع توسعه، فرهنگی است و برای تحقق آن همه جامعه می‌بایست با یک رویکرد باز و روشن، به توسعه برسند. رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان با بیان اینکه باید در رویکرد و اهداف آموزش و پرورش کشور، تحولی جدی به سوی هدایت استعداد‌ها به مسیر خلق فناوری صورت بگیرد، ادامه داد: کشور در آموزش و پرورش هزینه‌های زیادی صرف می‌کند و این حوزه یکی از پایه‌های بودجه کشور است، اما راه زیادی تا تحول آفرینی و خلق افرادی ماندگار در حوزه‌های علم، فناوری و سوق دادن کشور به توسعه در پیش داریم. همراهی نوجوان و جوان در مسیر تجربه‌های نوآورانه و حمایت از آنان حتی در صورت شکست، ضرورتی است که سالیان سال در فرهنگ ما وجود داشته و اکنون باید در شکل تازه و همگام با زنجیره نوآوری محقق شود.

گامی برای خودکفایی برداشته شد

یکی از مهم‌ترین انگیزه‌ها برای شکل دادن به زیست‌بوم فناوری و نوآوری، تأمین نیازهای فناوریانه و صنعتی کشور است. همین موضوع هم به جمعی از دانش‌آموختگان کشور انگیزه داد تا با استفاده از

دانش و تخصص خود به تأمین نیاز کشور در حوزه تولید قطعات فولادی و ریخته‌گری چدن ورود کنند. تلاش این نیروی انسانی در کشور منجر به تأمین نیاز بازار خودرو، قطعات سنگین، معدنی و صنعت ساختمانی شد. شرکتی دانش‌بنیان با اتکا به تخصص نیروی انسانی تحصیلکرده توانست سالی بیش از ۷۷ هزار تن ریخته‌گری قطعات چدنی و فولادی و ۲۰۰ هزار تن مقاطع فولادی تولید کند. شرکت دانش‌بنیان فولادین ذوب آمل ۱۵ سال است که با تلاش در این عرصه نیاز صنایع به محصولات و قطعات فولادی را تأمین می‌کند و این

صنایع را از بازارهای جهانی بی‌نیاز کرده است. همه تولیدات این شرکت با استفاده از ماشین‌آلات مدرن و به‌روز دنیا و با هدف افزایش کیفیت و کارایی با بالاترین استاندارد جهانی ارائه می‌شود. به گفته حبیب‌الله

ضرورت تحول در رویکردها به آموزش

رئیس بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه خوشبختانه تحول در دانشگاه‌های کشورمان محقق شده است، افزود: شرکت‌های دانش‌بنیانی که از دل دانشگاه‌ها برآمده است به جامعه نشان داده که منشأ و عامل اصلی تحول، نیروی انسانی است. از فرهنگ تکیه به منابع زیرزمینی و جامعه خوگرفته به خام‌فروشی توسعه حاصل نمی‌شود. فرهنگی که مشکل آموزش، اشتغال و توسعه را پول می‌داند، عمدتاً خام‌فروش و نفتی بوده و خطای آشکار در نگرش به توسعه است.

ستاری با تأکید بر اینکه ایران با هزاران سال پیشینه علم، فناوری، کارآفرینی و فرهنگ ریشه‌دار شتابدهی و استارت‌آپی باید به ارزش‌های خود برگردد و توانمندی خود را در خلق ارزش افزوده، توسعه و نوآوری و پیشرفت به اثبات برساند، گفت: پژوهشگاه‌هایی داریم که به لحاظ زیرساخت و امکانات در دنیا بینظیرند، اما ن‌چه که باعث می‌شود از کارآمدی و اثربخشی لازم برخوردار نباشند را می‌بایست در فرهنگ توسعه و اهمیت بخشیدن به نیروی انسانی جست و جو کرد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری از شکوفایی نوآوری‌ها بر بستر یک زیست‌بوم مساعد شکل‌گرفته بر مبنای یک خواست و فرهنگ عمومی سخن گفت و بیان کرد: این شرایط جوان را در مسیر راه‌اندازی استارت‌آپ موفق و خلق ارزش افزوده راهنمایی می‌کند. اعتماد به نفس و دهری بی‌پروای یک جوان است که زمینه‌ساز نوآوری می‌شود و باید زمینه و زیرساخت لازم را برای این نوآوری‌ها و تحقق ایده‌های بلندپروازانه فراهم کنیم.

استعداد‌ها را به مسیر فناوری هدایت می‌کنیم

در بخش دیگری از این نشست، وزیر آموزش و پرورش با اشاره به نقش مهم و تأثیرگذار معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در پرورش استعداد‌های دانش‌آموز بر بستر پژوهش‌سرا‌های دانش‌آموزی گفت: شکل‌گیری پژوهش‌سرا‌های دانش‌آموزی در ترویج فرهنگ نوآوری و فناوری میان دانش‌آموزان اثرگذار بوده و تعداد این پژوهش‌سراها اکنون به ۶۶۵ افزایش یافته است. تعامل وزارت آموزش و پرورش و معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری گامی در راستای توسعه فناوری‌های پیشرفته و ترویج فرهنگ نوآوری و خلاقیت میان دانش‌آموزان است. وی با اشاره به حمایت از مخترعان، مبتکران و مستعدان دانش‌آموز برای توسعه پایدار کشور گفت: کرونا ما را در وضعیت جدیدی قرار داد و قواعد آموزش، روابط میان آموزگار، خانواده، دانش‌آموز و درس را دستخوش تحول ساخت. نقش دانش‌آموز از یک فراگیر با نقش‌های محدود به یک فراگیر با نقش‌های فعال توسعه پیدا کرد. دانش‌آموز عصر مجازی نیازمند فعالیت و نقش‌آفرینی بیشتر است.

حاجی میرزائی با بیان اینکه استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و در شرایط فعلی، امکان انتخاب را برای خانواده‌ها فراهم کردیم تا از آموزش‌های مجازی استفاده کنند، ادامه داد: فناوری امروز تا حدود زیادی نگرانی‌ها را برطرف کرده و امکان آموزش‌های مجازی گام بلندی در توسعه فناوری‌های آموزشی به وجود آورده است.

وی با اشاره به ایجاد ظرفیت آموزش و پرورش از طریق برنامه شاد برای طیف وسیعی از جامعه گفت: برای برخورداری از مناطق محروم به آموزش با دشواری‌های بسیاری مواجه بودیم و هستیم، اما امروز این امکان وجود دارد که دانش‌آموزان در معرض آموزش بهترین معلمان و استادان قرار بگیرند و مجال بیشتری برای ارتقای توانمندی این بخش از جامعه خواهیم داشت. شاد در آغاز راه خود است و باید با تلاش مشکلات موجود را برطرف کنیم اما خوشبختانه اکنون به بستری مناسب برای آموزش تبدیل شده است.

در این نشست مدیران آموزش و پرورش استان‌های آذربایجان غربی، البرز و خراسان رضوی گزارش‌هایی از دستاوردهای‌شان در حوزه آموزشی و ایجاد بسترهای بروز استعداد‌های فناوریانه ارائه کردند.



تیم کوک ممکن است یک میلیون سهم از

قرار می‌گیرد و برپایه عملکرد نسبی سهام اپل در بازه

که کوک ممکن است هیچ‌یک از این پاداش‌ها را دریا

از لحاظ تئوری ممکن است کوک ۲۰۰درصد پاداش

درنهایت تیم کوک حدودا یک میلیون سهم دریافت

انتشار گزارش بلومبرگ بیانیه‌ای منتشر کردند. هیأت

«نوآوری‌هایی بی‌نظیر» برای اپل به ارمغان آورده و در

در بیانیه اپل می‌خوانیم که تیم کوک با اولویت قرار د

«رهبری یک شرکت به چه معنا است.» اعضای هیأت

آخر قصد دارند پاداشی در قالب سهام به تیم کوک اع

هیأت‌مدیره می‌گوید این پاداش سهام به پاس قد

می‌گیرد. گفته اعضای هیأت‌مدیره اپل درباره این موض

پاداش سهام دریافت می‌کند، حقیقت دارد؛ البته باید

فعلی تیم کوک با اپل آمده است که در صورت عملکرد

او می‌تواند پاداش سلاتنه در قالب سهام دریافت کند. آ

اعضای هیأت‌مدیره اپل با پیاده‌سازی طرحی ویژه قصد دارند در بازه زمانی چندساله نزدیک به یک

میلیون سهم از سهام اپل را که امروزه به‌ابتا ۱۱۴ میلیون دلار ارزش دارد به تیم کوک اهدا کنند.

به گزارش زومیت، پرونده‌ای که به تازگی در نهادهای نظارتی ثبت شده و در دسترس برخی رسانه‌ها قرار

گرفته است نشان می‌دهد احتمال دارد تیم کوک تا سال ۲۰۲۵، یک میلیون سهام اپل (AAPL) به‌عنوان

پاداش دریافت کند. با در نظر گرفتن قیمت امروز، تیم کوک ممکن است در بهترین حالت، سهمی به‌ارزش

۱۱۴ میلیون دلار دریافت کند. البته تا سال ۲۰۲۵ به‌احتمال زیاد نرخ فعلی سهام اپل تغییر خواهد کرد.

اپل در بیانیه‌ای کوتاه، این موضوع را رسماً تأیید کرده است.

خبرگزاری معتبر بلومبرگ در گزارشی نوشت پاداش یک میلیون سهام که به تیم کوک تعلق می‌گیرد،

بسته‌به عملکرد سهام اپل درحال‌حاضر بین ۷۶ تا ۱۱۴ میلیون دلار ارزش دارد؛ همین موضوع دلیل

دیگری برای تیم کوک است تا همچنان به مدیریت بزرگ‌ترین شرکت فناوری‌محور دنیا ادامه دهد.

براساس پرونده‌ای که سه‌شنبه گذشته ثبت شده، پاداش تیم کوک قرار است در قالب دو بسته به او ارائه

شود. بسته اول شامل ۳۳۳.۹۸۷ واحد محدود (Restricted) سهام است که در یکم آوریل سال‌های

۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ و ۲۰۲۵ (۱۲ فروردین سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴) به تیم کوک اهدا خواهد شد.

بسته دیگر از ۹۸۷.۳۳۳ واحد سهام دارد که یکم اکتبر ۲۰۲۳ (۹ مهر ۱۴۰۲) در دسترس تیم کوک

صنعت دریایی با تجهیزات بومی توانمند می‌شود

حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این کمیته به اهمیت استفاده از توان داخلی برای رفع نیازهای فناوریانه سازمان‌ها و ارگان‌های دریایی تأکید کرد و گفت: خوشبختانه اقدامات و فعالیت‌ها در زمینه توسعه فناوری‌های حوزه حمل‌ونقل قابل قبول است و سرریز آنها به صنعت دریایی می‌تواند نیازهای این حوزه را رفع کند.

وی افزود: تشکیل بانک اطلاعات قطعات مصرفی این صنعت یک ضرورت است. باید تلاش کنیم شرکت‌های توانمند صنعت دریایی را شناسایی و اخذ استانداردهای بین‌المللی برای آنها را با همکاری سازمان‌ها و ارگان‌های دریایی پیگیری کنیم.

در این کمیته بیشتر بازیگران این حوزه حضور داشتند. ذی‌نفعان و فعالانی

مانند نمایندگان سازمان‌های بنادر و دریانوردی، نیروی دریایی سیاه،

شرکت ملی نفتکش، شرکت کشتیرانی، نیروی دریایی ارتش، ایدرو،

سازمان صنایع دریایی و مرکز همکاری‌های تحول.



ایران کشوری توانمند است که اگر درست و بجا از ظرفیت‌هایش استفاده شود، شتاب توسعه علمی و فناوری آن بیشتر می‌شود.

به عنوان مثال استفاده از توان داخلی برای بومی‌سازی قطعات و

تجهیزات دریایی یکی از این اقدامات است

که در یک همکاری مشترک رقم خورده

است. ستاد توسعه فناوری‌های فضایی

و حمل‌ونقل هوشمند معاونت علمی

و فناوری ریاست جمهوری با برگزاری

نخستین جلسه کمیته بومی‌سازی

قطعات و تجهیزات دریایی نخستین قدم

را برای هم‌افزایی و هم‌فکری سازمان‌ها و

شرکت‌های مرتبط با حوزه دریا برداشت.

جلسه‌ای که هدفش «تقویت توان

بومی‌سازی قطعات و تجهیزات حوزه

دریا»، «شناسایی قطعات و تجهیزات

پرکاربرد سازمان‌های مرتبط با این حوزه»

و «ایجاد بانک اطلاعاتی جامع برای تأمین قطعات و تجهیزات دریایی

موردنیاز کشور با استفاده از توان شرکت‌های دانش‌بنیان و هسته‌های

فناور» بود. منوچهر منطقی، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و



توسعه پارک‌های فناوری هرمزگان ۸۰ میلیارد ریال اختصاص یافت

نشست مشترکی میان کامبیز مهدی‌زاده مشاور علمی و فناوری رئیس جمهوری و فریدون همتی استاندار هرمزگان برگزار شد. در این نشست مهدی‌زاده از اختصاص ۸۰ میلیارد ریال بودجه حمایتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به پارک علم و فناوری استان هرمزگان و پارک زیست فناوری خلیج فارس خبر داد. کامبیز مهدی‌زاده در این نشست گفت: با توجه به نگاهی که معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همواره در حمایت از پارک‌های علم و فناوری، استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان و شتاب‌دهنده‌ها در طول این سال‌ها داشته است، مبلغ ۳۰ میلیارد ریال برای برج هرمز واقع در پارک علم و فناوری و ۵۰ میلیارد ریال برای حمایت از پارک زیست فناوری خلیج فارس اختصاص یافت.

یادداشت



ارتباط با دنیای پر رمز و راز درون

اشاره کرد که از سیگنال‌های مغزی برای حرکت استفاده می‌کنند. کاربرد در توانمندسازی: امروزه در جنبه‌های مختلف زندگی و حوزه‌های گوناگون فعالیت فردی و اجتماعی شاهد طیفی از کاربردهای جدید واسطه‌های مغز-ماشین هستیم که در دستور کار گروه‌های پژوهشی دانشگاهی و صنعتی قرار دارد و می‌توان هدف همه آنها را توانمندسازی انسان دانست. برای مثال پیش‌بینی می‌شود در آینده شاهد افزایش توانایی خلبانان در هدایت و ناوبری هواپیما و افزایش سرعت عکس‌العمل آنها نسبت به وقایع و سوانح ناگهانی، از طریق برقراری ارتباط میان مغز خلبان و سامانه کنترل هواپیما باشیم.

برای کمک به افرادی که قدرت تکلم خود را از دست داده‌اند و توانایی استفاده از دست خود برای برقراری ارتباط نیز ندارند، نوعی سامانه واسط مغز-ماشین طراحی شده است که به ایشان امکان می‌دهد از طریق نمایش حروف، کلمات، جملات یا علائم بر روی نمایشگر رایانه به کمک سیگنال‌های مغزی خود با دیگران ارتباط برقرار کنند.

بیمارانی که به دلایلی مانند فلج و یا آسیب قشر حرکتی مغز خود قادر به حرکت نیستند، از ناتوانی در انجام امور روزمره خود رنج می‌برند و برای انجام کوچک‌ترین کارها نیازمند کمک اطرافیان خود هستند. برای کمک به این افراد و اطرافیان‌شان، سامانه‌هایی طراحی شده است تا با استفاده از آنها بتوانند تنظیمات تلویزیون و همچنین نور و دمای محیط را کنترل کنند.

در سال‌های اخیر، از سامانه‌های واسط مغز-ماشین برای بازی‌های سرگرم‌کننده نیز استفاده شده است. تولیدکنندگان این بازی‌ها از سیگنال‌های الکتروانسفالوگرام برآمده از مغز و اراده فرد استفاده و به بازی‌های ویدئویی هیجان می‌بخشند.

چین پیشرو فناوری هوش مصنوعی جهان

و امنیت از این هوش استفاده می‌شود و اسکترهای چهره‌شناسی در ایستگاه‌های مختلف نصب شده است که افراد را از روی حساب‌های بانکی آنها به راحتی شناسایی می‌کند. آکادمی فناوری ارتباطات و اطلاع‌رسانی چین گزارش کرده است که ۴۰ درصد از شرکت‌هایی که گرایش کاری آنها به هوش مصنوعی مرتبط است به دنبال دستیابی به فناوری‌های جدیدتری در این بخش هستند و ۲۷ درصد هم روی ساخت ربات‌های پیشرفته متمرکز شده‌اند. «شری شیه» از کارشناسان شرکت فناوری هوش مصنوعی بابل می‌گوید که انواع فناوری‌های هوش مصنوعی می‌تواند کارکردهای بهتری برای مردم چین داشته باشد آنها از نرم‌افزارهای مرتبط با این فناوری می‌توانند حتی برای کارهایی چون ترجمه زبان‌های مختلف استفاده کنند و با این حساب دیگر نیازی به ترجمه‌گرهایی نظیر گوگل نخواهند داشت. وی می‌گوید که چین در عرصه هوش مصنوعی خیلی عمیق و زیربنایی در حال پیشرفت است و به جرات می‌توان گفت که در آینده پیشرو جهان خواهد بود.

شرکت فناوری بابل یکن از جمله همین شرکت‌ها است که به گفته این کارشناس استارت‌آپ‌هایی در اختیار مردم گذاشته است که به آنها امکان می‌دهد ۵۳ زبان را ترجمه کنند.

هوش مصنوعی و فناوری طبیعتاً در آینده زندگی بشر اهمیت زیادی خواهد داشت و بسیاری بر این باورند که زندگی مردم را بهتر خواهد کرد و چین بسیار امیدوار است که در این راستا بتواند خدماتی هرچه قوی‌تر و سریع‌تر در اختیار مردم خود قرار دهد.

چین بیشتر از هر کشور دیگری در جهان در مسیر توسعه فناوری هوش مصنوعی حرکت می‌کند و به سرعت در حال تبدیل شدن به یک قدرت بینظیر در این عرصه است و همه عرصه‌های زندگی را با این فناوری تحت پوشش قرار داده است.

به گزارش ایرنا، آمار انجمن تجارت بین‌المللی نشان می‌دهد که از میان ۱۰۰ هزار حق امتیاز انحصاری هوش مصنوعی جهان بین سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۹ میلادی نزدیک به ۳۷ درصد آنها به چین تعلق داشته است.

این نشان می‌دهد که چین در این عرصه پیشرو کشورهای دیگری نظیر آمریکا با ۸/۲۴ درصد و ژاپن با ۱/۱۳ درصد حرکت می‌کند و از نرم‌افزارهای چهره‌شناسی گرفته تا نرم‌افزارهای پرداختی در این کشور و موتورهای جست‌وجو همگی در چین به سرعت در حال رشد است. از سوی دیگر شمار کارشناسان هوش مصنوعی در چین اکنون به بالای ۲۰ هزار نفر رسیده در صورتی که این رقم برای کره جنوبی فقط ۲ هزار و ۶۰۰ نفر است البته چین در این بخش از آمریکا که دارنده ۲۸ هزار کارشناس در این عرصه است، عقب‌تر حرکت می‌کند.

بازار هوش مصنوعی در چین در آینده با سرعت بیشتر توسعه خواهد یافت زیرا شرکت‌های دولتی، خصوصی و بسیاری از موسسات روی استارت‌آپ‌های جدیدی کار می‌کنند که بخش‌های مختلفی از زندگی را دربر می‌گیرد.

امروز هوش مصنوعی در چین کارکردهای مختلفی در صنایع مختلف دارد در صنایع خردفروشی، خانه‌های هوشمند، حمل و نقل



سهام اپل را به عنوان پاداش دریافت کند

بسیار خوب سهام اپل، ۵۶۰،۰۰۰ سهم در اختیار تیم کوک قرار گرفت؛ آن تعداد سهم در آن زمان بالغ‌بر ۲۷۸ میلیون دلار ارزش داشت. رویکرد اعضای هیأت‌مدیره اپل برای اعطای پاداش به تیم کوک در گذر زمان، رویکردی معمول است. شرکت‌های حوزه فناوری به دفعات از چنین رویکردی استفاده می‌کنند تا مدیران عامل خود را با انگیزه نگه دارند و آنها را به ماندن در شرکت ترغیب کنند.

البته این تاکتیک اعضای هیأت‌مدیره در رابطه با تیم کوک کمی کم‌اثرب‌تر است. گزارش‌ها نشان می‌دهند مدیرعامل اپل به زندگی عادی علاقه‌مند است و هیچ نیازی به پول اضافه ندارد. این یعنی اگر تیم کوک قصد ترک شرکت را داشته باشد، به احتمال زیاد دریافت پاداش این‌چنینی او را به ماندن ترغیب نمی‌کند. تیم کوک پیش‌تر گفته که قصد دارد تمامی ثروت خود را در طول زندگی‌اش برای اهداف خیرخواهانه خرج کند.

بلومبرگ می‌نویسد چند هفته پیش از تیم کوک پرسیده شده که انتظار دارد تا چند سال دیگر مدیرعامل اپل باشد؛ کوک در پاسخ گفته است: «خواهیم دید. زمانی فرا می‌رسد که همه ما کاری متفاوت انجام می‌دهیم.» البته با وجود اینکه تیم کوک شخصاً علاقه چندانی به پول زیاد ندارد، ممکن است پاداش سهام جدید، او را به ماندن در اپل ترغیب کند. تیم کوک هدف مهمی دارد و آن، اهدا کردن ثروتش است. کوک هر چه بیشتر پول جمع کند می‌تواند کارهای خیرخواهانه بیشتری انجام دهد.

۴ طرح کلان ملی معاونت علمی و فناوری توسط رئیس جمهوری افتتاح شد

۴ طرح ملی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توسط حجت الاسلام والمسلمین حسن روحانی به صورت ویدئوکنفرانس به بهره‌برداری رسید. سورونا ستاری معاون علمی و فناوری در این مراسم توضیحاتی را برای رئیس

جمهوری ارائه داد. ستاری در این مراسم گفت: سال گذشته ۱.۹ میلیارد دلار مواد اولیه دارویی و دارو وارد شد. حدود یک میلیارد دلار از این رقم مربوط به حوزه مواد اولیه دارویی است.

وی ادامه داد: در این میان ۸۲ ماده اولیه ۴۰۰ میلیون دلار ارزش داشتند و تولید آنها اقتصادی است. با تولید آنها از خروج ۴۰۰ میلیون دلار جلوگیری می‌شود. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین افزود: ۹۰۰ میلیون دلار نیز واردات خود داروی نهایی بوده است. از این رقم ۵۲۰



۲۰۰ یورو ارزش دارد که معادل ۱۰ بشکه نفت است. به این معنا که یک و نیم تن نفت صادر می‌شود و ۵۰ میلی گرم ماده دریافت می‌کنیم.

حمایت صندوق کارآفرینی امید از مشاغل خرد

از کسب و کارهای کوچک‌تر است. شهرکی با بیان اینکه مهمترین مشکل صاحبان کسب‌وکارهای کوچک ارائه ضامن است تصریح کرد: خوشبختانه با وجود این مشکل، صندوق کارآفرینی امید کمترین معوقه و پرتی را دارد.

وی از وام خوداشتغالی به عنوان دیگر خدمت ارائه شده از سوی این صندوق نام برد و گفت: سقف این تسهیلات نیز ۵۰ میلیون تومان است و بازپرداخت این وام نیز در شهرها ۴۸ و در روستاها ۶۰ ماهه تعریف شده است.

مدیر صندوق کارآفرینی امید استان از وام کارفرمایی به عنوان دیگر خدمت حمایتی این صندوق از صاحبان مشاغل خرد نام برد و افزود: آن دسته از کارگاه‌های کوچکی که برای تکمیل زنجیره تولید خود نیازمند نقدینگی باشند می‌توانند با جذب چند نفر از افراد بیکار از مزایای این تسهیلات که سقف آن ۱۰۰ میلیون تومان است بهره‌مند شوند.

مدیر صندوق کارآفرینی امید استان سمنان از این صندوق به عنوان حامی کسب و کارهای خرد نام برد و گفت تسهیلات اعطایی به متولیان کسب و کارهای خرد عمدتاً قرض‌الحسنه و با کارمزد ۴درصد است. رسول شهرکی در گفت‌وگو با ایسنا، به توجه ویژه این صندوق به روستاها و مناطق محروم پرداخت و اظهار کرد: در همین راستا مدت زمان بازپرداخت تسهیلات در مناطق روستایی ۶۰ ماه و در مناطق شهری ۴۸ ماه است.

وی با اشاره به حمایت مالی از مشاغل خانگی از سوی این صندوق افزود: تسهیلات مشاغل خانگی ۱۵ میلیون تومان است که این وام در مناطق شهری چهار ساله و در روستاها پنج ساله بازپرداخت می‌شود.

مدیر صندوق کارآفرینی امید استان سمنان به رویکردهای متفاوت این صندوق در مقایسه با بانکها پرداخت و گفت: بانک‌ها معمولاً مشتری‌های خاص خود را داشته و بیشتر از واحدهای تولیدی و صنعتی حمایت تسهیلاتی می‌کنند، اما صندوق کارآفرینی امید عمدتاً در پی حمایت



برگرکینگ پاسخگوی شکایت‌ها از مک‌دونالد

هیچ کس دوست ندارد شکایتش از یک شرکت بی‌پاسخ بماند. به همین دلیل ظاهراً برگرکینگ تصمیم گرفت تا به پا خیزد و به تعداد زیادی از شکایت‌های مشتریان مک‌دونالد جواب دهد.

برگرکینگ که با آژانس تبلیغاتی دانمارکی «Uncle Grey» همکاری می‌کند، اخیراً در صدد برآمده است تا به شکایت‌های بی‌پاسخ مشتریان در صفحه فیس‌بوک مک‌دونالد پاسخ دهد. بنا بر گزارش‌های دریافتی، هم‌راه هر یک از این پاسخ‌ها یک کوبن برای دریافت یک همبرگر «Whopper» رایگان، برگر مخصوص برگرکینگ با گوشت گریل شده، به چشم می‌خورد.

به گزارش روزنامه «شیکاگو بیزینس»، کمپین فوق با هدف تاکید بر روی وعده جدید برگرکینگ دانمارک در راستای پاسخگویی به تک تک شکایت‌های مشتریان در صفحه فیس‌بوک رستوران ظرف ۴۸ ساعت پس از ثبت شکایت، راه‌اندازی گردید.

دانیل شوردر، مدیر بازاریابی برگرکینگ سوئد و دانمارک در قالب بیانیه‌ای اعلام کرد: «خدمت‌رسانی به مشتری بخش بزرگی از تجربه کلی مهمان را تشکیل می‌دهد و ما به اندازه کافی در مسیر توجه به مشتریان در فضای آنلاین خوب عمل نکرده‌ایم. هنگام پرداختن به این موضوع دریافتیم که طرفداران برگر بیشتری در بیرون وجود دارند که شایسته دریافت یک پاسخ از سوی برند هستند. ما در حد توان به انجام این کار کمک کردیم، با این امید که قدری از این عشق و علاقه به برگر Whopper زغالی بتواند تا حدی زمینه‌ساز بهبود مجدد اوضاع باشد. برگرکینگ ضمن به اشتراک‌گذاری یک ویدئو از برخی پاسخ‌ها به صفحه فیس‌بوک خود نوشت: «مک‌دونالد، این هرزنامه نیست. ما فقط در صدد هستیم تا به شما کمک کنیم.»

چند نمونه از پاسخ‌های برگرکینگ به شکایت‌ها از مک‌دونالد در زیر می‌خوانیم:

مشتری: ما مجبور برای دریافت غذا در قالب سرویس مک درایو دو ساعت منتظر بمانیم.

برگرکینگ: بله، همه می‌توانند تجربه یک روز طولانی در رستوران فست فود را از سر گذرانده باشند. Whopper سریع برگرکینگ بی‌صبرانه انتظار شما را می‌کشد.

مشتری: بیگ مک ما فقط یک نان دارد!

برگرکینگ: با جایگزین ناآورانه بیگ مک، یعنی Whopper دو نان، دلی از عزا دربیآورید.

مشتری: چرا اسم این برگر را بیگ مک می‌گذارید، در حالی که اصلاً بزرگ نیست.

برگرکینگ: در دفاع از مشتریان، هیچ‌کس بیک «مک کوچک» نمی‌خواهد. در برگرکینگ شما می‌توانید بیک Whopper در ابعاد معمولی را سفارش دهید و آن را به نحو احسن تحویل بگیرید.»

رفع گرسنگی با یک گاز از بلبورد مک‌دونالد

وقتی با خود فکر می‌کنید که تبلیغات مواد غذایی دیگر از اینکه هست بهتر نمی‌شود، کسی راهی را پیدا می‌کند که بتوان در دنیای رقابتی امروز گوی سبقت را از بقیه ربود. در ادامه این سوال به ذهن خطور می‌کند که آیا تبلیغ محصولی که بدون آن نمی‌توان زیست، فایده‌ای دارد یا خیر که فعلاً از آن می‌گذریم.

مک دونالد با رونمایی از یک بلبورد تبلیغاتی خیابانی در خیابان‌های پاریس اخیراً توجه مردم را به سوی دیزاین آگهی تبلیغاتی غیرمتعارف خود جلب کرد.

حالا این سوال پیش می‌آید که آیا تاکنون آنقدر گرسنه بوده‌اید که ایده گاز گرفتن از یک بلبورد تبلیغاتی به ذهن‌تان برسد؟

در ادامه مک دونالد، این رستوران فست فود زنجیره‌ای عظیم که مردم هر چند وقت یک بار به آن احتیاج ندارند اما باز هم هوس خوردن غذایش به سرشان می‌زند و نیاز به متقاعد ساختن آنها به شکلی مفید و موثر برای رجوع به شعبه‌هایش نیست، با دیزاین هوشمندانه و ناآورانه یک سری بلبوردهای تبلیغاتی، مردم را اسیر خود کرده است.

سه بلبورد لایت پاکس خیابانی در سطح شهر پاریس، منقش به تصاویر بد برگر معروف مک دونالد و یک ظرف سیب زمینی سرخ‌کرده این برند نصب شده‌اند. این سه بلبورد از جنس همان بلبوردهای مستطیلی همیشگی نیستند که بسیاری از ما به آنها عادت داریم، بلکه این بار کسی یک گاز از آنها گرفته است.

به تازگی یک آژانس تبلیغاتی با توسل به این ایده، از آن یک بلبورد برای مک دونالد ساخت که انگار واقعاً کسی بلبورد را گاز زده است. کل طرح احقمانه است چرا که چه کسی سعی می‌کند جای گرفتن گاز از یک بلبورد غذا را به همگان نشان دهد؟ اما در عین حال، موفقیت در زمینه جلب توجه رهگذران نقطه قوت آن به شمار می‌رود و این دقیقاً همان چیزی است که از یک بلبورد خوب و موثر انتظار می‌رود.

افراد با چشمی تیزبین در ادامه متوجه خواهند شد که بلبوردها فاقد هر نوع برندینگ هستند. گذشته از آنکه سیب زمینی‌های سرخ‌کرده یک نوع بی‌تجربندگی قزم و زرد مشخصی دارند که نام مک دونالد را به یاد همه افراد می‌آورد، دیگر هیچ اشاراهی به اسم مک دونالد نشده است. با توجه به اهداف این حرکت تبلیغاتی، می‌توان نتیجه گرفت که صاحب بلبوردها می‌تواند هر رستوران فست فود دیگری نیز باشد. تصاویری از برگرهای تازه و سیب زمینی‌های سرخ‌کرده مک دونالد را می‌توان در این بلبوردها یافت.

در مرحله بعدی یک ویدئوی تکمیلی ضمن نمایش این بلبوردها به وضوح بیان می‌کند که این واقعا مک دونالد است. دو کمان طلایی کلاسیک برند دقیقاً بعد از تصاویر کارتونی دو برگر و سیب زمینی سرخ‌کرده در پایان ویدئو ظاهر می‌شوند.

آژانس تبلیغاتی TBWA پاریس مسئولیت انجام این اقدام تبلیغاتی را پذیرفته است. مقرر اصلی آن در نیویورک است اما در همه جای جهان از جمله پاریس حضور فعالی دارد. هدف از ساخت و نمایش این بلبوردها نشان دادن فرهنگ ناووری و قرار دادن برندها در قلب فرهنگ پاپ است. آژانس تبلیغاتی TBWA پاریس از سال ۱۹۸۵ میلادی تاکنون با مک دونالد همکاری می‌کند. از جمله پروژه‌های مشترک این آژانس با مک دونالد می‌توان به کمپین‌های تبلیغاتی «جعبه‌ای برای به اشتراک‌گذاری»، «یک پدر خوب بودن» و «تابستان آمریکایی» اشاره کرد. حالا، این اولین بار نیست که کسی یک گاز از یک آگهی تبلیغاتی خوشمزه می‌زند. یک شرکت تولیدکننده بستنی، ماست یخ زده و دسر میسوامی به نام «Ben & Jerry's» نیز چند وقت پیش موفق به تحقق این ایده در شهر اوکلند نیوزیلند شد. تیمی از یک شرکت سازنده ساعت مچی اسپرنت و تجهیزات مختلف به نام «The Phantom Labs» پشت این پروژه بودند.

منبع: mbanews

چرا پیام بازاریابی مهم است؟

جذب مخاطب هدف با طراحی پیام بازاریابی

بنابراین در ادامه مقاله کنونی به بررسی برخی از بهترین عملکردهای مربوط به برندهای موفق در زمینه طراحی و انتشار پیام بازاریابی خواهیم پرداخت. این بخش از مقاله کنونی نوعی کلاس درس و دوره آموزشی برای برندها و بازاریاب‌های تازه کار خواهد بود.

بهترین نمونه‌ها در زمینه طراحی پیام بازاریابی تاکو بل

همانطور که از ابتدای مقاله کنونی مورد بررسی قرار گرفت، برند تاکو بل یکی از موفق‌ترین گزینه‌ها در زمینه طراحی و انتقال پیام بازاریابی است. این برند جزئی از خاطره جمعی نسل‌های مختلف جامعه آمریکایی محسوب می‌شود. همین امر امکان شخصی‌سازی گسترده‌ای به آنها می‌دهد. فعالیت تاکو بل در عرصه بازاریابی بیشتر معطوف به توییت‌ر است. بازاریاب‌های این برند مهارت بسیار زیادی در زمینه ارزیابی نظرات کاربران مختلف و پاسخگویی به آنها در قالب طنز، جدی یا حتی نمایش بی‌توجهی‌شان دارند. نتیجه نهایی چنین فعالیتی در حوزه بازاریابی امکان جلب نظر دامنه وسیعی از کابران در توییت‌ر است.

هدف اصلی بازاریاب‌های تاکو بل در توییت‌ر تقویت انگیزه کاربران برای گفتوگو پیرامون برندنشان است. این امر با توجه به ماهیت متن محور توییت‌ر بیانگر انتخاب درست پلتفرم از سوی تیم بازاریابی تاکو بل است. متأسفانه برخی از برندها بدون توجه به اهداف بازاریابی‌شان اقدام به انتخاب پلتفرم بازاریابی می‌کنند. این امر در بلندمدت نتیجه بسیار ناگواری برای برندها به ارمغان می‌آورد. امروزه ارزیابی وضعیت بازاریابی برند باید علاوه بر تعداد کاربران حاضر در یک شبکه اجتماعی، براساس میزان بازخوردشان نسبت به برند صورت گیرد. در غیر این صورت آمارهای موردنظر به شدت گمراه‌کننده خواهد بود.

The Skimm

برند The Skimm، یکی از کسب و کارهای موفق در زمینه جلب نظر سریع بانوان است. دلیل اصی این امر نیز هدف‌گذاری اساسی و پایه‌ای این برند بر روی افزایش فروش به بانوان است. برخی از برندها در حوزه‌های مختلف کسب و کار باید بر روی نوع خاصی از مشتریان تمرکز نمایند. این امر با شخصی‌سازی پیام‌های بازاریابی به خوبی امکان‌پذیر خواهد بود. امروز اطلاعات بسیار جالبی در مورد تاثیر جنسیت بر روی واکنش نسبت به پست‌های بازاریابی مختلف وجود دارد بنابراین برندها باید با اطلاع تمام از این حوزه اقدام به بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف نمایند.

راهکار برند The Skimm برای جلب نظر مخاطب هدف شامل حضور در مراسم‌های مهم کسب و کار است بنابراین مشتریان امکان تعامل با مخاطب هدف به ساده‌ترین شکل ممکن را دارند. وقتی مشتریان نسبت به حضور یک برند در تمام مراسم‌های معتبر حوزه کسب و کار اطمینان داشته باشند، تمایل بسیار بیشتری برای حضور در غرفه‌ها و تعامل پهنینه با آنها خواهند داشت.

پروکلیم

پروکلیم در زمینه تولید لباس، مد و پوشاک فعالیت دارد. حضور در شبکه‌های اجتماعی به عنوان بهترین ابزار برای نمایش کیفیت لباس‌ها و معرفی تیپ‌های مختلف در اولویت فعالیت بازاریابی پروکلیم قرار دارد و امروزه شمار بالایی از کاربران برای مشاهده محتوای بازاریابی و پیام‌های مختلف برند پروکلیم اقدام به فالو کردن صفحه رسمی این برند در اینستاگرام می‌کنند. نکته جالب در مورد فعالیت بازاریابی این برند تمرکز بر روی تعامل نزدیک با بانوان است. این امر شامل حمایت از حقوق بانوان و حضور در تمام جنبش‌های مدنی مربوط به حقوق آنهاست.

بدون تردید برندها دارای ارزش‌ها و پیام‌های بازاریابی مختلفی هستند. وقتی یک برند پیام بازاریابی را منتشر می‌کند، باید فعالیت اجتماعی مناسبی در زمینه پایبندی به آن نیز داشته باشد. امروزه یکی از نقاط ضعف اغلب برندها عدم وفاداری به پیام‌های بازاریابی و از همه مهم‌تر ارزش‌های برندنشان است. تا زمانی که یک برند به ارزش‌های کاری‌اش وفادار نباشد، امکان جلب نظر مخاطب هدف و فروش مناسب را نخواهد داشت.

FabFitFun

وقتی در مورد استارت‌آپ FabFitFun فکر می‌کنیم، اغلب به سراغ یادکست‌های موفق در زمینه تناسب اندام می‌رویم. حضور اینفلوئنسرها در زمینه تولید یادکست موجب همکاری گسترده برندها با آنها شده است. امروزه بازاریابی براساس همکاری با چهره‌های سرشناس اولویت اصلی بسیاری از برندها محسوب می‌شود. استارت‌آپ FabFitFun در قالب یک کسب و کار مشاوره‌ای فعالیت دارد. هدف اصلی این استارت‌آپ کمک به مردم سراسر دنیا برای کسب تناسب اندام و اعتماد به نفس است. شاید این امر نوعی هدف کلیشه‌ای و تکراری محسوب شود، اما FabFitFun ایده‌های تازه‌ای برای کار بر روی این حوزه دارد.

امروزه تناسب اندام بیشتر مربوط به استفاده از تمرین‌های ورزشی متعدد است. نکته جالب در مورد کار FabFitFun تلاش برای بیان اهمیت توجه به نحوه پوشش و انتخاب لوازم آرایشی در زمینه ایجاد ظاهری زیباست. این امر نقش مهمی در زمینه موفقیت برندها ایفا می‌کند.

برخی از برندها به طور مداوم در زمینه انتقال پیام‌های بازاریابی جذاب و مورد علاقه مخاطب هدف کیفیت بالایی از خود نشان می‌دهند. ارزیابی در مورد برند FabFitFun باید بر همین اساس صورت گیرد. این برند به خوبی دغدغه‌های مختلف مردم را شناسایی کرده است. همین امر موجب تاثیرگذاری بالای پیام‌های بازاریابی این برند در شبکه‌های اجتماعی و مراسم‌های مختلف شده است.

تریدر جوز

خرده‌فروشی تریدر جوز محبوبیت بسیار زیادی در بازارهای ایالات متحده دارد. دلیل اصلی این امر عرضه محصولات ارزان‌قیمت در بازارهای مختلف است. یکی از پیام‌های بازاریابی جذاب این برند مربوط به محافظت از محیط زیست است. امروزه دامنه وسیعی از مشتریان در زمینه خرید محصولات به ساز‌گذاری فرآیند تولید و حتی موارد اولیه به کار رفته در آنها با محیط زیست توجه دارند. تریدر جوز از سال‌ها قبل نسبت به حذف محصولات ناسازگار با محیط زیست از قفسه‌های برنداش اقدام کرده است. این امر فرصت مناسبی در اختیار این برند برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف قرار داده است.

بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی نیاز به پیام‌های جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف دارد. یکی از نکات جذاب در این میان مربوط به خرده‌فروشی تریدر جوز است. این امر جذابیت بسیار زیادی برای برندها ایجاد کرده است. وقتی برندها در تلاش برای طراحی پیام بازاریابی هستند، باید به بدیع بودن آن نیز توجه نمایند. تریدر جوز به دلیل استفاده از یک ایده تازه در زمان خودش موفق به تاثیرگذاری بلندمدت بر روی مشتریان شده است. این نوع تاثیرگذاری در میان بسیاری از برندها یافت نمی‌شود بنابراین باید نگاه متفاوتی به وضعیت فعالیت این برند داشت.

منبع: blog.hubspot.com

• آیا پیام بازاریابی برند شما براساس بیان یک داستان بنا شده است؟ پاسخگویی به پرسش‌های فوق در ظاهر ساده است. نکته جالب اینکه شاید چند روز زمان برای پاسخگویی دقیق به پرسش‌های فوق نیاز باشد بنابراین عجله در زمینه پاسخگویی به پرسش‌های فوق امکان‌ناپذیر و همراه با نتیجه نامطلوب خواهد بود.

برندها در حین پاسخگویی به پرسش‌های فوق باید برنامه مشخصی برای طراحی نقشه بازاریابی‌شان داشته باشند. بدون تردید هر فعالیتی در حوزه بازاریابی تاثیری بر روی هویت برند دارد. اگر نقشه یک برند به خوبی طراحی شود، امکان هماهنگی میان بخش‌های مختلف بازاریابی و تبلیغات فراهم خواهد شد. این امر نقش مهمی در نتیجه‌بخشی هر چه بهتر کمپین‌های بازاریابی خواهد داشت.

۲.شناخت مخاطب هدف

بازاریابی بدون شناخت مخاطب هدف در عمل امکان‌ناپذیر است. بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی برای مخاطب هدف با شکست‌های سنگین مواجه می‌شوند. این امر نوعی واکنش طبیعی از سوی برندها محسوب می‌شود. اگر یک کسب و کار نتوانای شناخت مخاطب هدفش را نداشته باشد، تمام جزئیات بازاریابی‌اش براساس شانس و اقبال بنا خواهد شد. امروزه برخی از برندها بدون شناسایی دقیق مشتریان و سلیقه‌شان اقدام به طراحی پیام بازاریابی و برنامه‌های جامع می‌کنند. این امر اغلب اوقات با شکست در زمینه جلب تعامل مخاطب هدف همراه است.



شاید گاهی اوقات امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدون مطالعه دقیق در زمینه بازاریابی و شناخت آنها وجود داشته باشد، اما این امر سنگتی به شانس و وضعیت کلی برند دارد بنابراین باید تا جای ممکن از ترتیبات مبتنی بر شانس در حوزه بازاریابی پرهیز کرد. در غیر این صورت وضعیت بازاریابی برند به شدت دشوار خواهد شد.

۳.طراحی محتوایی برای توضیح پیام بازاریابی

پس از پاسخگویی به پرسش‌های اساسی در بخش نخست، نوبت به پیکربندی پیام بازاریابی می‌رسد. متأسفانه برخی از برندها در زمینه پیکربندی پیام بازاریابی وسواس بسیار زیادی به خرج می‌دهند. نتیجه این امر ناتوانی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف خواهد بود. نکته مهم در این میان جلب نظر مخاطب هدف براساس روندی یکسان و مشابه در تمام زمینه‌هاست. امروزه یکی از نقاط ضعف برندها استفاده از شیوه‌های متفاوت در زمینه بازاریابی، فروش و دیگر بخش‌های کسب و کار است. تمام بخش‌های کسب و کار باید ارتباط منطقی باهم داشته باشند. در غیر این صورت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بسیار دشوار خواهد شد.

طراحی محتوایی برای توضیح پیام بازاریابی برند یکی از گام‌های مهم برای ایجاد هماهنگی در زمینه فعالیت‌های برند است. این‌ امر امکان تاثیرگذاری یکپارچه و هماهنگ بر روی مخاطب هدف را ایجاد می‌کند. شاید بسیاری از برندها در این زمینه تجربه کافی نداشته باشند. این امر کاملاً طبیعی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان استفاده از تجربه سایر برندها برای بهبود وضعیت کسب و کار برند است. در غیر این صورت وضعیت بازاریابی و فروش برند به شدت دشوار خواهد شد. اشتباه اصلی برخی از برندهای تازه تاسیس تلاش برای اختراع چرخ (اصول اصلی و پایه‌ای بازاریابی) است. بهترین گزینه در این میان تلاش برای بهره‌جویی از سابقه موفق برندهای دیگر است.

۴.جهت‌گیری واحد

وقتی یک محتوای مشخص برای توضیح جهت‌گیری برند در زمینه طراحی پیام بازاریابی وجود داشته باشد، طراحی محتوای بازاریابی اصلی بسیار ساده‌تر خواهد شد. امروزه بسیاری از برندها امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را ندارند. دلیل این امر دشواری موجود در زمینه بازاریابی و ناتوانی برای رعایت این روند مشخص در تمام تولیدات بازاریابی است. بهترین راهکار در این میان استفاده از محتوای اصلی پیام بازاریابی برای طراحی نمونه‌های دیگر است. امروزه برندهای بزرگ دارای المان‌های مشخص و مشترک در تمام کمپین‌های بازاریابی‌شان هستند. به عنوان مثال، تاکو بل با برگرکینگ همیشه المان‌های مشخص و قابل شناسایی در زمینه کمپین‌های بازاریابی‌شان را مورد استفاده قرار می‌دهند.

مخاطب هدف باید همیشه به سادگی امکان شناسایی محتوای بازاریابی برندها را داشته باشد. در غیر این صورت وضعیت کسب و کارشان به شدت دشوار خواهد شد. امروزه برخی از برندها چالش‌هایی در زمینه انتشار محتوای بازاریابی بدون نام و نشان قبول می‌کنند. این امر نوعی ارزیابی توانایی کاربرد المان‌های شخصی‌سازی شده برند به منظور شناسایی سریع کمپین از سوی مخاطب هدف است. اگر یک کسب و کار در این زمینه موفقیت قابل توجهی به دست آورد، بخش قابل توجهی از راه موفقیت بلندمدت بازاریابی را طی خواهد کرد.

امروزه برندهای بسیار زیادی در زمینه بازاریابی فعالیت دارند. چنین برندهایی به طور مداوم در تلاش برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند. نکته مهم در این میان توجه به تفاوت‌های معنادار میان برندهای بزرگ و موفق با دیگر برندهای کلیشه‌ای است. توجه به نحوه ساختاریندی و تلاش برای موفقیت در زمینه بازاریابی نقش مهمی در وضعیت برندها در بازه زمانی طولانی مدت دارد بنابراین باید پیش از هر نکته دیگری به دنبال بازاریابی موفق در حوزه بازاریابی باشیم.

الگوبرداری از برندهای بزرگ همیشه نقش مهمی در موفقیت برندها دارد.

به قلم: ربکا ر یوزراتو کارشناس بازاریابی در موسسه HubSpot
ترجمه: علی ال‌علی

بازاریابی در دنیای کسب و کار همیشه همراه با مشاهده برندهای موفق‌ی نظیر تاکو بل است. امروزه شمار برندهای موفق در زمینه بازاریابی بسیار زیاد نیست، نکته جالب در این میان جذابیت مشاهده نحوه فعالیت برندهای موفق و بزرگ است. اغلب برندهای بزرگ دارای برنامه‌های مشخص و از قبل تعیین شده برای تعامل با مخاطب هدف هستند. همین امر موفقیت بلندمدتی برای آنها به ارمغان می‌آورد. طراحی پیام جذابی برای مخاطب هدف همیشه دارای اهمیت بالایی بوده است. بازاریابی بدون طراحی پیام جذاب و تعامل‌برانگیز برای مخاطب هدف بسیار دشوار می‌شود. بسیاری از فرآیندهای بازاریابی نظیر شخصی‌سازی، تعامل با مخاطب هدف و توسعه اعتبار کسب و کار از طریق طراحی پیام‌های بازاریابی جذاب امکان‌پذیر است.

بدون تردید طراحی پیام‌های بازاریابی و داستان‌های جذاب پیرامون برند امر ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این مسیر به طور مداوم با مشکلات اساسی مواجه هستند. تعیین هویت اصلی برند و تلاش برای بازاریابی مداوم براساس آن امر ساده‌ای نیست. متأسفانه بسیاری از کسب و کارها در این زمینه مهارت کافی را ندارند. همین امر موجب تغییر سریع و مداوم هویت‌شان با هدف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود. امروزه اگر یک برند هویت و پیام اصلی بازاریابی‌اش را به طور مداوم تغییر دهد، نتیجه مناسی از سوی مشتریان دریافت نخواهد کرد. این امر اغلب اوقات موجب ناتوانی کسبب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان می‌شود.

تعامل با مخاطب هدف در دوره کنونی امر ساده‌ای نیست. شبکه‌های اجتماعی به عنوان مهم‌ترین پلتفرم تعامل میان برندها و مشتریان امکانات متعددی در اختیار برندها قرار داده‌اند. نکته جالب اینکه به موازات همکاری بیشتر شبکه‌های اجتماعی و برندهای تجاری تمایل کاربران برای صرف نظر از محتوای برندها بیشتر شده است. با این حساب بازاریابی با هدف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امر دشواری خواهد بود. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی نحوه طراحی پیام بازاریابی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. در ادامه ابتدا به بررسی مفهوم پیام بازاریابی و سپس راهکارهای مناسب برای موفقیت در این حوزه خواهیم پرداخت.

پیام بازاریابی چیست؟

پیام بازاریابی شیوه تعامل منحصر به فرد یک برند را شامل می‌شود. امروزه برندها از شیوه‌های بسیار زیادی برای تعامل و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده می‌کنند. کاربست ترکیبات مشخصی از کلمات و جمله‌ها در فرآیند بازاریابی دارای اهمیت بالایی است. شاید در نگاه نخست این امر نوعی وسواس در زمینه بازاریابی لحاظ شود، اما در مقیاسی وسیع امکان تاثیرگذاری مناسبی بر روی مخاطب هدف به ارمغان خواهد آورد. هر برند براساس ماهیت فعالیت و سابقه‌اش در زمینه تعامل با مشتریان امکان طراحی پیام بازاریابی منحصر به فرد بردش را خواهد داشت. نکته مهم در این میان توجه به نحوه تعامل با مخاطب هدف است بنابراین در زمینه طراحی پیام بازاریابی علاوه بر ماهیت پیام باید به نحوه تعامل با مخاطب هدف نیز توجه ویژه‌ای داشت.

شود تعامل مشتریان با برندها دارای پیام‌های بسیار زیادی است. برخی از برندها در زمینه بازاریابی به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر آنها هستند. این امر در بلندمدت باعث بی‌توجهی به دریافت بازخورد مخاطب هدف و حتی ایجاد امکاناتی برای گفتوگو با آنها می‌شود.

مهمترین مسئله در زمینه بازاریابی و طراحی پیام در این حوزه مربوط به نحوه جلب نظر مخاطب هدف است. تمام فعالیت‌های بازاریابی در نهایت با هدف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف صورت می‌گیرد بنابراین در صورت ناکامی برندها برای موفقیت در این عرصه تمام زحمات و سرمایه‌گذاری‌های نتیجه خواهد ماند.

امروزه بسیاری از برندها در زمینه کسب و کار فقط به دنبال فروش بیشتر هستند. این امر شرایط بسیار دشواری برای آنها ایجاد می‌کند. با این حساب باید نسبت به جلب نظر مخاطب هدف به پیام‌های بازاریابی توجه ویژه‌ای داشت. اشتباه برندها در زمینه تمرکز کم صرف بر روی فروش اغلب موجب ناتوانی برای گذشتار به روی موفقیت هدف برای تبدیل‌شان به مشتریان وفادار می‌شود. هویت برند امکان ارتباط شخصی و عمیق با مخاطب هدف را ایجاد می‌کند. یکی از بهترین راهکارها برای نمایش هویت برند طراحی پیام‌های بازاریابی جذاب است. در ادامه برخی از مهم‌ترین نکات در این زمینه به طور جزئی و دقیق مورد بررسی قرار خواهد گرفت. سپس به بررسی برخی از مثال‌های موفق در زمینه طراحی پیام برند خواهیم پرداخت.

ساختار پیام برند

فهم دقیق از پیام برند باید براساس هویت برند صورت گیرد. امروزه برندهای بسیار زیادی در عرصه کسب و کار مشغول به فعالیت هستند. شاید در نگاه نخست میان برندهای مختلف شباهت قابل توجهی وجود داشته باشد، اما در بحث هویت برند تفاوت‌های معناداری مشاهده می‌شود. همین امر موجب تفاوت برندها در عرصه کسبب و کار و سوء‌گیری مشتریان به سوی برندهای مختلف می‌شود. اگر بحث هویت برند را از عرصه کسب و کار حذف کنیم، تمام برندها بیش از اندازه به هم شبیه خواهند شد. نتیجه این امر ناتوانی برای درک تفاوت میان برندها خواهد بود. برخی از مهم‌ترین نکات در زمینه ساختار پیام برند به شرح ذیل است.

۱.شناخت هویت برند

طراحی پیام‌های جذاب باید از یکسو در تعامل با سلیقه مخاطب هدف و از سوی دیگر هویت برند باشد. اگر یکی از حوزه‌های موردنظر کاستی داشته باشد، تمام فرآیندهای برند با مشکل مواجه خواهد شد. ایراد اصلی بسیاری از برندها در این راستا ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس هویت‌شان است. شاید در نگاه نخست استفاده از هویت برند کار ساده‌ای به نظر برسد، اما اغلب برندها آگاهی دقیقی از هویت برندنشان ندارند همین امر موجب ناتوانی آنها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای ساده و عمیق می‌شود. برخی از پرسش‌های مهم در زمینه شناسایی هویت برند دارای اهمیت بالایی است. امروزه بسیاری از برندها امکان شناسایی هویت برندنشان براساس طرح پرسش‌های کاربردی را دارند. به پرسش‌های ذیل توجه نمایید:

- رقبای اصلی برند شما کدامند؟
- ارزش‌های منحصر به فرد کسب و کار شما در مقایسه با رقبای چیست؟
- پیام‌های قبلی برند شما چه تاثیری بر روی مخاطب هدف داشته است؟
- چه نوع پیام‌های بازاریابی تاثیرگذاری بهتری بر روی مخاطب هدف دارد؟
- وضعیت فعالیت رقبای در زمینه بازاریابی و طراحی پیام در این حوزه چگونه است؟

- مخاطب هدف شما چه کسانی هستند؟

ایستگاه بازاریابی

تکنیک‌های افزایش فروش بیمه عمر

همواره درخصوص فروش بیمه عمر سوالات زیادی پرسیده می‌شود؛ سوالاتی از این دست که چگونه می‌توان میزان فروش این بیمه‌ها را افزایش داد؟

از آنجایی که افراد زیادی به اهمیت این بیمه‌ها پی نبرده‌اند یا میزان ضرورت آن برای زندگی را نمی‌دانند در اغلب اوقات، استقبال خوبی از این بیمه‌ها به عمل نمی‌آید. هر زمان که اقدام به تبلیغات یا فروش بیمه‌های عمر می‌کنید بسیاری از مشتریان و افراد لزوم داشتن چنین بیمه‌ای را درک نمی‌کنند. به همین دلیل کارگزارانی که به ارائه خدمات بیمه عمر مشغول هستند همواره با مشکل جذب مشتریان دست و پنجه نرم می‌کنند. به همین دلیل موضوع این مقاله را به ارائه راهکارهایی برای افزایش فروش بیمه عمر اختصاص داده‌ایم.

۱- کشف نقاط قوت

بسیاری از بیمه‌ها در کشف نقاط قوت خود نمی‌توانند به خوبی عمل کنند. یکی از روش‌هایی که به شما کمک می‌کند به درستی بتوانید نقاط قوت خود را کشف کنید، این است که به زمان‌هایی که میزان فروش شما بالا بوده است دقت کنید. چه عاملی موجب شده بود تا میزان فروش‌تان افزایش پیدا کند؟ آیا دادن اطلاعات کافی درخصوص بیمه عمر برای مشتریان موثر بوده است؟ آیا انتخاب زمان و مکان مناسب برای تبلیغات بیمه عمر اثرگذار بوده است؟ به نظر مشاوره بازاریابی، توجه به هر کدام این عوامل موجب می‌شود نقاط قوت خود را پیدا کنید. پس یک تاریخچه فروش تهیه کنید و زمان‌هایی که موفق به میزان فروش بالا شده‌اید را در آنها مشخص کنید. همچنین عوامل و عناصری که موجب شده بود تا میزان فروش ما افزایش پیدا کند نیز کشف کنید. با کشف این عوامل می‌توانید به عنوان نقاط قوت‌تان به آنها تکیه کنید و همچنان عملکرد موثقی داشته باشید.

۲- کشف نقاط ضعف

به همان اندازه که کشف نقاط قوت شما مهم است، کشف نقاط ضعف نیز از اهمیت زیادی برخوردار است چراکه این نقاط یا عوامل دقیقاً همان چیزی هستند که باید به فکر تغییر و اصلاح آنها باشید. تا زمانی که موفق به اصلاح این عوامل نشده‌اید نمی‌توانید در زمینه فروش موفق باشید. می‌توانید برای کشف این عوامل، با مشتریان خود مصاحبه‌هایی را ترتیب دهید و یا نظرسنجی‌هایی را راه‌اندازی کنید و اطلاعات حاصل از این نظرسنجی‌ها و مصاحبه‌ها را در اصلاح روش خود در فروش بیمه به کار ببرید.

۳- ایجاد علاقه در مشتریان

شما هر محصولی که به مشتریان عرضه می‌کنید تا زمانی که علاقه‌مندی کافی در مشتریان ایجاد نکنید آنها به سمت خرید کردن سوق پیدا نمی‌کنند. شما خودتان را به جای مشتریان‌تان فرض کنید، چه چیزی می‌تواند شما را ترغیب کند تا از خدمات بیمه عمر استفاده کنید؟ تا زمانی که ضرورت این کار را ندانید به هیچ عنوان برای خرید آن اقدامی نخواهید کرد. پس سعی کنید اطلاعات کافی درخصوص مزایای این بیمه در اختیار مشتریان قرار دهید. از امکانات تبلیغاتی مناسب استفاده کنید و ضرورت داشتن این بیمه را به درستی به آنها نشان دهید.

۴- ایجاد اعتماد

یکی دیگر از عناصر بسیار مهم در جلب مشتریان، ایجاد اعتماد بین طرفین است. مشتریان باید بتوانند به شما و تعهداتی که می‌دهید اعتماد کنند. همچنین آنها نیاز دارند بدانند پولی که صرف خرید این بیمه شده و به نوعی پیش خرید کرده‌اند می‌تواند برای آنها تضمین مناسبی باشد. در نتیجه، لازم است اعتماد لازم و کافی را در میان آنها ایجاد کنید و هر آنچه آنها نیاز دارند تا به شما و خدمات‌تان اعتماد کنند در اختیارشان قرار دهید.

منبع: qmpmarketing



تقویت خلاقیت در تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی



به قلم: جودیت اولاری کارشناس روابط عمومی
ترجمه: علی‌آعلی

مشاهده فعالیت تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی در شرکت‌های مختلف همیشه جذاب است. اگر شما نسبت به این نکته توجه نشان دهید، فعالیت یکسان و مشابه بسیاری از تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی نظراتان را جلب خواهد کرد. متأسفانه امروزه عنصر خلاقیت در عرصه کسب و کار به ندرت یافت می‌شود. همین امر تفاوت میان برندهای موفق و شکست‌خورده را تعیین می‌کند. بدون تردید برخی از بازاریاب‌ها و کارشناس‌های روابط عمومی به طور طبیعی دارای انگیزه و توانایی فعالیت خلاقانه هستند. با این حال چنین امری برای تمام اعضای تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی قابل ملاحظه نیست بنابراین نیاز به تقویت توانایی خلاقیت این دسته از کارمندان به شدت احساس می‌شود. در مقاله کنونی هدف اصلی بررسی برخی از راهکارهای ساده برای تقویت توانایی خلاقیت کارمندان است. در ادامه نکات موردنظر را به صورت جداگانه مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. مطالعه، مشاهده و الگوبرداری

مطالعه یکی از نکات مهم برای موفقیت در عرصه بازاریابی و روابط عمومی است. بسیاری از تیم‌های فعال در حوزه‌های فوق به دلیل کاهش زمان‌های لازم برای مطالعه و پژوهش در زمینه تخصصی‌شان با فقدان ایده‌های تازه مواجه می‌شوند. بدون شک مشاهده افول تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی موفق امر دشواری است. تیم ارشد مدیران شرکت باید نسبت به تقویت انگیزه اعضای تیم بازاریابی و روابط عمومی برای مطالعه بهتر و دقیق‌تر در زمان‌های لازم اقدام نمایند. در غیر این صورت تاثیرگذاری بر روی آنها به شدت دشوار خواهد شد. متأسفانه امروزه برخی از برندها نسبت به این نکته مهم توجه لازم را ندارند بنابراین تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی برای سال‌های متمادی بدون ایجاد تغییرات در نحوه مطالعه‌شان به فعالیت ادامه می‌دهند.

اگر مطالعه امر دشواری محسوب می‌شود، یکی از ایده‌های ساده‌تر مربوط به مشاهده نحوه فعالیت دیگر برندهاست. نکته مهم در این

میان توجه به برندهای بزرگ و موفق است. در غیر این صورت برندها با مشکلات بسیار زیادی برای مدیریت وضعیت برندشان مواجه خواهند شد. یادگیری نکات تازه از دیگر برندها همیشه ایده جذابی محسوب می‌شود. این امر برای برندهای تازه تاسیس با تعداد اعضای اندک در تیم بازاریابی و روابط عمومی تاثیرگذارتر خواهد بود بنابراین باید همیشه از یادگیری نکات تازه از طریق مشاهده عملکرد دیگران استقبال کرد.

۲. کنجکاوی در مورد تمام جزئیات

برانگیختن احساس کنج‌کاوی اعضای تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی بهترین راهکار برای تقویت توانایی ایده‌پردازی خلاقانه در آنها خواهد بود. تمام کمپین‌های بازاریابی موفق در طول زمان با همین شیوه طراحی و روانه بازار شده‌اند. شاید در نگاه نخست این امر دشواری‌های بسیار زیادی برای برندها به ارمغان بیاورد، اما در صورت ترغیب کارمندان به صورت درست نتیجه فرایند عالی خواهد بود. توجه به نکات مختلف کسب و کار در حوزه‌های مختلف دارای اهمیت است. به عنوان مثال، تیم‌های روابط عمومی باید نسبت به تمام اظهارنظرهای مشتریان کنج‌کاوی به خرج دهند. در غیر این صورت شرایط برای فعالیت آنها به شدت دشوار خواهد شد.

۳. همکاری با شرکای خلاق

شرکت در زمینه کسب و کار از دیرباز مدنظر کارآفرینان بوده است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای بازاریاب‌ها و کارشناس‌های روابط عمومی نیز دارد. اگر تیم‌های موردنظر در زمینه فعالیت خلاقانه با مشکل مواجه هستند، باید به سرعت نسبت به همکاری با افراد یا سایر تیم‌های حرفه‌ای اقدام نمایند. در غیر این صورت وضعیت به شدت دشواری برای بهبود عملکردشان خواهند داشت.

برخی از تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی به دلیل تاخیر در زمینه همکاری با تیم‌های حرفه‌ای و یادگیری نکات تازه برای همیشه از عرصه کسب و کار حذف شده‌اند. این نکته باید همیشه مدنظر بازاریاب‌ها و به طور کلی تمام اعضای تیم‌های کاری قرار گیرد. شرکت با دیگران اصول و قواعد خاصی دارد. اگر کسب و کارها به این نکته توجه نداشته باشند، به سرعت با مشکلاتی در زمینه ادامه همکاری مواجه خواهند شد. نگارش متن مربوط به همکاری در

۴ استراتژی جهت ارتقای عملکرد تیم فروش

به نحوی رفتار کنید که فرصتی برای این امر وجود داشته باشد. در کنار این موضوع نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید افراد را در کار خود آزاد بگذارید. درواقع در قالب تیم کار کردن نباید باعث نادیده گرفته شدن توانایی‌های فردی شود.

۲-واقع‌بینی

بسیاری از مدیران از تیم خود انتظاراتی را دارند که بیش از حد خوش‌بینانه محسوب می‌شود. برای مثال ممکن است محصول شما توان رقابت با بهترین برندهای بازار را نداشته باشد. تحت این شرایط تیم فروش قادر به خلق یک معجزه نخواهد بود. درواقع شما باید یک شبه موفق شدن را رها کرده و به دنبال یک روند رو به رشد مداوم باشید. با این اقدام پس از چند سال شاهد تغییرات فوق‌العاده در شرکت خود خواهید بود. همچنین ضروری است تا به تیم شرکت اجازه دهید تا با سایر بخش‌ها ارتباط مستقیم داشته باشند. این امر باعث خواهد شد تا آنها بتوانند بهترین برنامه‌ریزی ممکن را داشته باشند.

۳-استفاده از تکنولوژی

بدون در اختیار داشتن ابزار مناسب، انجام هر اقدامی بیش از حد سخت خواهد بود. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته

ابتدای شروع کار اهمیت بالایی دارد. اگر هیچ‌کدام از طرفین نسبت به این موضوع مهارت بالایی ندارند، باید نگارش متن همکاری با کمک کارشناس‌های خبره صورت گیرد. در غیر این صورت وضعیت کسب و کارها به شدت دشوار خواهد شد.

۴. توجه به محیط اطراف

ایده گرفتن از محیط اطراف جذابیت‌های خاص خود را دارد. بسیاری از برندها نسبت به این نکته توجه کافی ندارند. همچنین برخی از برندها نسبت به فعالیت مناسب و ایده‌پردازی خلاقانه از مشتریان‌شان کمک می‌گیرند. تمام این نکته بستگی به میزان توجه برندها به محیط اطراف‌شان دارد. برخی از برندها به طور مداوم محیط اطراف‌شان را مورد بی‌توجهی قرار می‌دهند. بدون تردید در چنین شرایط نمی‌توان انتظار همکاری مناسب مشتریان با برند را داشت.

نحوه تعامل و همکاری میان تیم‌های کاری مختلف دارای اهمیت بالایی است. برخی از برندها در این زمینه به طور مداوم با مشکل مواجه هستند. الگوبرداری از دیگر برندها در این زمینه همیشه راهکار مناسبی محسوب می‌شود بنابراین اگر برند شما در زمینه همکاری با مشتریان مشکلات اساسی دارد، باید بازنگری اساسی در زمینه روابط عمومی یا دست‌کم الگوبرداری از برندهای موفق نماید. در غیر این صورت مشکلات برند به طور مداوم ادامه خواهد یافت.

۵. تقویت انعطاف‌پذیر سازمانی

انعطاف‌پذیری سازمانی اهمیت بسیار زیادی در زمینه فعالیت برندها دارد. متأسفانه برخی از برندها نسبت به ایجاد این نکته مهم بی‌توجه هستند. اعضای تیم بازاریابی و روابط عمومی همیشه با خطر خستگی مفرط یا مشاهده روندهای تکراری و کاهش انگیزه مواجه هستند. اگر یک برند با شرایط موردنظر مواجه شد، باید به سرعت نسبت به بهبود وضعیت انعطاف‌پذیری سازمانی اقدام نماید. یکی از ساده‌ترین نکات در زمینه تغییر ساعت‌های کاری و امکان حضور براساس ساعت‌های دلخواه اعضای تیم است. همچنین باید نسبت به امکانات در دسترس تیم‌های مختلف نیز توجه داشت. اگر امکانات یک تیم بسیار بیشتر از سایر تیم‌ها باشد، شمار بالایی از کارمندان انگیزه فعالیت‌شان را از دست خواهند داد.

منبع: prdaily.com

باشید این است که تکنولوژی‌های جدید، به معنای انجام کارها در مدت زمانی به مراتب کمتر و با سهولت بالاتر خواهد بود. تحت این شرایط شما می‌توانید تیم شرکت را در یک موقعیت فوق‌العاده خوب قرار دهید. در کنار این موضوع نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که بدون وجود امکانات مناسب، شما شانس برای جذب بهترین بازاریاب‌ها و متخصصان فروش را نخواهید داشت.

۴-ایجاد انگیزه

نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید انگیزه لازم را در تیم خود ایجاد نمایید. برای مثال ممکن است بنا به دلایل مختلف، انگیزه فعالیت در تیم شما کاهشی شدید را پیدا کند. تحت این شرایط شما می‌توانید جوایزی را تعیین نمایید تا آنها به سمت جلو، سوق پیدا کنند. در کنار این موضوع فراموش نکنید که حداقل چند روز در هفته را به صورت دورکاری با تیم فروش خود همکاری داشته باشید. این امر باعث خواهد شد تا آنها فرصت کافی برای انجام تحقیقات خود، داشته باشند.

منبع: smallbiztrends.com

۱-به‌روز رسانی مداوم

تیم شرکت باید توان به‌روز کردن خود با تغییرات جدید را داشته باشد. در این راستا آنها باید زمان کافی برای ارتقای سطح خود و انجام انواع تحقیقات را داشته باشند. به همین خاطر در برنامه‌ریزی آنها باید

چرا رابطه ما با دور کاری به عشق و نفرت تبدیل شده؟

از زمان همه‌گیری کرونا بسیاری از کارمندان در منزل و به صورت دور کاری فعالیت می‌کنند. بسیاری از افراد شاغل بعد از شش ماه بالاخره توانسته‌اند با شرایط جدید خو بگیرند ولی بسیاری هنوز با دور کاری مشکل دارند.

تحقیقات انجام شده روی وضعیت پرسنل دور کار شرکت‌هایی در ایالات متحده، استرالیا، نیوزیلند و اروپا نشان می‌دهد که دور کاری باعث شده برخی کارمندان احساسات متفاوت و جدیدی نسبت به کار خود تجربه کنند.

دور کاری بسیاری از چالش‌ها و مسائل حضور فیزیکی در محل کار را ندارد ولی کارمندان دور کار با مسائل و چالش‌های جدیدی روبه‌رو هستند که قبلا چنین وضعیت‌هایی را تجربه نکرده بودند.

در شرایط دور کاری، مدیران مجموعه‌ها شاید نتوانند مانند گذشته احساسات نیروهای خود را درک کنند و آنها را مورد حمایت قرار دهند، اما چرا برخی دور کاری را می‌پسندند و برخی حضور فیزیکی در محیط کار را؟

چرا برخی به دور کاری علاقه بیشتری دارند؟

بسیاری از کارمندان تمایل دارند مسئولیت‌های محوله را از منزل و به صورت دور کاری انجام بدهند. برخی دلایل چنین تمایلی به شرح ذیل است:

کار موثرتر و زندگی بهتر: دور کاری باعث می‌شود زمانی برای رفت و آمد صرف نشود و کارمندان دور کار می‌توانند زمان بیشتری را با خانواده خود بگذرانند و زمان بیشتری برای آشپزی، ورزش، مطالعه و کارهای این‌چنینی دارند. دور کاری به کارمندان کمک می‌کند تا بتوانند برنامه منعطف‌تری در زندگی داشته باشند.

افزایش بهره‌وری: فضای خانه برای بسیاری از کارمندان دور کار، محیط راحت‌تری نسبت به محیط کار است و ترجیح می‌دهند در منزل کار کنند. گاهی اوقات در محل کار، عوامل متعددی باعث حواس‌پرتی نیروهای کاری می‌شود ولی در منزل کارایی بیشتری دارند. تحقیقات «مک کنزی» نشان می‌دهد که ۴۱ درصد از افرادی که در منزل دور کاری می‌کنند، بازدهی و کارایی بیشتری نسبت به نیروهایی دارند که در محل کار حضور فیزیکی دارند.

فرصت‌های جدید: دور کاری برای برخی تیپ‌های شخصیتی هم مفید است. مثلا افراد درونگرا که اغلب در محیط کار ممکن است نادیده گرفته شوند، در شرایط دور کاری به خوبی می‌توانند توانمندی‌های خود را به نمایش بگذارند. در دور کاری، خروجی و کیفیت کار حرف اول را می‌زند. امیدواری: وقتی کارمندان بیشتر ساعات روز را در محیط کار نباشند، احساس می‌کنند از زمان و انرژی خود بهتر استفاده می‌کنند و چشم‌اندازهای بهتری برای آینده خود ترسیم می‌کنند. در منزل، زمان بیشتری را صرف مراقبت و توجه به خود می‌کنند و زمان بیشتری را با فرزندان و خانواده می‌گذرانند. در محیط کار، فشار و استرس بالایی روی برخی کارمندان است که در دور کاری این وضعیت‌ها به حداقل می‌رسد.

برخی نیز معتقدند که نمی‌توان همه کارها را به صورت دور کاری انجام داد و تمایل ندارند که در منزل کار کنند. فشار کاری بیشتر و مسئولیت‌های اضافی: والدینی که در منزل دور کاری می‌کنند، تحت فشار فرزندان و خانواده هستند و مسئولیت‌های بیشتری را باید به انجام برسانند. وقتی در محل کار بودند، فقط مسئولیت‌های شغلی را انجام می‌دادند ولی در منزل باید همزمان هم به کارهای خانه و هم مسئولیت‌های شغلی خود برسند.

تنهایی: طبق بررسی‌های انجام شده در سال ۲۰۱۹، در حدود ۳۶ میلیون آمریکایی (حدود ۲۸درصد از خانواده‌ها) تنها زندگی می‌کنند. محیط کار، فرصتی برای رهایی از تنهایی این افراد ایجاد می‌کند. در شرایط قرنطینه و دور کاری، چنین افرادی با معضل تنهایی باید کنار بیایند که کار ساده‌ای هم نیست. کنار آمدن با احساسات مختلف: شرایط قرنطینه فشار روانی خاصی برای اکثر مردم به وجود آورده است. در تنهایی و دور کاری ممکن است فرصتی برای فکر کردن به مشکلات مختلف اعم از بیماری، سیل، بلایای طبیعی و ... ایجاد شود. در واقع احساسات مختلفی برای فرد به وجود می‌آید که باید با همه آنها کنار بیاید.

مدیران کسب و کار در چنین شرایطی چه مسئولیتی برعهده دارند؟

در کنار نیروهای دور کار، مدیران مجموعه‌های کاری هم قرار دارند که باید بتوانند کسب و کار خود را در چنین شرایطی به شکل موفقیت‌آمیزی اداره کنند. مدیران مجموعه‌ها در چنین شرایطی بهتر است برخی راهکارها را در پیش بگیرند: انعطاف‌پذیری: دور کاری شرایط خاص خودش را دارد و مدیران باید بتوانند شرایط کاری انعطاف‌پذیری را برای نیروهای دور کار در نظر بگیرند. ممکن است والدین شاغل نتوانند مثل گذشته در همان ساعات اداری سنتی مشغول به کار شوند. در نتیجه بهتر است تایم کاری انعطاف‌پذیری برای این افراد در نظر گرفته شود.

گوش دادن به صحبت‌های کارمندان: بسیاری از کارمندان در چنین شرایطی ترس از دست دادن شغل خود را دارند. شرایط سخت اقتصادی و همه‌گیری کرونا باعث شده، امنیت شغلی برای بسیاری بی‌معنا شود. مدیران مجموعه‌ها باید فضایی را ایجاد کنند که پرسنل شان بتوانند به راحتی در مورد مسائل و مشکلات خود با آنها صحبت کنند.

تشویق به استراحت: وقتی روی همه اقشار جامعه فشار مضاعف بیماری هم وجود دارد، مدیران باید به سلامت ذهنی کارمندان خود توجه نشان دهند و زمان‌هایی را به پرسنل کاری دور کار، استراحت بدهند.

دور کاری می‌تواند مزایا و معایب خاص خودش را داشته باشد، اما آنچه مسلم است باید فرهنگ دور کاری را یاد بگیریم تا این مرحله نیز با موفقیت بگذرد.

منبع: digiato

به قلم: آئی پیلون کارآفرین

مترجم: امیر آل‌علی

درست زمانی که قصد داشتیم تا به یک کارآفرین تبدیل شوم، در تلاش برای پیدا کردن ویژگی‌های این افراد بودم. درواقع با آگاهی از این موارد تنها کافی است تا آنها را وارد عادت‌های رفتاری خود نمایید. با این اقدام شایستگی لازم جهت قرار گرفتن در رده کارآفرین‌های موفق را به دست خواهید آورد، با این حال در این رابطه تنها باید به دنبال موارد مشترک بود. درواقع این امر طبیعی است که برخی از افراد عادت‌های خاصی داشته باشند که با توجه به شخصیت متفاوت آنها است و تحت این شرایط استفاده از آنها ایدا نتیجه خوبی را به همراه نخواهد داشت. با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که عادت‌های مشترک کارآفرین‌ها کدامند؟ در ادامه ۱۸ مورد از آنها را که حاصل تحقیق چند ساله بر روی هزاران کارآفرین موفق از سراسر جهان است، مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱-انتخاب مسیر اصلی

بدون شک برای هر فردی در طول زندگی، مسیرهای متعددی وجود دارد، با این حال واقعیت این است که تنها یکی از آنها بهترین گزینه برای شما خواهد بود. در این رابطه توجه داشته باشید که هیچ فردی دقیقا مشابه دیگری نبوده و لازم است تا با توجه به استعداد و علاقه خود تصمیم‌گیری نمایید. در این راستا حتی ممکن است کارآفرینی، بهترین شغل برای شما محسوب نشود. با این حال در مرحله نخست، شما باید توانایی تصمیم‌گیری را داشته باشید. درواقع این امر ممکن است حتی به چند سال زمان هم نیاز داشته باشد. در کنار این موضوع کارآفرین‌های موفق برای شروع کار خود به امکانات و حمایت خاصی نیاز نداشته و سریعاً می‌توانند اقدامات خود را شروع نمایند.

۲-دنبال کردن احساسات

در شرایطی که همواره تاکید می‌شود که از تفکر برای تصمیم‌گیری‌ها باید استفاده شود، با این حال راز موفقیت کارآفرین‌ها در اتخاذ تصمیم‌های فوق‌العاده این است که آنها تنها به این منبع محدود نبوده و به احساس خود نیز اعتماد دارند. این احساس ممکن است ناشی از تجربه و یا هر چیز دیگری باشد. در این راستا نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که یک کارآفرین موفق صرفاً به موقعیت شغلی یک حوزه کاری توجه نداشته و معیار اصلی برای او، علاقه است. این امر باعث می‌شود تا کار برای او معنای کاملاً متفاوتی را پیدا کند. درواقع شما نیز باید حوزه‌ای را انتخاب نمایید که به آن بالاترین علاقه را دارید. در کنار این مسئله نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که حتی یک حوزه نیز از زیرمجموعه‌های متعدد شکل گرفته است. به همین خاطر ضروری است تا در این رابطه نیز تصمیم‌گیری نمایید.

۳-عدم توجه به ترس

ترس تنها یک خطر برای هوشیاری بیشتر محسوب می‌شود. با این حال برای بسیاری از افراد به معنای پایان کار محسوب می‌شود. در این رابطه با اولین نشانه‌های ترس، همه چیز را رها کرده و به دنبال حوزه دیگری می‌روند. این امر در حالی است که کارآفرینی، اقدامی بسیار سخت بوده و نیاز به تلاش و اختصاص زمان دارد. تحت این شرایط تغییر مداوم شما تنها باعث می‌شود که در هیچ حوزه‌ای به عمق لازم دست پیدا نکنید. در این راستا باید با خود کاملاً صادق باشید. اگر تحمل سختی‌ها و شجاعت مقابله با ترس‌های آتی را ندارید، بهتر است که وارد این حوزه نشوید. در این رابطه تنها کافی است تا زندگی کارآفرینان موفق جهان را مطالعه کنید تا نسبت به سختی‌های این مسیر، به درک بهتری دست پیدا کنید. همچنین این نکته را فراموش نکنید که صرفاً کارآفرین شدن به معنای کسب ثروت بالا طی چند سال نبوده و آمارها نیز حاکی از آن است که بیش از نیمی از کارآفرین‌ها، به رده‌های بالا دست پیدا نمی‌کنند. به همین خاطر شما باید در تصمیم خود کاملاً جدی باشید.

۴-سازگاری با شرایط مختلف

از دیگر ویژگی‌های کارآفرینان موفق این است که می‌توانند خود را با شرایط مختلف به خوبی سازگار نمایند. در این رابطه فراموش نکنید که هیچ بازاری ماهیت ثابت نداشته و همواره احتمال بروز یک اتفاق پیش‌بینی نشده وجود دارد و نمونه بارز آن را می‌توان شیوع ویروس کرونا دانست. تحت این شرایط اگر قدرت تغییر سریع را نداشته باشید، بدون شک روزهای بسیار سختی را متحمل خواهید شد. در این راستا فراموش نکنید که بسیاری از کارآفرین‌ها به علت رفتارهای غیر حرفه‌ای خود، با فشار و استرس بیش از جدی مواجه هستند که بدون شک در سلامت آنها تاثیر منفی خواهد داشت. به همین خاطر باید به این نکته توجه داشته باشید که کارآفرینی به شخصیتی انعطاف‌پذیر نیاز دارد.

۵-حسن مسئولیت‌پذیری بالا

نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که با ایجاد یک برند شما مسئولیت‌های مختلفی را پیدا خواهید کرد. درواقع تنها آینده برند شما مطرح نبوده و تضمین سود سرمایه‌گذارها، وضعیت کارکنان و بسیاری مسائل دیگر وجود خواهد داشت. تحت این شرایط اگر فردی مسئولیت‌پذیر نباشید، بدون شک تجربه‌ای تلخ را خواهید داشت. در این راستا توصیه ما این است که از همین امروز تلاش کنید که با مسئولیت‌های حال حاضر خود برای آینده کاملاً آماده شوید. درواقع شما باید خود را درست به مانند یک مربی بدانید که نتیجه گرفتن و یا شکست تیم، کاملاً به شما بستگی خواهد داشت.

۶-ایجاد انگیزه

بدون شک سختی‌های راه می‌تواند هر فردی را خسته نماید. تحت

این شرایط چگونه می‌توان روحیه خود را حفظ کرد؟ در این راستا کارآفرین‌های موفق اقدامات جالبی را انجام می‌دهند. درواقع آنها برای خود و تیم شرکت جوایزی را تعیین می‌کنند که باعث شود تا انگیزه برای فعالیت چندین برابر شود. بدون شک تحت چنین شرایطی رسیدن به بالاترین نتایج، کاملاً امکان‌پذیر خواهد بود. در کنار این موضوع، نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که تعیین جایزه و جشن گرفتن صرفاً برای اقدامات بزرگ نبوده و می‌توان برای حتی کوچکترین اهداف نیز مورد استفاده قرار گیرد. درواقع یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرین‌های موفق این است که می‌توانند در کوتاه‌ترین زمان ممکن، روحیه تیم خود را ارتقا دهند.

۷-انتخاب بهترین‌ها

با توجه به این‌ا امر که تیم شرکت، بازوی اجرایی محسوب می‌شود. بسیار مهم است که بهترین‌ها را انتخاب کنید. در این راستا



کارآفرین‌های موفق این قدرت را دارند که افراد مناسبی را برای تیم خود انتخاب نمایند. درواقع آنها به خوبی ضعف‌ها را شناسایی کرده و افراد مناسب را برای پوشش هر یک از نیازها، انتخاب می‌کنند. در این راستا آنها معیارهای مشخصی برای تعیین افراد مناسب دارند. با این حال این توانایی تنها در انتخاب افراد تیم شرکت خلاصه نشده و انتخاب‌های دیگر را نیز شامل می‌شود. برای مثال آنها دوست، شریک تجاری و... را به خوبی انتخاب می‌کنند.

۸-مثبت‌گرایی

حتی یک نمونه کارآفرین موفق منفی‌باف را نمی‌توان پیدا کرد. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که مثبت‌گرایی به معنای خوش‌خیالی نبوده و تنها به این امر اشاره دارد که در مواجهه با هر شرایطی، نیمه پر لیوان را هم مشاهده نمایید. این امر در متوقف نشدن شما و تلاش برای پیدا کردن راه حل‌ها، کاملاً تاثیرگذار خواهد بود. درواقع تا زمانی که به موارد مثبت توجه داشته باشید، شانس پیدا کردن موقعیت‌های طلایی را نیز خواهید داشت. در این رابطه ویروس کرونا یک مثال کاملاً مناسب خواهد بود. درواقع در شرایطی که بسیاری شرایط فعلی را یک فاجعه می‌دانند و منتظر رفع آن هستند. بسیاری از شرکت‌ها حتی رشد‌های فوق‌العاده‌ای را نیز داشته‌اند.

۹-ایده‌سازی

تا زمانی که به دنبال کپی‌برداری از اقدامات سایرین باشید، یک کارآفرین موفق نخواهید بود. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که ایده‌های شما باید با توجه به دانش، مشورت و سایر اقدامات صورت گیرد. درواقع اگر صرفاً به ایده‌پردازی توجه داشته باشید، بدون شک سختی خاصی را متوجه خواهید بود. در این حال خلق ایده‌های جدید و کاربردی، امری کاملاً دشوار خواهد بود. به همین خاطر شما باید قدرت تشخیص ایده‌های مناسب و ضعیف را داشته باشید. در این راستا تنها به خودتان نیز محدود نباشید. درواقع حتی ممکن است یک کارمند معمولی شرکت، ایده‌ای بسیار خوب را داشته باشد. به همین خاطر ایدا نباید غرور کاذبی را در این زمینه داشته باشید.

۱۰-مواجهه درست با بحران

در شرایطی که بحران برای افراد عادی یک فاجعه محسوب می‌شود، برای کارآفرین‌ها یک فرصت طلایی است. درواقع در چنین شرایطی اکثر کسب و کارها با توقف اقدامات مواجه می‌شوند. تحت این شرایط فرصتی طلایی برای پیشرفت شکل خواهد گرفت. با این حال نحوه انجام این کار امری کاملاً دشوار بوده و ممکن است انتخاب‌های شما با نتیجه لازم همراه نباشد. به همین خاطر اگر ترس از شکست را نیز دارید، بدون شک به یک کارآفرین خوب تبدیل نخواهید شد. در این راستا نیز تنها به توانایی خود اتکا نکرده و بهتر است که اقدامات انجام

شده از سوی برندهای موفق حوزه خود در شرایط بحرانی را مورد بررسی قرار دهید.

۱۱-توجه به اصل کمک کردن

یک کارآفرین موفق بدون آنکه احساس بدی را پیدا کند، در تلاش برای ارتقای سطح تیم خود خواهد بود. در این راستا شما باید روحیه کمک کردن بالایی را داشته باشید. با این حال این امر تمام ماجرا نبوده و شما باید نسبت به کمک کردن دیگران نیز واکنش خوبی را داشته باشید. درواقع این امر ضعف بزرگ بسیاری از کارآفرین‌ها محسوب می‌شود که کمک کردن دیگران را نشانه ضعف تلقی می‌کنند. این امر در حالی است که هر فردی فارغ از جایگاه خود، به کمک دیگران نیاز خواهد داشت.

۱۲-استراحت کافی

اگرچه ممکن است یک کارآفرین موفق را فردی تصور کنید که زندگی را صرف کسب و کار خود کرده است، با این حال واقعیت این است که این افراد به خوبی می‌دانند که برای حضوری طولانی‌مدت در حوزه کاری خود و فعالیت چندین ساله، لازم است تا به حفظ سلامت توجه ویژه‌ای را داشته باشند. همچنین آنان به خوبی می‌دانند که افراد تحت فشار زیاد، بهترین عملکرد را نخواهند داشت. تحت این شرایط آنها نه تنها برای خود استراحت کافی را ایجاد می‌کنند، بلکه برای تیم شرکت نیز چنین شرایطی را می‌خواهند. در این راستا فراموش نکنید که شما باید به خوبی بدانید که به چه حجم از استراحت نیاز خواهید داشت. در این راستا نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که تنها خود شما مطرح نبوده و لازم است تا به خانواده نیز توجه داشته باشید. درواقع هیچ دستاوردی اگر منجر به رها کردن خانواده شود، ارزشمند نخواهد بود. در کنار این موضوع فراموش نکنید که کارآفرینی یک شغل ۲۴ ساعته نبوده و شما حتی می‌توانید مرخصی نیز بگیرید که امری کاملاً الزامی خواهد بود.

۱۳-تمرکز بر روی اهداف

هر فردی در طول روز خود می‌تواند اقدامات متعددی را انجام دهد، با این حال برای فردی که هدف دارد، این مسئله کاملاً محدود خواهد شد. در این راستا یک کارآفرین موفق باید قدرت متمرکز ماندن بر روی اهداف خود را داشته باشد. در غیر این صورت نتایج جالبی را به دست نخواهد آورد. در این راستا ممکن است هدف شما تبدیل شدن به بهترین برند بازار باشد. تحت این شرایط دیگر پیشنهاد‌های خرید شرکت، انجام اقدامات متفرقه و هر تصمیم‌گیری نباید در ذهن شما جایی داشته باشد. درواقع یک کارآفرین موفق باید قدرت کنار زدن مواردی که منجر به از دست رفتن تمرکز او می‌شود را داشته باشد.

۱۴-برنامه‌ریزی مداوم

آیا تصور می‌کنید که برنامه‌ریزی تنها به اقدامات اختصاص دارد؟ بدون خنک پاسخ منفی بوده و در این رابطه لازم است تا به دنبال برنامه‌ریزی برای هر اقدامی باشید. این امر باعث خواهد شد تا بهترین استفاده را از زمان نیز داشته باشید. درواقع رسیدن به حتی کوچکترین اهداف و خواسته‌ها بدون برنامه‌ریزی، بسیار سخت خواهد بود. در این رابطه اگر قدرت برنامه‌ریزی خوبی را نداشته باشید، بدون شک هنوز به یک کارآفرین مناسب تبدیل نشده‌اید.

۱۵-یادگیری مداوم

ممکن است با کسب موفقیت‌هایی تصور کنید که در شرایط آرمانی قرار دارید. با این حال یک کارآفرین موفق به خوبی می‌داند که برای هیچ حوزه‌ای نقطه پایان وجود نداشته و این امر باعث می‌شود تا آنها به سمت مطالعه و کسب دانش به صورت مداوم، سوق پیدا کنند. نکته دیگری که در این زمینه باید به آن توجه داشته باشید این است که منابع یادگیری بسیار متنوع بوده و نباید خود را صرفاً به کتاب‌ها محدود نمایید. درواقع حتی منشورت گرفتن از یک کارآفرین باتجربه نیز یکی از اقدامات مناسب در این زمینه محسوب می‌شود.

۱۶-رفتارهای اجتماعی

ممکن است تصور کنید که کارآفرین‌ها افرادی منزوی هستند. با این حال واقعیت این است که آنها قدرت ارتباطی بسیار خوبی دارند. این امر باعث می‌شود که تقریباً بتوانند با هر فردی ارتباط لازم را برقرار نمایند. این امر باعث می‌شود تا دایره روابط آنها گسترده باشد که بدون شک در موفقیت‌های کاری آنها نیز تاثیرگذار خواهد بود. در این راستا برخی از کارآفرین‌ها به حدی خوب عمل می‌کنند که پس از مدتی به نوعی کاریزما دست پیدا می‌کنند.

۱۷-تاثیر اولیه مثبت

آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که در برخورد اول خود چه تاثیری را بر روی افراد می‌گذارید؟ این امر درست نکته‌ای است که کارآفرین‌های موفق به آن توجه داشته و تلاش می‌کنند تا تاثیر بسیار خوبی را داشته باشند. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که تاثیر اولیه مثبت حتی برای کارمندان نیز ضروری خواهد بود. این امر باعث خواهد شد تا از انتخاب خود، رضایت بالایی را به دست آورند.

۱۸-توجه به اصل کار تیمی

در شرایطی که بسیاری از کارآفرین‌ها در تلاش برای انجام اکثر کارها به تنهایی هستند، کارآفرین‌های موفق به دنبال انجام اقدامات با کمک و همکاری سایرین بوده و این امر باعث می‌شود تا فشار بیش از حدی را متحمل نشده و اقدامات به خوبی میان افراد تیم پخش شود. در این راستا فراموش نکنید که حتی انتخاب یک جانشین، به معنای کاهش قدرت شما نبوده و لازم است تا تفکرات خود را نیز به سطح حرفه‌ای نزدیک‌تر نمایید. منبع: smallbiztrends.com

مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان بیان کرد:

گزارش شش ماهه تولید و مصرف برق در خوزستان



اهواز – شش‌بم قجاوند: مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان با بیان اینکه در نیمه نخست سال جاری ۲۵ هزار و ۹۳۸ گیگاوات ساعت برق در خوزستان تولید شده، بیان کرد: انرژی مصرفی در شش ماهه اول سال ۹۹ برابر با ۲۴ هزار و ۸۱۲ گیگاوات ساعت بوده که نشان دهنده حدود ۴.۲۵ درصد افزایش مصرف انرژی نسبت به مدت مشابه در سال قبل است. فرامرز شادفر گفت: نیروگاه های حرارتی و سیکل ترکیبی ۵۸.۴ درصد، نیروگاه های برق آبی ۴۱ درصد و نیروگاه های تولید پراکنده ۰.۶ درصد تولید برق استان را در این بازه زمانی انجام دادند. وی تصریح کرد: از ۱۵ هزار و ۱۶۳ گیگاوات ساعت برق تولیدی نیروگاه های حرارتی و گازی ۴۲ درصد توسط بخش دولتی (نیروگاه رامین و ماهشهر) و ۵۸ درصد توسط بخش خصوصی (نیروگاه های زرگان، آبادان، خرمشهر، مپهان و فجر) تولید شده است. مدیر بازار شرکت برق منطقه ای خوزستان افزود: نیروگاه های حرارتی و گازی استان در این دوره به طور متوسط در هر روز حدود ۸۱ گیگاوات ساعت برق تولید و به شبکه تحویل داده اند. شادفر ادامه داد: پیک شهرویه ماه سال جاری هفت هزار و ۸۸۹ مگاوات بوده که نسبت به پیک بار در مدت مشابه سال قبل حدود ۱.۳۳ درصد کاهش داشته است. بنابر این گزارش، ظرفیت منصوبه تولید نیروی برق استان خوزستان در بخش انتقال برابر ۱۳ هزار و ۱۹۶ مگاوات ساعت بوده که ظرفیت منصوبه در بخش آبی برابر هشت هزار و ۱۶۹ مگاوات و در بخش حرارتی پنج هزار و ۲۷ مگاوات است. ۶۵ مگاوات نیز در بخش DG (تولید پراکنده) ظرفیت وجود دارد.

حضور سرپرست شرکت گاز استان گلستان در آیین متمرکز اهدا هزار جلد اسناد مالکیت واحد های مسکونی



گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مهندس علی طالبی سرپرست شرکت گاز استان گلستان همراه با مدیران ارشد استان در آیین متمرکز اهدا هزار جلد اسناد مالکیت واحد های مسکونی توسط بنیاد مسکن که در روستای کلاجان قاجار برگزار شد حضور یافت. این مراسم با حضور دکتر هادی حق شناس استاندار گلستان ، دکتر رضایی رییس کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی و دیگر اعضای این کمیسیون، نمایندگان استان در مجلس، معاونان بنیاد مسکن کشور و مدیران استانی و شهرستانی برگزار گردید. در این مراسم استاندار گلستان با اشاره به اینکه قریب به نیمی از مردم است در روستاها سکونت دارند ، اظهار کرد: ۹۵ هزار و ۵۰۰ واحد مسکونی روستایی در گلستان تا کنون سند دار شده اند و خوشبختانه روند اهدا سند در استان سرعت خوبی دارد. دکتر هادی حق شناس تصریح کرد: تمام روستاهای بالای ۲۰ خانوار گلستان از طرح های برخوردارند و به برکت انقلاب اسلامی بیش از ۹۰ درصد روستاهای استان از برق، گاز و امکانات مخابراتی برخوردارند و بیش از ۷۵ درصد روستاها نیز از آب شرب سالم استفاده می کنند. در این مراسم همچنین دکتر رضایی رییس کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی اظهار کرد: متأسفانه به دلیل برخی سیاست های نادرست در گذشته شاهد مهاجرت روستاییان به شهرها بوده ایم که باید با ایجاد و توسعه اشتغال در روستاها شاهد عدم مهاجرت آنان باشیم. لازم به ذکر در این جلسه با حضور استاندار گلستان، نمایندگان مردم در مجلس شورای اسلامی، معاونین بنیاد مسکن کشور و دیگر مدیران استان تعدادی از هزار سند آماده تحویل به صورت نمادین به تعدادی از روستاییان اهدا شد.

معاون فنی اداره کل حفاظت از محیط زیست استان همدان:

حیات وحش همدان از طاعون در امان است



همدان – خبرنگار فرصت امروز: معاون فنی اداره کل حفاظت از محیط زیست استان همدان از نظارت جدی این سازمان بر سلامت حیوانات و متحمل خواهد شد. معاون فنی اداره کل حفاظت از محیط زیست استان همدان با اشاره به جدیت این سازمان برای مراقبت و نشخوار کنندگان کوچک (PPR) خبر داد. مهدی صفی خانی در گفت و گو با همدان آنلاین، با اشاره به شیوع طاعون نشخوار کنندگان کوچک در حیات وحش ایران و ازبین رفتن تعداد قابل توجهی از حیوانات در این مناطق، گفت: خوشبختانه از سال ۹۵ تاکنون این نوع ویروس به حیات وحش استان نرسیده و با نظارت ها و واکسیناسیون به موقع دام ها از شیوع آن در بین حیوانات وحشی جلوگیری به عمل آمده است.

وی با بیان اینکه این ویروس از طریق دام های اهلی به حیوانات وحشی سرایت می کند، تصریح کرد: واکسیناسیون دام مهم ترین راهکار جلوگیری از شیوع ویروس طاعون نشخوار کنندگان کوچک است؛ سازمان دامپزشکی باید هر ساله و به شکل دوره ای نسبت به واکسیناسیون همه دام های اهلی اقدام کند زیرا که این ویروس، کنترل سلامت دام های اهلی است.

صفی خانی با بیان اینکه در صورت ورود این طاعون به حیات وحش، هیچ روشی برای کنترل و پیشگیری در بین حیوانات بومی وجود ندارد، عنوان کرد: ورود این طاعون تلفات و ضررهای سنگینی را به حیات وحش و اقتصاد ساکنان اطراف این مناطق خواهد متحمل خواهد شد. معاون فنی اداره کل حفاظت از محیط زیست استان همدان با اشاره به جدیت این سازمان برای مراقبت و نهداری از حیوانات حیات وحش استان، اظهار کرد: با توجه به همکاری قابل توجه و روابط تنگاتنگ این سازمان با دامپزشکی استان و توجه به مسائل بهداشتی، از جمله ضلعوفنی آبشخور ها و واکسیناسیون دام های اهلی، تاکنون این نوع از بیماری در حیات وحش استان مشاهده نشده است.

لازم به ذکر است از ابتدای سال ۹۹ تاکنون لاشه ۳۵۰ کل و بز و قوچ و میش توسط محیط بانان در مناطق تحت مدیریت سازمان محیط زیست پیدا شده که در اثر طاعون تلف شده اند. آمار تلفات بیشتر از اینهاست چون معمولاً همه لاشه ها پیدا نمی شود. تعدادی توسط گرگ و پلنگ خورده می شود تعدادی هم ممکن است در مناطق کوهستانی و صعبالعبور تلف شده باشند که امکان پایش در این مناطق و پیدا کردن لاشه ها دشوار است.

راه اندازی شعب طلایه داران صلح و سازش در شهرک های صنعتی قزوین

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین گفت: در راستای تسریع در حل مشکلات پرونده های قضایی واحدهای تولیدی و صنعتی، شعبات طلایه داران صلح و سازش در تمامی شهرک ها و نواحی صنعتی تابعه استان فعالیت خود را آغاز کردند. به گزارش روابط عمومی شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین، " حمیدرضا خاتپور" در جلسه هیئت مدیره شرکت خدماتی شهرک صنعتی ایبا با اعلام این مطلب اظهار داشت: از آنجاییکه نهاد صلح و سازش در فرهنگ دینی ما و عرف جامعه جایگاه ارزشمندی و قابل توجهی دارد شعب طلایه داران صلح و سازش با هدف کاهش ورودی پرونده ها به دستگاه قضایی و شورای حل اختلاف راه اندازی شده که موجب رفع اختلاف در بدنه واحدهای تولیدی و صنعتی خواهد شد که نتیجه آن جلوگیری از تعطیل شدن واحد تولیدی و صنعتی و متوقف نمودن خط تولید و کمک به رونق اقتصادی و ثبات اشتغال پایدار می باشد. وی با اشاره به مزایای این طرح افزود: رایگان بودن، عدم رعایت تشریفات قوانین آئین دادرسی در طرح و رسیدگی به دعوی، سرعت و اثربخش بودن مذاکرات اصلاحی در این شعب را از مهمترین مزیت های این طرح عنوان کرد. رئیس هیئت مدیره شرکت شهرک های صنعتی استان تصریح کرد: در حال حاضر تعداد چهار شعبه طلایه داران صلح و سازش در تمامی شهرک ها و نواحی صنعتی استان تشکیل و آموزش های لازم به رؤسا و اعضای شعب با همکاری اداره کل شورای حل اختلاف دادگستری قزوین صورت پذیرفته است. خاتپور در پایان خاطرنشان کرد: در سال "جهش تولید" و در راستای کمک به واحدهای تولیدی و صنعتی و با توجه به راه اندازی این شعبات در دفاتر شرکت های خدماتی شهرک ها و نواحی صنعتی، صنعتگران و تولید کنندگان با مراجعه به این شعب در صورت طرح پرونده های علیه فعالان تولیدی و صنعتی و یا کارگران و مرتبطین آنها دیگر نیاز و الزامی به مراجعه به محاکم قضایی و شورا های حل اختلاف شهری نمی باشد و این شعب با رعایت صلاحیت قانونی خود نسبت به رفع اختلاف نسبت به اصحاب دعوی اقدام خواهند نمود.

نهمین جلسه کمیسیون ماده ۵ استان در سالجاری برگزار شد

رشت – زینب قلیپور: نهمین جلسه کمیسیون ماده ۵ استان در سال ۱۳۹۹ به ریاست معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری گیلان و به دبیری اداره کل راه و شهرسازی و با حضور سایر دستگاه های عضو کمیسیون در سالن جلسات اداره کل راه و شهرسازی گیلان برگزار شد.مهندس خدیجه انشاء معاون شهرسازی ومعماری راه وشهرسازی گیلان با بیان این مطلب گفت: بر اساس بند ۷ قانون شورایعالی شهرسازی و معماری، تغییرات در طرح های تفصیلی شهری پس از بررسی و تصویب در کمیسیون ماده ۵ ملاک صدور پروانه برای شهرداری ها خواهد بود؛ لذا این کمیسیون برای شهر های رشت – پندر انزلی – صومعه سرا – تالش – آستانرا – فومن – رودسر مورخ ۱۰ مهر ۹۹ برگزار و منجر به صدور آراء کمیسیون (مجموعاً ۴۳ پرونده) گردیدوی در پایان افزود: همچنین در این جلسه حسب تاکیدات مقام عالی استان پیشنهادات تغییر کاربری املاک مازاد دستگاه های اجرایی ترفعه شده اداره کل اقتصاد و دارایی استان در اجرای ماده ۵ آئین نامه اجرایی بند (د) تبصره ۱۲ قانون بودجه و طرح های اقدام ملی مسکن مورد بررسی قرار گرفت و منجر به اخذ مصوبات کمیسیون ماده ۵ قرار گرفت.

مدیر عامل پالایشگاه گاز ایلام:

پروژه فاز ۲ پالایشگاه گاز ایلام با هدف افزایش ۵۰ درصدی محصولات تولیدی در مراحل پایانی برون سپاری است



ایلام – منصور: مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به اینکه احداث فاز دوم پالایشگاه گفت: مطالعات اولیه، اسناد تهیه فراخوان مناقسه، ارزیابی کیفی و سایت ویزیت مناقسه گران از طریق مهندسی و توسعه شرکت ملی گاز ایران انجام شده و بعد از بازگشایی پاکت، پیمانکار انتخاب می شود. دکتر "روح اله نوریان" در جلسه با رئیس کمیسیون انرژی مجلس، معاون مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران و نمایندگان مردم استان در مجلس شورای اسلامی که درسالن جلسات پالایشگاه گاز ایلام برگزار شد، افزود: با دستور مستقیم وزیر نفت مشکلات قبلی تامین اعتبار پروژه برطرف و قرار است مبلغ یکهزار میلیارد تومان برای احداث فاز دوم این پالایشگاه گاز اختصاص یابد. وی با بیان اینکه نواقصاتی که در فاز اول وجود دارد نیز همزمان با اجرای فاز دوم بعنوان موارد تکمیلی فاز ۱ رفع می شود، اظهار داشت: با توجه به اینکه پالایشگاه تکمیلی فاز ۱۰۲ میلیون متر مکعب تولید گاز را دارد، انتظار میروند توسعه میدانی و چاههای بالادست همچنین تقویت فشار گاز، متناسب با ظرفیت یاد شده و نیز تامین خوراک پایدار، انجام شده و در این فرآیند، رویکرد یکپارچگی زنجیره ارزش گاز بعنوان یک امر مهم و با اولویت مد نظر قرار گیرد. وی با اشاره به اینکه توسعه محصولات جانبی از جمله گوگرد در دستور کار قرار دارد، تصریح کرد: کارهای اولیه خط تولید گوگرد بنتونیتی انجام شده و این محصول با ارزش افزوده بالاتر نسبت به گوگرد پاستیلی، در آینده نزدیک به سبب تولیدات اضافه خواهد شد. مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام در بخش دیگری از سخنان

رویداد استارت آپ ها با موضوع خدمات شهری و محیط زیست در قم برگزار می شود



قم – خبرنگار فرصت امروز: رئیس ستاد شهر هوشمند شهرداری قم گفت: جشنواره رویداد استارت آپ ها و شرکت های دانش بنیان با مشارکت جوانان ایده پرداز فناوریها با موضوع خدمات شهری و محیط زیست در مدیریت شهری قم برگزار می شود. همایون یزدان پناه در خصوص اهمیت استفاده از ایده های فناوریانه در رفع معضلات مدیریت شهری، اظهار داشت: یکی از اقدامات مهم در شهرداری قم جهت تحقق هدف ششم از برنامه راهبردی توسعه شهر که "شهر خلاق و هوشمند" است، برگزاری رویداد استارت آپی با همکاری نخبگان بوده که برای برگزیدگان آن جوایزی تعیین شده است. رئیس ستاد شهر هوشمند شهرداری قم با بیان اینکه در این راستا در نخستین گام، رویداد استارت آپی با کمک جوانان ایده پرداز فناوریانه و شرکت های دانش بنیان با موضوع خدمات شهری و محیط زیست در مدیریت شهری قم برگزار می شود، افزود: این رویداد استارت آپی در سطح ملی است تا بتوان پیوند خوبی میان شرکت ها و جوانان ایده پرداز فناوریانه در مورد مسائل بسیار مهم با مدیریت شهری ایجاد کرد. یزدان پناه یادآور شد: نشست های اتاق فکر و هم اندیشی های انجام شده و حدود ده مسئله مهم پیرامون حوزه خدمات شهری و محیط زیست احصاء و از بین افراد حقوقی و حقیقی نخبه به دنبال ارائه راهکار های علمی، خلاقانه و فناوریانه

با حضور رئیس سازمان برنامه و بودجه؛

تقاطع غیر هم سطح شهید صیدی اراک به بهره برداری رسید



اراک – خبرنگار فرصت امروز: پروژه غیرهمسطح شهید صیدی اراک افتتاح و عملیات اجرایی زیرگذر میدان مقاومت آغاز شد. محمد کریم شفیعی شهردار اراک در جریان افتتاح تقاطع غیرهمسطح شهید صیدی که با حضور "نوبخت" رئیس سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و "محمد" رئیس قرارگاه سازندگی خاتم الانبیا کشور انجام شد، بیان کرد: پروژه تقاطع غیرهمسطح شهید صیدی چهارمین تقاطع نیمه کاره شهر اراک است که طی ۱۰ سال اخیر نایم باقی مانده بود که امروز رسماً به بهره برداری می رسد. وی با اشاره به اینکه از ابتدای سال ۹۸ تاکنون ۵ پروژه نیمه تمام شهر اراک همچون تقاطع غیرهمسطح مدافعان اراک(شریعتی)، تقاطع آزادگان، علم الهدی و شهید صیدی به اتمام رسیده است، گفت: پروژه تقاطع غیرهمسطح شهید صیدی دارای ۱۷ هکتار وسعت است، طول بل به همراه بزرگراه ۲.۵ کیلومتر است و عرشه بل به ۲۲ هزار مترمربع می رسد و در ساخت آن ۲۲ هزار تن ویر و ورق، ۵ هزار تن آرماتور و ۱۶ هزار تن آسفالت استفاده شده است و در واقع ۴.۵ هکتار فضای سبز دارد و ۴ هکتار تملک اراضی نیز انجام گرفته است. شهردار اراک با اشاره به اینکه امروز قرارداد همکاری با قرارگاه خاتم الانبیا برای احداث ۵ پروژه عمرانی در اراک آغاز می شود، افزود: این پروژه ها شامل تقاطع میدان مقاومت، تقاطع جاده فرهان، زیرگذر جاده فرودگاه، تقاطع حفاصل بزرگراه شهید انجفی تا آرامستان و تقاطع میدان امام خمینی(ره) مقاومت، می شود. در

این آیین مرتضی سورانه رییس شورای شهر اراک با اشاره به اینکه اراک می تواند بواسطه ظرفیت های مانند تالاب میزان اراک مقصد جدید گردشگری باشد، لزوم تسریع در تعیین تکلیف طرح جامع اراک و اراضی ۹۰ هکتاری، بازنگری در طرح جامع کاهش آلودگی هوای اراک و تجهیز ناوگان فرسوده حمل و نقل شهری از محل منابع دولتی، اختصاص جرائم و تخلفات رانندگی به حساب شهرداری و تخصیص بودجه برای تجهیز آتش نشانی و خرید نردبان ۶۸ متری، لزوم ایجاد بیمارستان دوم تامین اجتماعی و کمک به ایجاد شهرک سلامت، استقلال کانون بازنشستگان نفت استان مرکزی از کرمانشاه، تخصیص اعتبارات ملی برای حفظ و نگهداری بازار اراک را از جمله درخواست های مدیریت شهری اراک دانست. فرمانده

مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز خبر داد:

استقرار نرم افزار پایش آنلاین نشت یابی در منطقه ۹ عملیات انتقال گاز ایران



ساری – دهقان: مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از نشت یابی ۱۳۷۰ کیلومتر از خط لوله در ۶ ماهه نخست سال ۹۹ و همچنین استقرار نرم افزار پایش آنلاین نشت یابی در این منطقه خبر داد. به گزارش خبرنگار نمازداران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، مقدم بیگلریان بـا اعلام این خبر اظهار کرد: هدف از انجام عملیات نشت یابی، حفظ و افزایش ضریب ایمنی و همچنین کاهش خطرهای زیست محیطی خطوط لوله انتقال گاز می باشد که در ۶ ماهه اول سال جاری با تلاش شبانه روزی همکاران واحد بازرسی و پیمانکار، ۱۳۷۰ کیلومتر از خطوط لوله منطقه نشت یابی گردید. وی با بیان اینکه در ۶ ماهه اول سال ۹۸ به میزان ۱۴۵۰ کیلومتر از خطوط لوله منطقه ۹ نشت یابی شده بود، خاطرنشان کرد: علی

خام ۲۰ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته است که انتظار میروند این روند مثبت تا پایان سال ادامه داشته باشد. وی به برخی دستاوردهای شرکت در طول سال گذشته اشاره و تصریح کرد: کسب تقدیرنامه ۵ ستاره جایزه سرامیدی و بهبود مستمر، رتبه اول پژوهش و فناوری شرکت ملی گاز ایران، رتبه اول اجرای قانون سلامت اداری، کسب تندیس نقره ای مسئولیت های اجتماعی وزارت نفت، اخذ سیستم مدیریت کیفیت آزمایشگاهی و تبدیل شدن آزمایشگاه شرکت بعنوان یک آزمایشگاه مرجع، تنها بخشی از دستاوردهای این شرکت بوده است. مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به استفاده از ظرفیت بالا بودن مراکپتان در ال پی سی جی و میعانات گازی برای تولید ادوات بعوات یک محصول استراتژیک، افزود: این واحد صنعتی برای افزایش تولید محصولات جانبی برنامه های مدونی طراحی و در دست اقدام دارد که در آینده نزدیک مطالعات و کارهای اجرایی آن آغاز می شود. نوریان از نصب و راه اندازی زبانه سوز سپاب صنعتی در این پالایشگاه در سال جاری خبر داد و افزود: با نصب و راه اندازی زبانه سوز واحد تصفیه خانه سپاب صنعتی، لجن های تولید شده در واحد تصفیه خانه سپاب صنعتی به نحو مطلوبی امحا می شوند که گامی مؤثر در راستای مدیریت پسماند و حفظ محیط زیست در این شرکت می باشد. وی ادامه داد: در این ارتباط پروژه های مهم دیگری همچون مطالعات طراحی پایه پروژه بازیابی حرارتی از خروجی توربین های گازی (HRSG)، انجام شده و اجرای پروژه احداث واحد TGTU نیز در حال پیگیری است.

هوشمندسازی شهر است که تلاش می کنیم در مرحله بعدی مورد توجه قرار گیرد، در حال حاضر به دنبال مشخص کردن سرفصل رویدادهای استارت آپی هستیم و فراخوان بـهزودی اعلام می شود. وی خاطرنشان کرد: ایده های فناوریانه می تواند در قالب یک راهکار مهم در استفاده از ابزارهای فناوریانه مانند حسگرها(سنسورها) و یا سخت افزار باشند و یا ایده های نرم و فرهنگی و اجتماعی مؤثر تا بتوانیم بخش زیادی از مشکلات موجود در حوزه مدیریت شهری و زیست محیطی را رفع کنیم. رئیس ستاد شهر هوشمند شهرداری قم تصریح کرد: این ایده ها می توانند با حمایت مدیریت شهری عملیاتی و کاربردی شده و در جهت هوشمندسازی و سهولت ارائه خدمات شهری و حفظ محیط زیست از آن ها بهره بگیریم؛ برای نمونه در جمع آوری زباله های قابل بازیافت و دفن پسماند آن ها و یا ساماندی سگ های ولگرد و ... مشکلات زیادی در سطح شهر وجود دارد که با راهکارهای علمی، پژوهشی و ایده های فناوریانه می توان این مسائل را مدیریت کرد. یزدان پناه ادامه داد: وقتی با روش های علمی بتوان مشکلات و معضلات شهری را حل کرد، ضمن صرفه جویی قابل توجه در هزینه ها، حفظ بیشتر محیط زیست و آسایش بیشتر شهروندان اتفاق می افتد که در راستای آبادانی و توسعه بیشتر شهر است.

قرارگاه سازندگی خاتم الانبیا(ص) از تکمیل ۱۱ پروژه عمرانی در شهر اراک توسط این قرارگاه خبر داد. سعید محمد در آئین افتتاح پل شهید صیدی اراک، اظهار کرد: امروز دشمن در صدد بی انگیزه نشان دادن و ناامید کردن مردم است اما امروز کل کشور به کارگاه بزرگ عمرانی تبدیل شده است. وی ادامه داد: امروز قرارگاه خاتم الانبیا ۲۸۵ پروژه در کشور دارد و کارکرد آن هر سال نسبت به سال های گذشته به بیش از ۲ برابر افزایش پیدا کرده و این حجم از کار و خدمات رسانی ایجاد انگیزه در مردم را به دنبال داشته است. فرمانده قرارگاه سازندگی خاتم الانبیا بیان کرد: در شرایط دشوار کشور به همدلی تمامی ارکان نظام نیاز است. محمد افزود: امروز در شهر اراک ۱۱ پروژه توسط قرارگاه خاتم الانبیا تکمیل شده است و از دیگر پروژه های شاخص قرارگاه در استان مرکزی می توان به آزادراه تهران – ساوه اشاره کرد. به گفته وی در شهر اراک با توجه به اعلام نیاز شهردار و شورای شهر اراک، قرارگاه خاتم الانبیا از دو سال قبل در اجرای پروژه ها فعال شد که نتیجه آن تحویل تقاطع غیر هم سطح میدان امام حسین (ع)، تکمیل تقاطع میدان ورزش (آزادگان) و تقاطع غیر هم سطح میدان شریعتی بوده است. محمد افزود: امروز نیز انعقاد تفاهم نامه پنج پروژه جدید از قبیل میدان امام خمینی (ره)، میدان مقاومت، تقاطع جاده فرهان با بازار شهید انجفی، تقاطع جاده فرودگاه با کمربندی شمالی و رینگ شمالی سمت آرامستان به ارزش ۳۰۰ میلیارد تومان در یک دوره ۳۶ ماهه با قرارگاه آغاز شد.

به نشت یابی خطوط لوله اصلی، ایستگاه های شیر بری راهی، انشعابات فرعی و بلودنا توسط گروه نشت یاب امور بازرسی منطقه انجام گردید.

مدیر منطقه ۹ به اهمیت بالای مراقبت و نگهداشت مطمئن خطوط لوله فشار قوی گاز و استفاده از تکنولوژی های نوین در این ارتباط اشاره کرد و افزود: از موارد شاخص نشت یابی در سال جاری، استقرار نرم افزار نشت یابی در بستر اینترنتت با فرمت گزارش گیری متناسب با فرآیندهای سازمان بوده که برای اولین بار در سطح شرکت انتقال مورد استفاده قرار گرفته است و امکان پایش مستمر خطوط لوله انتقال گاز به صورت آنلاین گردیده و می تواند کمک شایانی در شناسایی، کنترل و یا حذف ریسک های مرتب نموده و ضمن جلوگیری از هدر رفت سرمایه ملی، از وقوع حوادث ناگوار نیز ممانعت خواهد نمود.

همه از دفاتر باز متفرند، پس چرا هنوز وجود دارند؟



کارکنان دفاتر باز را دوست ندارند. پژوهش‌ها هم نشان می‌دهد که آنها کارآمد نیستند ولی به دلایلی همچنان وجود دارند.

«تخت دیوارها را از میان بردارید و اتاق‌های بی‌روح بسازید. سپس کارمندان را شانه‌به‌شانه پشت یک میز طویل قرار دهید، به‌صورتی که بتوانند راحت‌تر با هم صحبت کنند. هرگونه دفتر خصوصی باقی‌مانده را که تنها بر این ایده تأکید می‌کند که برخی از افراد بهتر از دیگران هستند، رها کنید. کارمندان ارشد خود را کنار دیگران بنشانید؛ این‌گونه است که افراد با هم همکاری خواهند کرد. ایده‌ها جرقه خواهد زد. افراد غریبه به دفتر شما نگاه می‌کنند و فکر می‌کنند که این مکان انرژی دارد. کارکنان شما مولدتر خواهند بود. شرکت شما محصولاتی تولید خواهد کرد که نظیر آنها را جهان ندیده است.» این افسانه طراحی دفترهای باز است؛ یک طرح محل کار که چنان فراگیر است که کاملاً مورد پذیرش واقع شده و وعده‌های آن (همکاری و نوآوری) مقدس شمرده می‌شود.

براساس نتایج یک مطالعه در سال ۲۰۱۰ که به‌وسیله انجمن بین‌المللی مدیریت تدارکات انجام شد، ۶۸درصد از افراد در دفاتر بدون دیوار یا دارای دیوارهای کوتاه کار می‌کنند و این تعداد بدون شک پس از آن افزایش یافته است. فقط یک مشکل وجود دارد: کارکنان از دفاتر باز متفرند. این محل‌های کار موجب پرت شدن حواس می‌شود، پر سر و صدا بوده و حریم خصوصی کمی در آنها وجود دارد. یک طراح گرافیک ۴۷ ساله که بیش از دو دهه را به کار در محیط‌های باز مشغول بوده است، می‌گوید:

«افزایش حسنی همراه با طرح‌های دفتر باز به نقطه‌ای می‌رسد که من به دشواری می‌توانم کار خود را انجام دهم. من حتی به‌خاطر این موضوع یک بار مجبور شدم که یک کار را ترک کنم.

از همان زمان که این دفاترهای باز رواج پیدا کردند، مطالعات سودمندی آنها را زیر سؤال بردند. پژوهشگران نشان داده‌اند که افراد مشغول به کار در دفاتر باز، دوبار بیشتر مرخصی استعلاجی می‌گیرند و ناراحتی و استرس بیشتر و بهره‌وری کمتری را نسبت به افرادی که حریم خصوصی بیشتری دارند، گزارش می‌کنند. مطالعه‌ای که در سال ۲۰۱۸ به‌وسیله پژوهشگران دانشکده کسب‌وکار هاروارد انجام شد، نشان داد که دفاتر باز تعاملات چهره به چهره را تا حدود ۷۰درصد کاهش می‌دهند و ارسال ایمیل و پیام را تا ۵۰درصد افزایش می‌دهد. نتایج این مطالعات، این ایده را که ادعا می‌کند در چنین شرایطی مشارکت کارکنان با هم بیشتر می‌شود، رد می‌کند.

با این حال، طرح‌های دفاتر باز همچنان وجود دارند و برخی از آنها از نظر سمبولیک چنان قدرتمند هستند که قابل کنار گذاشتن نیستند. یک مورد مشهور در این زمینه، شرکت گوگل است. طرح دفاتر باز از زمان ایجاد مخازن منشی‌گری در دهه ۱۹۴۰ وجود داشت اما وقتی گوگل هفت ساله مراکز سازمان‌دهی خود را در مانتین ویو در کالیفرنیا بازسازی کرد، حاصل آن نمایشگاهی مرتفع و پرنور برای

نشان دادن رشد ثروت و نفوذ این شرکت بود؛ این تغییر قاصد عصر حرفه‌ای جدیدی بود. کلایو ویلکینسون، معمار این طرح از فضاهای درونی سنگین که در دفتر پیشین وجود داشت، اجتناب کرد. هنوز هم تا حدی فضاهای خصوصی وجود داشت، اما وسعت زیادی از فضا به محل کار جمعی و اتاق‌های جلسه کوچک و شیشه‌ای اختصاص داده شد. ویلکینسون می‌گوید: نگرش ما این بود: ما در حال ابداع یک جهان جدید هستیم، پس چه نیازی به دنیای قدیمی داریم.

با ظهور گوگل، ایده او برای طراحی یک محیط کار مشارکتی رونق گرفت. او می‌گوید:

«شرکت‌ها نزد ما آمده و می‌گفتند که می‌خواهیم مثل گوگل باشیم. آنها نسبت به هویت خود اطمینان کمی داشتند اما مطمئن بودند که می‌خواهند مانند گوگل باشند.

حدود همان زمان، یک نسخه افراط‌گرایانه‌تر از دفاتر باز از استارت‌آپ‌هایی که طی دوره دات‌کام بوم (دوره شکوفایی شرکت‌های اینترنتی) در اواخر دهه ۱۹۹۰ ظهور یافتند، توسعه پیدا کرد. با افزایش شمار این شرکت‌ها، آنها به‌دنبال راه‌های ارزانی برای متمایز کردن خود از دیگر شرکت‌ها بودند. ویلکینسون می‌گوید که دفاتر شاداب‌تری که مدت‌ها در صنعت تبلیغات رایج بودند، الهام‌بخش این کار شدند. برخی از آنها به بخش ساوت‌او مارکت در فرانسیسکو نقل مکان کرده و در فضاهای ناتمام ساختمان‌ها مستقر شدند و آن را به حال خود رها کردند. وقتی که شما با سرعت در حال اضافه و حذف کارکنان هستید، دیوارها تنها موجب پیچیده‌تر شدن کارها می‌شوند. جوئل اسپالسکی که در سال ۲۰۰۰ یکی از بنیان‌گذاران شرکت Fog Creek Software بود و اکنون مؤسس و مدیر اجرایی Stack Overflow است، می‌گوید:

«این مکان‌ها وحشتناک بودند. آنها خیلی پر سر و صدا بودند زیرا سقف کاذب نداشتند. این برای همه دردناک بود، اما استارت‌آپ‌های دات‌کام این کار را انجام می‌دادند زیرا چاره دیگری نداشتند.

و این‌گونه بود که از قلب ضرورت، زیبایی متولد شد. در سال ۲۰۱۵ که فیس‌بوک دفتر مرکزی خود در منلو پارک را که به‌وسیله فرانک گری طراحی شده بود، باز کرد، دفتر باز نه‌تنها چهره نوآوری سیلیکون‌ولی بود بلکه به یک استعاره قدرتمند تبدیل شده بود. فیس‌بوک اکنون حدود ۲۸۰۰ کارمند در یک ساختمان ۱۰ جریبی دارد و ادعا می‌کند که بزرگ‌ترین طرح دفتر باز در جهان است. مارك زاکربرك، مؤسس و مدیر اجرایی فیس‌بوک هنگام اعلام طرح در سال ۲۰۱۲ گفت:

«ایده این است که یک فضای مهندسی کامل ایجاد شود: یک اتاق عظیم که هزاران نفر را در خود جای دهد که همه به اندازه کافی به هم نزدیک باشند که بتوانند با هم همکاری کنند.

معروف است که او درست مانند دیگران یک میز سفید ساده در منطقه جمعی دفتر دارد. البته او یک اتاق کنفرانس اختصاصی نیز دارد که شایعه شده که بیشتر وقت خود را در آن سپری می‌کند. این فریب

نوآورانه‌ای که دفاتر باز با خود داشتند، از نظر راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های مشابه اجتناب‌ناپذیر شد. بن وابر، مؤسس و مدیر اجرایی شرکت تحلیگر محل کار Humanyze که از حسگرهایی برای ردیابی نحوه استفاده افراد از دفاتر و تعامل آنها با هم استفاده می‌کند، می‌گوید: وقتی ما از افراد مسئول می‌پرسیم که چرا دفاتر خود را به حالت باز طراحی کرده‌اند، بیشتر آنها به ما پاسخی مبهم می‌دهند، اما وقتی عمیق شوید، درمی‌یابید علت آن است که محل کار شبیه چند شرکت فناوری بسیار موفق به‌نظر برسد.

کالوین نیوپورت، استاد علوم کامپیوتر دانشگاه جورج‌تاون که نحوه کار افراد را مورد مطالعه قرار می‌دهد، دیدگاه شکاکانه‌تری دارد:

«دفاتر باز تبدیل به راهی برای نشان دادن ارزش یک شرکت به سرمایه‌گذاران خطرپذیر و افراد بااستعداد شده‌اند. هدف بهبود بهره‌وری و همکاری نیست بلکه ارسال این پیام است که شرکت در حال انجام کار جالبی است.

۶ طراحی دفتر کار که قالب‌های سنتی را در هم شکستند

لس‌آنجلس، سال ۱۹۹۴: کارکنان در دفتر مجازی آژانس تبلیغاتی Chiat/Day هیچ‌گونه صندلی اختصاصی نداشتند و هر روز باید لپ‌تاپ‌ها و تلفن‌ها را چک می‌کردند. نتیجه: افراد سعی می‌کردند با بهانه‌ای از سر کار فرار کنند.

سانتا کلارا، سال ۱۹۹۵: اندی گروو، مدیرعامل اجرایی شرکت اینتل به‌منظور تقویت گفت‌وگو و تعاملات سازنده ساختار دفتر باز را برای خود در نظر گرفت تا افراد بتوانند او و شرکت را بدون ترس مورد انتقاد قرار دهند.

امری ویل، کالیفرنیا، سال ۲۰۰۰: استیو جابز پیشنهاد دفتر باز را برای دفاتر مرکزی پیکسار رد کرد. او به‌جای این کار گروه‌های ۵ تا ۶ نفری را در دفاتر کنار هم قرار داد و یک فضای همکاری در میان دفاتر ایجاد کرد.

لاس‌وگاس، سال ۲۰۱۳: محوطه باز زاپوس به‌صورت عمدی محدود شد. تونی هسیه براساس نتایج پژوهشی که نشان می‌داد شهرهای پرتراکم مولدتر هستند، کمتر از ۳/۱۹ مترمربع فضا را به ازای هر کارمند اختصاص داد.

سان فرانسیسکو، سال ۲۰۱۳: در فضای کار ابری‌بی‌بی (Airbnb)، اتاق‌های کار طوری طراحی شدند که به افراد حس راحتی خانه را می‌داد.

نیویورک، سال ۲۰۱۶: در آژانس بازاریابی آر‌جی‌ای (R/GA)، اپلیکشنی در اختیار کارمندان قرار داده شد که به آنها اجازه می‌داد که اتاق‌های باز خود را تا حدی از نظر نورپردازی و چینش میزها مدیریت و تنظیم کنند.

در میان گرایش‌های نمادین به طراحی فضای کار، خود کارکنان فراموش شده‌اند. به‌گفته Humanyze، طرح‌های باز در تشویق تعاملات بین گروه‌ها زمانی که شرکت در تلاش برای ایجاد محصولات

جدید است، عالی هستند اما این محیط‌ها در تشویق تعاملات درون گروهی در کارهای مبتنی بر اجرا مانند کدنویسی که کارکنان نیاز به هماهنگی دارند، وحشتناک هستند. یک دفتر باز ممکن است برای شرکتی که در حال کار روی ایده‌های جدید است، مناسب باشد اما همین که به مرحله اجرا برسد، وضعیت دشوار خواهد شد.

البته یکی از دلایل اصلی که رهبران کسب‌وکار به‌طور پیش‌فرض طرح‌های باز را در نظر می‌گیرند، این است که آنها ارزان هستند. براساس گزارش انجمن تجاری املاک CoreNet Global، متوسط فضای اختصاص داده شده به کارکنان در جهان از ۹/۲۰ متر مربع در سال ۲۰۱۰ به ۳/۱۶ متر مربع در سال ۲۰۱۳ رسیده است و پیش‌بینی می‌شود که این فضا همچنان کاهش پیدا کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که حاصل این نوع طراحی در شرکت‌های بزرگ، ذخیره کردن صدها میلیون دلار است.

شاید هیچ شرکتی به‌اندازه شرکت WeWork از این مسئله بهره‌برداری نکرده باشد. او میزها و سالن‌های جمعی خود را در محل کار خود تبلیغ کرد و اکنون برای دیگر شرکت‌ها دفتر می‌سازد. وجه تمایز شرکت WeWork، استفاده از اطلاعاتی برای فشرده‌سازی محیط کار است. او اخیراً دفتر اکسپدیا را در شیکاگو را از سه طبقه به دو طبقه کاهش داده و مدعی است که این کار را بدون قربانی کردن رضایت کارکنان انجام داده است. لیز بورو، مدیر استراتژی محل کار WeWork می‌گوید که این کار مستلزم نزدیک‌تر شدن افراد و تعامل بیشتر آنها است که با طراحی ترتیب‌های نشستن مختلف و حتی ایجاد مکان‌های خصوصی ایجاد می‌شود. او می‌گوید:

«افراد در طول روز و زندگی خود نیازهای متفاوتی دارند. آنها ممکن است در یک نقطه نیاز به تمرکز و در نقطه دیگر نیاز به صحبت با کسی داشته باشند.

بسیاری از معماران در این دیدگاه اشتراک دارند. جانت پوگ مک لورین، رئیس شرکت معماری Gensler که چندین دفتر شرکت برجسته را طراحی کرده است، می‌گوید که کارآمدترین طرح‌های دفتر باز شامل تعدادی اتاق جلسه و مناطق خصوصی برای تمرکز عمیق است. او می‌گوید:

«شرکت‌های خلاق درواقع از فضاهای بیشتری در سرتاسر دفتر استفاده می‌کنند. آنها انتظار ندارند که یک میز، مرکز زندگی کاری یک کارمند باشد.

این یک ایده فریبنده است، اما همان‌طور که WeWork فهمیده است، گران‌ترین بخش یک دفتر کار اتاق‌های جلسه کوچک است. به‌عنوان یک راه‌حل، WeWork به مشتریان خود اتاق‌های کوچک قابل حلی که می‌توانند در طرح‌های موجود گنجانده شوند، ارائه می‌دهد. با اندازه‌ی ۴/۱ متر مربع، این فضا برای یک دفتر خصوصی کم است اما حداقل یک در دارد.

منبع: FAST COMPANY/zoomit

۴ روش ساده و جدید برای تحریک خلاقیت در محل کار



مترجم: طاهره منیری شریف : مهم نیست در چه صنعتی مشغول به کار هستید، تیم شما به منظور توسعه نوآوری و ایجاد مزیت رقابتی نیاز به خلاقیت دارد. تشویق به تفکر خلاق، باعث می‌شود کارمندان تصویر بزرگ‌تری را در ذهن‌شان تجسم و به صورت مولد و سودآور، روی مسائلی که تاثیر عمیق‌تری روی کسب و کار دارد تمرکز کنند.
درحالی‌که این فرآیند خلاقانه احتمالا نسبت به فرآیند تولید حداکثری و اتوماتیک، کمتر مولد به نظر برسد، ولی در نهایت چون تلاش‌ها روی تصویر بزرگ‌تر تمرکز دارند، بهره‌وری کارمندان معنادارتر می‌شود و به شکوفایی کسب‌وکار می‌انجامد.
بنابراین محیط کاری مناسب برای بهره‌وری و خروجی بهتر، باید به تحریک خلاقیت کمک کند.
با استفاده از روش‌های زیر، می‌توانید محرک خلاقیت تیم خود باشید:

۱. نقشه ذهنی ایده‌های خود را روی وایت‌برد ترسیم کنید:

نقشه ذهنی، نموداری است که شما می‌توانید آن را ایجاد کنید. در این نمودار، ایده اصلی در وسط قرار دارد و شاخه‌های متصل به آن، جزئیات بیشتر درباره آن مفهوم را نمایش می‌دهند. ذهن انسان از این نمودارهای بصری برای سازماندهی اطلاعات استفاده و آن را به گونه‌های متفاوتی مشاهده می‌کند.

نقشه ذهنی ابزار ایده‌آلی برای توفان مغزی به شمار می‌رود تا خلاقیت همه افراد حاضر در یک جلسه را تحریک کند. مثلا بازاربازها می‌توانند از ابزارهای نقشه ذهنی ییچیتال مثل iMindMap برای تحریک خلاقیت موردنیز خود در ایجاد کمپین یا محتوای بصری مدنظرشان استفاده کنند.

تیم بازاریابی می‌تواند تمام ایده‌های احتمالی را (در ابتدا شاید هیچ اتصالات و شاخه‌ای نداشته باشند) به صورت فهرست بنویسد

و سپس آن ایده‌ها را به نقشه ذهنی منتقل کند تا اتصالات جدیدی که الهام‌بخش رویکردی منحصر به فرد هستند به تدریج ایجاد شوند. علاوه بر پرسنل بازاریابی، تیم‌های دیگر شرکت هم می‌توانند از مزایای ابزار خلاقیت بهره‌مند شوند. مثلا یک تیم توسعه که به بصری‌سازی نحوه طراحی اپلیکیشن نیاز دارد، می‌تواند از نقشه ذهنی برای توفان مغزی و ارتباط عناصر مختلف با هم استفاده کند.
۲. برای تحریک خلاقیت در محیط کار، به موسیقی گوش دهید:
موسیقی برای برخی افراد عامل حواس‌پرتی محسوب می‌شود، با این حال تحقیقات نشان داده است که گوش دادن به موسیقی خوب، می‌تواند به تفکر واگرا کمک و خلاقیت شما را تحریک کند. کارکنانی که به موسیقی کلاسیک گوش می‌کنند در مقایسه با کسانی که در محیط آرام و ساکت کار می‌کنند خلاقیت بسیار بیشتری دارند. البته این‌طور نیست که موسیقی کلاسیک برای همه افراد الهام‌بخش

خلاقیت باشد. برخی افراد ممکن است انواع دیگری از موسیقی‌های پراثرتری را انتخاب کنند. موسیقی الهام‌بخش خودتان را انتخاب کنید و هر جا که نیاز به انگیزه داشتید به آن گوش کنید.

۳. برای کاری که انجام می‌دهید، تصویری روی کاغذ یا به صورت دیجیتالی ایجاد کنید:

این عمل فیزیکی، مغز و مهارت‌های شناختی را تحریک می‌کند. ایجاد تصویر، مغز را فعال‌تر نگه داشته و فرصت‌های بیشتری را برای خلاقیت فراهم می‌کند. برای اینکه کارمندان را به این کار ترغیب کنید در خانه یا رستورانی نزدیک محل کار و یا حتی در خانه دورهمی برای نقاشی کردن برگزار کنید. این مشارکت اجتماعی می‌تواند به تیم شما الهام بدهد تا تصویری بکشند که احتمال دارد به خلاقیت بیشتر در محل کار منجر شود.

پیشنهادهای دیگر عبارتند از فراهم کردن ابزارهای تصویرگری

دیجیتال برای کارمندان در طول ساعات کاری و در اوقات شخصی خودشان.

۴. دما، نور و جریان هوای دفتر کار را تنظیم کنید:

محیط فیزیکی دفتر کار و اطراف محل کار، بر نحوه احساس کارمندان درباره خلاقیت و بهره‌وری‌شان تاثیر دارد. نور طبیعی، جریان هوای خوب و دمای متعادل، بهتری‌سن محیط کار را برای کارمندان ایجاد می‌کنند.

بازنگری در محیط دفتر کار به منظور تامین راحتی بیشتر برای کارمندان، از ارزش زیادی برخوردار است. تحقیقات نشان داده است ساختمان‌های سبز (نور طبیعی، کیفیت بهتر هوا و گیاهان و عناصر طبیعی) عملکرد شناختی را بهبود بخشیده و تفکر خلاق را تحریک می‌کنند.

منبع: entrepreneur/modirinfo

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

برابر رای شماره ۲۹۷۶-۳۰۱۰۶۰۰۰۲۹۹۶-۳۰۱۰۶۰۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بالامعارض متقاضی آقای وحید خانی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۳۱۴۰۴ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۵/۸۳ متر مربع پلاک شماره ۲۹۰۷ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت متاعی وحید خانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۷/۲۹

۲۶۲ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررانی

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

برابر رای شماره ۲۹۸۲-۳۰۱۰۶۰۰۰۲۹۹۶-۳۰۱۰۶۰۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بالامعارض متقاضی آقای وحید خانی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۳۱۴۰۴ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۵/۵۶۴ متر مربع پلاک شماره ۲۹۰۷ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت متاعی وحید خانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۷/۲۹

۲۶۴ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررانی

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

برابر رای شماره ۲۹۸۲-۳۰۱۰۶۰۰۰۲۹۹۶-۳۰۱۰۶۰۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بالامعارض متقاضی آقای وحید خانی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۳۱۴۰۴ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۵/۹۰ متر مربع پلاک شماره ۲۹۰۷ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت متاعی وحید خانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۷/۲۹

۲۶۵ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررانی

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

برابر رای شماره ۲۹۸۲-۳۰۱۰۶۰۰۰۲۹۹۶-۳۰۱۰۶۰۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بالامعارض متقاضی آقای وحید خانی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۳۱۴۰۴ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۴/۳۵ متر مربع پلاک شماره ۲۹۰۷ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت متاعی وحید خانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۷/۲۹

۲۶۶ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررانی

آگهی فقدان سند مالکیت اصلی اولیه و صادره و تحریرشده

شرکت تعاونی مسکن کارگران شهرداری اردبیل به شناسه ملی ۱۰۲۴۰۰۴۸۱۳۲ برابر درخواست کتبی وارده به شماره ۱۰۰۳۷۵۲ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۰۵ منضم به دو برگ استشهادیه و استعلام و شهادت بشود گواهی امضاء شده توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۸۱ اردبیل با معرفی آقای مهندس بزمان مدعی شده است برابر صورتنسله تفکیکی شماره ۲۹۲۹۲ مورخ ۱۳۸۳/۰۶/۲۸ سند مالکیت ششداگ یک قطعه زمین قطعه ۵۳۲ به شماره ۲۲۵۱ فرعی از ۶۰۶ و ۲۲۹ از ۷۳ اصلی واقع در بخش ۳ اردبیل که پلاک مذکور در راستای اسنادارسازی پلاکهای ثبتی به پلاک ثبتی شماره ۲۲۵۱ فرعی از ۷۳ اصلی قطعه ۵۳۲ تفکیکی واقع در بخش ۳ اردبیل تغییر یافته است و به شرح دفتر املاک ۵۳۴ صفحه ۲۶۰ به شماره ثبت ملک ۷۲۲۲۴ به شماره چاپی و سریال ۰۰۷۹۷۸ سری الف سال ۸۲ بنام نامبرده ثبت و صادر گردیده است به علت تغییر و تحویل هیئت مدیره شرکت مفقود گردیده است و پس از جستجوی کامل پیدا نشده تقاضای سند مالکیت العتبی نموده است و مفقود شدن سند مالکیت اولیه و اصلی صادره و تحریر شده طی بخشنامه های به شماره های شناسه یکتا ۰۰۲۱۲۴۰۰۰۲۱۲۴۰۰۰۲۱۲۴۰۰۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۰۶ به کلیه دفاتر اسناد رسمی ابلاغ گردیده است لذا مراتب مطبق ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت اسناد و املاک و تبصره یک ذیل آن آگهی می گردد که هر شخصی یا اشخاصی نسبت به ملک مورد آگهی معامله ای کرده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشند باید تا ده (۱۰) روز پس از تاریخ انتشار این آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو اردبیل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله کتبا تسلیم نمایند. در غیر این صورت و پس از انقضای مهلت مذکور و پس از طی مراحل اداری و تشریفات قانونی طبق مقررات سند العتبی بنام ملک ثبت و صادر و تسلیم خواهد شد و سند اولیه از درجه اعتبار خارج خواهد شد.

تاریخ انتشار آگهی: ۱۳۹۹/۰۷/۱۴

رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه دو اردبیل -رحمان حسینی قابل

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

برابر رای شماره ۲۹۷۲-۳۰۱۰۶۰۰۰۲۹۹۶-۳۰۱۰۶۰۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بالامعارض متقاضی آقای وحید خانی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۳۱۴۰۴ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۵/۹۰ متر مربع پلاک شماره ۲۹۰۷ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت متاعی وحید خانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۷/۲۹

۲۶۷ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررانی

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

برابر رای شماره ۲۹۷۱-۳۰۱۰۶۰۰۰۲۹۹۶-۳۰۱۰۶۰۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بالامعارض متقاضی آقای وحید خانی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۳۱۴۰۴ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۴/۳۵ متر مربع پلاک شماره ۲۹۰۷ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت متاعی وحید خانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۷/۲۹

۲۶۷ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررانی

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

برابر رای شماره ۲۹۷۱-۳۰۱۰۶۰۰۰۲۹۹۶-۳۰۱۰۶۰۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بالامعارض متقاضی آقای وحید خانی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۳۱۴۰۴ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۴/۳۵ متر مربع پلاک شماره ۲۹۰۷ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت متاعی وحید خانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۷/۲۹

۲۶۲ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررانی

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

برابر رای شماره ۲۹۵۰-۳۰۱۰۶۰۰۰۲۹۹۶-۳۰۱۰۶۰۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بالامعارض متقاضی آقای امیر عباس قفیبی فرزند علی بشماره شناسنامه ۷۰۷ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به استثنای بهای نیمه اصلی به مساحت ۱۶۷۳۰ متر مربع پلاک شماره ۲۷۰۹ فرعی از ۸ اصلی واقع در قریه جعفرآباد اخوان تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت حسن شیر کوند هدایت محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۶/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۷/۱۴

۲۲۱ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررانی

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه شرکت تعاونی مسکن کارگران شهرداری اردبیل برابر درخواست وارده بشماره ۱۰۰۳۰۰۵۲/۹۹۰ اعلام داشته که سند مالکیت ششداگ یک قطعه زمین شماره ۵۳۲ پلاک ۲۹۸۲ فرعی از ۲۲۹ و ۶۰۶ فرعی از ۷۳ اصلی وقع در بخش سه اردبیل که بترج صفحه ۲۵۸ دفتر ۵۸۸ بنام نامبرده ثبت و صادر شده است سپس سه تاگ متاع از ششداگ برابر سند شماره ۲۰۱۱۶ – ۹۸/۱۰/۱۱ دفترخانه ۷۸ اردبیل به شخصی غیر انتقال قطعی یافته است بعثت نامعلوم مفقود و پس از جستجوی کامل پیدا نشده و تقاضای سند مالکیت العتبی نموده است لذا مراتب به کلیه دفاتر طبق بخشنامه شماره ۰۰۲۱۲۴۰۰۰۲۱۲۴۰۰۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۰۲ ابلاغ سس در اجرای تبصره یک ماده ۱۲۰ اصلاحی قانون ثبت موضوع یک بار در روزنامه آگهی گردیده که هر کس ادعای وجود سند یا اسناد مالکیت معامله بنام خود داشته باشد طبق ۳۱۴۰۴ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۹/۰۹۲ متر مربع پلاک شماره ۲۹۰۷ فرعی از ۱۲ قانونی و یا اصل سند یا اسناد مالکیت را با اخذ رسید تسلیم این اداره نماید بدیهی است پس از انقضای مدت مفرره و طی تشریفات قانونی سند العتبی بنام نامبرده صادر و تسلیم خواهد شد و سند اولیه از درجه اعتبار ساقط خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۹۹/۰۷/۱۴

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو اردبیل -رحمان حسینی قابل

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

برابر رای شماره ۲۹۷۹-۳۰۱۰۶۰۰۰۲۹۹۶-۳۰۱۰۶۰۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بالامعارض متقاضی آقای وحید خانی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۳۱۴۰۴ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۵/۱۶ متر مربع پلاک شماره ۲۹۰۷ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت متاعی وحید خانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۷/۲۹

۲۶۷ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررانی

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

برابر رای شماره ۲۹۷۹-۳۰۱۰۶۰۰۰۲۹۹۶-۳۰۱۰۶۰۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بالامعارض متقاضی آقای وحید خانی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۳۱۴۰۴ صادره از ورامین در ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۵/۱۵۰ متر مربع پلاک شماره ۲۹۰۷ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت متاعی وحید خانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۷/۲۹

۲۶۸ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررانی

آگهی مزایده ی خودرو پراید

به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۸۰۰۱۲۴ یک دستگاه اتومبیل پراید ۱۳۱ سوزی مدل ۱۳۹۲ به شماره انتظامی ۲۴۵ س ۳۳ ایران ۲۱ متعلق به آقای غلامرضا سلوکی سرچشمه یندهکار پرونده اجرائی مذکور که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ چهارصد و هشتاد میلیون ریال ارزیابی شده از ساعت ۹ الی ۱۲ مورخ بیست و نهم مهرماه هزار و سیصد و نود و نه واقع در ورامین- به طرف جوادآباد- حصارک- پارکینگ آزادی از طریق مزایده به فروش می رسد. مزایده از مبلغ ارزیابی طبق گزارش کارشناس رسمی به مبلغ چهارصد و هشتاد میلیون ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود و کلیه هزینه های قانونی به عهده برنده مزایده است و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول خواهد شد. ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی اعلام گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد. لازم به ذکر است پرداخت بدعی های مربوطه در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدعی های مالیاتی و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد و از بیمه خودرو مورد مزایده اطلاعاتی در دست نمی باشد. ۵. توصیف اجمالی خودرو طبق گزارش کارشناس رسمی: شماره انتظامی ۲۴۵ س ۳۳ ایران ۲۲ نوع: سوزی پراید ۱۳۱ مدل ۱۳۹۲ و رنگ سفید روغنی- شماره شاسی ۱۲۶۳۵۳۴ و ۴۱۱۱۰۰۰ و شماره موتور ۴۸۹۷۷۰۷- چهار چرخ دو محور و چهار سیلندر و نوع سوخت بنزین و ظرفیت آن چهار نفر وضعیت ظاهری و فنی خودرو: مدل ۱۳۹۴ اطلاق و بدنه توضیح دارد دانشورد و صندلی در حد مدل و موتور و گیربکس و دیفرانسیل آماده یکار در حد مدل تایرها دارای آج مناسب و گلگیر جلو چپ دارای آثار فرورفتگی و رنگ گرفتگی است درب جلو چپ آثار بازسازی دارد گلگیر عقب چپ آثار کشیدگی و رنگ رفتگی به طول سه سانتی متر دارد. لازم به ذکر است جهت شرکت در مزایده به ذیل سیستم بانک مرکزی جهت تأیید وجوه واریزی به میزان ده درصد مبلغ پایه مورد مزایده موارد ذیل رعایت می گردد: ۱- پرداخت از طریق POS PC به ۴۸ ساعت اداری قبل از شروع مزایده ۲- پرداخت از طریق سیستم بانکی ۷۲ ساعت اداری قبل از شروع مزایده، لازم به ذکر است در صورت برنده نشدن استرداد وجوه از دهم ماه بعد قابل اجرا خواهد بود.

تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۷/۱۴

۲۵۳ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ورامین - محمد رحیم پور

۶۴۵



بررسی نیازهای کسب و کار در زمینه استراتژی دیجیتال

بحران کرونا و نیاز به استفاده از استراتژی‌های دیجیتال

به قلم: پریا مرکانت کارآفرین و مدیر ارشد موسسه Genpact
ترجمه: علی آل علی

شیوع ویروس کرونا در طول ماه‌های اخیر شرایط دشواری برای کسب و کارها ایجاد کرده است. بسیاری از برندها در طول ماه‌های اخیر با هدف مشاهده بهبود در زمینه درمان یا پیشگیری از شیوع کرونا اقدام به تعطیلی کسب و کارشان کردند. نکته مهم در این میان ماهیت بلندمدت مواجهه با ویروس کروناست. بنابراین کسب و کارها ناچار از بازگشایی فعالیت‌شان و اتخاذ راهکارهایی برای کاهش ضررهای جاری هستند. در این میان استفاده از استراتژی‌های دیجیتال نقش مهمی در بهبود فعالیت برندها در شرایط کرونایی دارد. همین امر ایده اصلی مقاله کنونی را شکل داده است. در ادامه برخی از مهمترین استراتژی‌های دیجیتال مورد نیاز کسب و کارها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

توسعه خدمات دیجیتال

پیش از شیوع ویروس کرونا نیز مشتریان تمایل بسیار زیادی برای دسترسی ساده و سریع به خدمات پشتیبانی در صورت نیازشان داشتند. یکی از ایرادهای اصلی برندها در این میان تلاش برای ارائه خودکار خدمات موردنظر است. اکنون با شیوع ویروس کرونا باید هرگونه دیدار حضور میان افراد کاهش پیدا کند. بنابراین در صورت نیاز به ارائه خدمات پس از فروش باید مشتریان شخصا ثبت درخواست نمایند. راهاندازی سامانه‌های ارائه خدمات به صورت دیجیتال اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. نکته جالب در این میان زیرساخت‌های مناسب اکثر برندها برای ساماندهی این حوزه است بنابراین در مقیاسی وسیع هیچ مشکلی پیش روی برندها قرار ندارد.

هرچه شخصی‌سازی و دیجیتال ساختن ارائه خدمات در حوزه کسب و کار بیشتر مدنظر برندها قرار گیرد، شانس بیشتری برای جلب نظر مشتریان همراه با پرهیز از ریسک‌های مربوط به کرونا خواهند داشت بنابراین استراتژی موردنظر باید مدنظر اغلب برندها قرار گیرد.

پذیرش پرداخت‌های آنلاین

بسیاری از کسب و کارها برای سال‌های طولانی به صورت حضوری فعالیت داشته‌اند. این امر همراه با دریافت وجه فروش محصولات به صورت نقد یا دست کم دستگاه‌های کارتخوان بوده است. اکنون با اعمال محدودیت بر روی فعالیت کسب و کارهای حضوری باید شیوه‌های تازه‌ای از سوی آنها در نظر گرفته شود. یکی از نکات اساسی در این میان جهت‌گیری هرچه بیشتر به سوی استفاده از سامانه‌های پرداخت دیجیتال است. درگاه‌هایی نظیر PayPal امنیت و سادگی قابل توجهی دارند. این امر امکان مبادله مبالغ کلان میان برندها را امکان‌پذیر می‌سازد. بسیاری از کسب و کارها در طول سال‌های متعددی اقدام به بهبود وضعیت‌شان در این حوزه کرده‌اند.

بدون تردید تلاش برای دیجیتال‌سازی تمامی بخش‌های کسب و کار در مدت زمانی اندک دشوار خواهد بود. راهکار جایگزین در این میان تلاش برای طراحی نقشه‌ای مناسب و برداشتن گام‌های کوچک اما تاثیرگذار است. این امر در بلندمدت وضعیت کسب و کارها را به شدت بهتر خواهد کرد.

طراحی اپ برای برند

امروزه بسیاری از برندهای بزرگ دارای اپ رسمی هستند. این امر موجب تعامل بهینه و هرچه بیشتر مشتریان با برندها می‌شود. اگر کسب و کار شما دارای سایت رسمی و اکانت‌های متعدد در شبکه‌های اجتماعی است، شاید نوبت طراحی اپ رسمی نیز فرا رسیده باشد. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارهاست.

برندهایی نظیر نایک یا آدیداس در طول دوران قرنطینه با استفاده از اپ‌های‌شان اقدام به تعامل با مشتریان کردند. این امر در مورد آدیداس با ارائه تمرین‌های ورزشی مناسب برای محیط درون خانه دنبال شد. همین امر میزان محبوبیت اپ این برند در استورهای مختلف را به شدت افزایش داده است. طراحی اپ رسمی با توجه به بحران بلندمدت کرونا ضرورت بسیار زیادی دارد. شاید کسب و کارها در این زمینه دارای مهارت بالایی نباشند، بنابراین همکاری با توسعه‌دهندگان اپ و برنامه‌نویس‌ها ضروری خواهد بود. در غیر این صورت وضعیت کسب و کارها به شدت بغرنج خواهد شد.

طراحی اپ رسمی برای برند هزینه بسیار زیادی در پی ندارد بنابراین همکاری با تیم‌های معتبر در این عرصه باید در دستور کار قرار گیرد. اگر اپ رسمی یک برند پس از رونمایی با مشکلات عمده در زمینه ارائه خدمات یا حتی کاربری ساده مواجه شود، جلب دوباره اعتماد و نظر کاربران با طراحی اپ تازه دشوار خواهد بود. امروزه داشتن یک اپ رسمی برای برندها درست مانند راهاندازی سایت رسمی دارای اهمیت است بنابراین باید نسبت به رعایت استاندارد تازه عرصه کسب و کار توجه نشان داد.

مقایسه کسب و کارمان با رقبا پیش از مشتریان

امروزه مشتریان برای خرید محصولات و خدمات مختلف اقدام به مقایسه برندهای مختلف می‌کنند. این امر نوعی عادت رایج در میان برندها محسوب می‌شود. یکی از نکات مهم در زمینه فعالیت دیجیتال برندها مربوط به مقایسه کسب و کارشان با رقباست. این امر باید با هدف تاکید بر روی مزیت‌های برند در مقایسه با دیگر رقبا صورت گیرد. اگر یک برند به این نکته توجه نداشته باشد، مشتریان براساس معیارهای شخصی اقدام به مقایسه موردنظر خواهند کرد. شاید یک برند از استانداردهای بالای کسب و کارش مطمئن باشد، اما هرگز امکان اطمینان از نحوه مقایسه‌اش از سوی مشتریان را نخواهد داشت بنابراین کسب اعتماد نسبت به وضعیت فعالیت رقبا دارای اهمیت بسیار زیادی است.

الگوبرداری از برندهای بزرگ همیشه ایده جذابی محسوب می‌شود. اگر کسب و کارها نسبت به این نکته توجه کافی نداشته باشند، در بلندمدت با مشکلات متعددی مواجه خواهند شد. الگوبرداری از رقبا در زمینه ارزیابی وضعیت فعالیت‌شان در زمینه مقایسه با دیگران امکان یادگیری نکات تازه‌ای را فراهم می‌سازد.

بازنگری در تعامل دیجیتال با مشتریان

برخی از کسب و کارها برای مدت زمان طولانی در عرصه فعالیت دیجیتال حضور داشته‌اند. این امر باید با دید مثبت مورد ارزیابی قرار گیرد. نکته مهم در این میان توجه به سابقه کاری چنین برندهایی است. اگر یک برند نسبت به به‌روزرسانی وضعیت کاری‌اش اقدام نکند، به سرعت با مشکلات عمده مواجه خواهد شد. نکته مهم در این میان بازنگری در نحوه تعامل دیجیتال با مشتریان به صورت مداوم است. اگر این نکته مدنظر برندها قرار گیرد، به سادگی امکان پرهیز از بروز بحران‌های بزرگ در زمینه تعامل با مشتریان فراهم خواهد شد.

منبع: entrepreneur.com

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی-اقتصادی

| دوشنبه ۱۴ مهر ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۳۸ | 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: ۸۸۲۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



معاونت فنی و عمرانی

نوبت دوم

آگهی 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،	حد اقل رتبه مناقصه گر	مدت اجرا	مبلغ ضمانتنامه (ریال)	هزینه خرید اسناد (ریال)
جدول‌گذاری و زیرسازی و آسفالت خیابان دام و طیور	۹۸۲۵۱۱۱۰۹۵۲	اینیه و راه، راه آهن و باند فرودگاه سال ۱۳۹۹	رتبه ۵ راه و ترابری	۴ ماه	۴۹۱,۳۰۰,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰

- شرایط:

- مبلغ هزینه خرید اسناد مناقصه می‌بایست به شماره حساب ۱۰۰۶۰۰۱۶۰۰۲۱ 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-ج-چ-ح) ماده ۴ آئین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۳۹۴/۹/۲۲ ت/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 تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی الزامی می‌باشد.
- برندگان اول و دوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سیرده 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 حيث 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 برنامه ریزی 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 پاکات مربوطه قرار دهند.

- محل تحویل پاکات: قم- بلوار امام موسی صدر- ساختمان شهرداری مرکز- بلوک A -طبقه ششم -اداره حراست و امور محرومانه

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۰۷/۱۴

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۰۷/۱۳



سازمان آگهی‌ها

۸۶۰۷۳۱۴۳