

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

دانشکده مدیریت دانشی در ایران راه اندازی می شود

رهبری دانش گرایانه

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت دانشی با رویکرد

رهبری دانشگران، هشتم همراه همزمان با روز
بزرگداشت مولوی در دانشگاه خاتم برگزار شد...

۲

گزارش «اکنونیست» از عملکردهای اقتصادی در میانه بحران کرونا

برندگان و بازندگان
اقتصادی کرونا

فرصت امروز: در حالی که کمتر از چند ماه به یک سالگی شیوع کرونا باقی مانده است، اندیشمندان می گویند دنیای پساکروناایی وجود ندارد و انسان ها با یسستی به زندگی با ویروس کووید-۱۹ عادت کنند؛ همان طور که دنیای پسایدزی وجود نداشت و مردم با وجود آگاهی از احتمال ابتلا و سرایت به ویروس HIV به زندگی عادی خود ادامه داده و شمار زیادی هم در اثر ابتلا به این ویروس هر ساله جان خود را از دست می دهند بنابراین نسل تازه ویروس کرونا، مهمان ناخوانده دنیای ماست و به نظر می رسد مصائب این میهمان ناخوانده حالا حالاها با ما خواهد بود. در این بین، سوال این است که این رخداد در حوزه اقتصاد چه تأثیری داشته است و نظام های اقتصادی چگونه می توانند در کنار شیوع کرونا به حیات خود ادامه دهند؟ در پاسخ به این سوال، «اکنونیست» در گزارش...

۳

شاخص بورس تهران با رشد ۵۵ هزار واحدی به رقم یک میلیون و ۵۹۷ هزار واحد رسید

رشد دسته جمعی شاخص ها

۵

مدیریت و کسب وکار

توفان توییتری ایلان ماسک از
بهبود فناوری تسلا خبر داد

- تغییرات صنعت کشتیرانی تا پایان ۲۰۲۰
- ۱۵ وبسایت برتر حوزه تجارت و کسب و کار
- بازاریابی ویدئویی در شرایط کرونایی
- بازاریابی و فروش محصولات در بازارهای رقابتی با ایجاد تمایز
- برنامه Airbnb برای فرار از بحران کرونا
- توافق با یونان اقدام جدید مایکروسافت

۸ تا ۱۶

بانک مرکزی از عرضه روزانه ۵۰ میلیون دلار
به صورت اسکناس خبر دادافزایش سقف خرید
در بازار متشکل ارزی

توسعه صنعتی بدون توجه به ذخیره دانایی محقق نمی شود

اقتصاد سیاسی صنعت زدایی به روایت فرشاد مومنی

می خواهند به کام غیرمولدها گام های جدید برداشته شود؟ در اثر آن سقوط بنیه تولیدی، سقوط کیفیت زندگی مردم، سقوط توان مالی دولت را به گونه ای که طی سه دهه گذشته شاهد بوده ایم، تکرار کنیم؟
* تولید فناوریانه تنها راه نجات اقتصاد ایران است

به اعتقاد مومنی، «اگر از منظر اصولی در جست وجوی گشایش اقتصادی هستیم باید یک ارزیابی آسیب شناختی درباره همه سیاست هایی داشته باشیم که انگیزه های تولید فناوریانه در ایران را با مخاطره و چالش های بی سابقه تاریخی روبه رو کرده است. زمانی که از این زاویه نگاه می کنید متوجه می شوید طی سه دهه گذشته دائماً با آدرس های غلط روبه رو هستیم، نه توریسیم، نه موقعیت ترانزیتی کشور و نه هیچ راه حل دیگری جز تولید فناوریانه راه نجات ما نیست. مسئولان کشور باید از کارشناسان زیرمجموعه خودشان بخواهند تا از تولید فناوریانه برای آنها رمزگشایی کنند. بحث بر سر این است که مهمترین خصلتی که تولید فناوریانه دارد این است که قدرتی بی نظیر در خلق نیازهای مصرفی جدید دارد. این بدین معناست هر کشوری که از این مسئله سر باز بزند و بنیه تولیدی خودش را ارتقا ندهد ناتوانی در تأمین نیازهای مصرفی جدیدا خلق شده و افزایش یافته اش تبدیل به کانون اصلی بحران و ناپایداری سیستمی برای او خواهد شد. این مسئله از ربع پایانی قرن بیستم تا امروز که ما با انقلاب در ارتباطات روبه رو شده ایم، ابعاد بی سابقه ای پیدا کرده است. بنابراین زمانی که از این زاویه شناخت خودتان را ارتقا می دهید متوجه می شوید ادبیات بسیار شسته و رفته و روشنی وجود دارد.»

استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی با اشاره به اینکه «می گویند اگر می خواهید تولید ریشه دار شود برنامه های ملی پیشگیری از فساد و ترتیبات نهادی ارتقا دهنده هزینه فرصت مفت خوارگی و برنامه های عالمانه حمایت توسعه گرا از تولید را در دستور کار قرار دهید»، گفت: «تا زمانی که این سه اتفاق نیفتند و افراد بتوانند از طریق شبیهوهای سهیل خوری و مفت خوری و بدون تلاش، بهره مندی داشته باشند، امکان ندارد تولید ریشه پیدا کند اما اگر تولید اتفاق افتاد آنگاه از تولیدی اعتلا بخشی جامعه با ابعاد بی سابقه ای از مسائل روبه رو می شوید. در طول تاریخ بشر نام اکثریت قریب به اتفاق تمدن ها بر محور کار و تولید و شغل مسلط در آن دوره تعریف شده است. اساس تمدن سازی کار مولد و تولید اعتلا بخش است. چگونه می شود طی سه دهه گذشته الا تولید سراغ هر چیزی به عنوان راه نجات می رود؟ «اینگل هسارت» را که یکی از مطرح ترین و بزرگ ترین مفکران در زمینه توسعه فرهنگی در دنیاست، از این باب مثال می زنم که در آثار خود می گوید: «هر کشوری در جست وجوی عینیت بخشی به جلوه های متعالی اخلاقی و فرهنگی است باید برای شهروندان خود امنیت اقتصادی فراهم کند.» امنیت اقتصادی با مفت خورگی و دلالی ایجاد نمی شود.»

به باور مومنی، «ابعاد خیلی غیرمتعارف تری از اینکه ضد تولید و توسعه هم به یک نظام حیات جمعی تبدیل شده و بنابراین مواجهه غیربرنامهریزی شده با آن قطعاً محکوم به شکست است. به صورت بنیادی راه نجات ایران این است که ابتدا یک التزام نهادهند به کار بست علم در فرآیندهای تصمیم گیری و تخصیص منابع در دستور کار قرار داده شود. اکنون چه در سطح قوه مجریه و چه در سطح قوه مقننه چنین التزام نهاده مندی وجود ندارد. این گونه نمی شود که سیاست دستکاری نرخ ارز را در یک دوره ۳۰ ساله بیش از ۱۰۰ بار اجرا کنیم و در هر ۱۰۰ بار هم شکست بخورد و هیچ کدام از اهداف اعلام شده را بار نیاورد، ولی باز برای صد و یکمین بار هم در دستور کار قرار بگیرد. گشایش اقتصادی منحصر از طریق سازوکارهای معطوف از حمایت از تولید توسعه گرا امکان پذیر است.»

او درباره اقتصاد سیاسی صنعت زدایی می گوید: «اقتصاد سیاسی صنعت زدایی در ایران، این مسئله را برجسته می کند که اینکه ما به صورت همزمان در حیطه های فرهنگ، سیاست، اجتماع و اقتصاد شرایط بحرانی را تجربه می کنیم، به این دلیل است که نه تنها وجه غالب ساختار نهادی کنونی ما مشوق تولید، کارایی و بهره وری نیست، بلکه بر اثر تن دادن به برنامه شکست خورده تحلیل ساختاری و باز توجیه آن، الان دقیقاً پشت به هدف ایستاده ایم. نکته بسیار مهم دیگری که در این زمینه وجود دارد، این است که به جای اینکه تلاش کنیم هم تولید صنعتی و هم کشاورزی و هم خدمات مولد ارتقا پیدا کنند، دقیقاً به سمت صنعت زدایی حرکت کردیم.»

* بی سابقه ترین سطح صنعت زدایی در تاریخ معاصر

به گفته مومنی، «بی سابقه ترین سطح صنعت زدایی در تاریخ اقتصادی یکصد ساله، طی ۱۰ ساله اخیر رخ داده و اینکه با این سطح از تهدید و مشکل مواجه هستیم، نمره این خطای راهبردی است که در عرصه سیاست گذاری اتفاق افتاده و این مسئله در ۱۰ ساله اخیر ابعاد بسیار شکننده تری نسبت به هر دوره دیگری پیدا کرده است. کمتر کسی تردید دارد که راه نجات ایران از مسیر بستر سازی برای خلق فرصت های شغلی مولد می گذرد. از این زاویه وقتی داده های سرشماری سال ۱۳۸۵ را با داده های سال ۱۳۹۰ مقایسه می کنیم به شفاف ترین شکل ممکن، وارد کردن ضربه های مهلک به بخش های مولد را مشاهده می کنیم. براساس داده های این دو سرشماری، خالص فرصت های شغلی ایجاد شده در بخش صنعت ایران در فاصله این دو سرشماری، منفی ۴۱۵ هزار شغل است. این عدد حاصل جمع جبری شغل های جدید در بخش صنعت ایران و شغل هایی که به دلیل سیاست های اشتباه از دست رفته، حاصل شده است. دقیقاً به موازات این در همین دوره خالص فرصت های شغلی ایجاد شده در مشاغل غیر قابل طبقه بندی ۷۱۵ هزار شغل است.»

استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی ادامه می دهد: «مولفه دومی که باید مورد اشاره قرار گیرد، سقوط سهم صنعت از تولید ناخالص داخلی کشور است. براساس گزارش های رسمی، سهم بخش صنعت و معدن در اقتصاد ایران از حدود ۱۸ درصد در سال ۱۳۸۳ به حدود ۱۱ درصد در سال ۱۳۹۱ رسیده است. یعنی یک سقوط حدود ۴۰ درصدی دقیقاً در دورانی که ما در قله درآمدهای نفتی هم قرار داشتیم. مولفه دیگری که باید مورد بررسی قرار گیرد، نسبت سرمایه گذاری به ارزش افزوده در بخش صنعت است. این متغیر نشان دهنده این است که انگیزه سرمایه گذاری در بخش صنعت به شکل متناسب کاهش معناداری پیدا کرده است. نسبت سرمایه گذاری و ارزش افزوده صنعت از ۳۸ درصد در سال ۱۳۸۳ به ۱۹ درصد در سال ۱۳۹۱ رسیده است.»

رئیس موسسه «مطالعات دین و اقتصاد» ادامه داد: «اگر مسئولان می خواهند گشایش اتفاق بیفتد باید فزایسی را که در آن انگیزه های سرمایه گذاری تولیدی به طرز فاجعه آمیزی سقوط کرده است، مورد، رمزگشایی و آسیب شناسی قرار دهند. سیاستمداران باید اصلاح نظام پاداش دهی را که فعالیت های مولد را دچار انبوهی از فشارها و ریسک ها و نااطمینانی ها کرده و برخورداری های غیرمتعارف برای دلال ها و رباخورها ایجاد کرده است، در دستور کار قرار دهند. آنها باید نظام بودجه ریزی و برنامهریزی کشور را در دستور کار قرار دهند تا گشایش ایجاد شود. شما باید برای تهدیدهای پر تعداد و بحران های پر شمار اقتصادی- اجتماعی که کشور دارد برنامه ارائه دهید. اگر این کارها را انجام دهید می توانیم امید گشایش داشته باشیم. آیا دولت و مجلس محترم بررسی کرده اند مخاطب های اصلی فرصت جدید برای قمار و سوداگری چه کسانی هستند؟ آیا همچنان

این یک مسئله بسیار تکان دهنده در اقتصاد سیاسی ایران است و دقیقاً حدود ۳۱ سال از زمانی که به صورت تدریجی و فزاینده و امروز به صورت نظاموار فرآیندهای تصمیم گیری و تخصیص منابع در ایران پشت به تولید کرده اند و غیرمولدپروری را پیشه خود کرده اند، می گذرد؛ در این شرایط انتظار گشایش اقتصادی یک انتظار به غایت پرهزینه، فاجعه ساز و با چشم اندازهای بسیار نگران کننده است که تحریک به آشوب و ناآرامی و تعمیق وابستگی های ذلت به دنیای خارج و از کارکرد افتادگی همه ارکان نظام حیات جمعی را به دنبال دارد. در مواجهه با این مسئله و برای روشن کردن ذهن نظام تصمیم گیری اساسی کشور می توانیم از دو روش استفاده کنیم: نادرستی ها و تناقض و ناکارآمدی های طرح پیش فروش نفت را برجسته کنیم؛ نشان دهیم زمانی که به تولید پشت می کنیم و انگیزه های سرمایه گذاری مولد از بین می رود، نباید انتظار بهبود اوضاع داشت. اگر ما قادر باشیم هزینه های این مسئله را به ویژه از منظر آسیب هایی که از نظر فقر و فلاکتی به اکثریت مردم تحمیل می کند و محیط زیستی که رو به نابودی گذاشته می شود را آشکار کنیم شاید این امید وجود داشته باشد که علاج واقعه قبل از وقوع شود و قباحث رویکردهای ضد توسعه و فاجعه سازی های آن به اندازه ای برما شود.»

* ۷۵ درصد از مردم نیازمند حمایت دولتی هستند

رئیس موسسه «مطالعات دین و اقتصاد» ادامه می دهد: «زمانی که شما می بینید چگونه با الفاظ بازی می شود و برای یک آینده فروشی خطرناک عنوان «گشایش» گذاشته می شود، می توانید بازی با الفاظ و منطق های نام گذاری را در ابعاد متنوع تری مورد توجه قرار دهید. در جامعه ای که بالغ بر ۷۵ درصد جمعیت بنا به تصریح گزارش های رسمی معاونت رفاهی وزارت کار، نیازمند حمایت برای بقا هستند، اینکه شما می گویند گشایش برای مردم هست باید بگویید برای کدام مردم است؟ کدام مردم هستند که به انگیزه های سوداگرانه می توانند منابع خودشان را صرف این قضیه کنند؟ آیا می توانیم اسم این کار را گشایش بگذارید در حالی که در بهترین حالت اگر تمام آثار فاجعه ساز این سیاست نادیده گرفته شود فقط و فقط می تواند بحران را اندکی به تعویق بیندازد و یک راه کوتاه نگرانه ای با هزینه های سنگین تر آتی برای بدهکار کردن دولت و با هدف تأمین کسری مالی دولت به شیوه کوتاه نگرانه در دستور کار خودش قرار دهد. آیا گشایشی برای مردم اتفاق می افتد؟»

مومنی تصریح می کند: «اگر به گفته برخی احتمالاً قیمت نفت در سال های آتی افزایش پیدا کند، دولتی که تا خرخره در بدهی قرار دارد و براساس مفاد بودجه سال ۱۳۹۹ خودش برای گذران امور جاری اش فرمان فروش هر دارایی قابل فروش را داده و طیف متنوعی از راههای بدهکار سازی را هم در دستور کار قرار داده و دولت بعدی را به برگزگان رویه های کوتاه نگرانه خودش می گیرد؛ چه می تواند بکند؟ با این هزینه گزاف که حیثیت و مشروعیت دولت را به چالش می کشد زمانی که سر رسید ادای این تعهدات فراهم می شود، این اقدام آیا نسبتی با حل مشکل بیکاری گسترده و فراگیر در کشور را دارد؟ آیا قادر است مسئله تورم را حل کند؟ آیا این کار می تواند روند سقوط انگیزه های سرمایه گذاری را حل و فصل کند؟ با این کار که یک گام منحوس در جهت دلاری کردن اقتصاد ایران هست، آیا چشم امید داریم که گشایش از این طریق پدیدار شود؟ با نهایت تأسف باید عرض کنم که این کار هم چیزی اسفبارتر از ماجرای تلاش برای حذف چهار صفر است. در شرایطی که کشور این همه تنگنا و بحران دارد، چرا دولت و مجلس به آن مسائل بنیادی تا این درجه بی توجهی می کنند و دائماً راه حل های کوتاه نگرانه شکل گزراانه، صوری و بی محتوا و نمایشی را در دستور قرار می دهند؟»

فرصت امروز: فرشاد مومنی، استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی به تازگی در موسسه «مطالعات دین و اقتصاد» از اقتصاد سیاسی صنعت زدایی سخن گفت و از بی سابقه ترین سطح صنعت زدایی در تاریخ معاصر ایران طی ۱۰ سال گذشته پرده برداشت. او اعتقاد دارد که در یک دهه گذشته با بیشترین نمود صنعت زدایی در تاریخ اقتصادی یکصد سال اخیر روبه رو بوده ایم و هیچ راهی جز تولید فناوریانه پیش روی اقتصاد ایران نیست. او در بخشی از سخنرانی خود در موسسه «مطالعات دین و اقتصاد» درباره وضعیت امروز صنعت چنین گفته: «بی سابقه ترین سطح صنعت زدایی در تاریخ اقتصادی یکصد ساله، در ۱۰ سال اخیر رخ داده است. در آشفته بازاری که در کشور ایجاد شده است فهم سره از ناسره نیازمند شفافیت و خرد است چون اگر غیر این باشد کسانی که با حسن نیت و به شیوه عالمانه مسائل را حل می کنند، وقتی با بی مهری و بی توجهی روبه رو می شوند، ممکن است روحیه خود را از دست بدهند. مسئله بسیار مهم دیگری که در شرایط کنونی حائز اهمیت است، این است که فردی بتواند راه حل هایی برای همه مسائل پیچیده ایران در شرایط کنونی داشته باشد که این ادعا گزاف است.»

به گفته مومنی، «از طریق همفکری و همکاری می توانیم گام های بهتری را به سمت تحقق اهداف برداریم. در بیان اصحاب سیاسی صنعت ایران نمونه های خیلی روشنی از این کوتاه نگری وجود دارد. البته مفهوم کوتاه نگری دشنام نیست، بلکه یک اصطلاح نظری و به معنای ترجیح نظموار مصالح کوتاه مدت به امور بلندمدت است. این ویژگی در همه جوامع در حال توسعه وجود دارد.»

* از وعده گشایش اقتصادی تا روند آینده فروشی

مومنی به اینجا که می رسد تأکید می کند: «می توانیم تجربه اداره کشور را طی ۱۰ ساله گذشته مورد توجه قرار دهیم. هر گاه مصلحان درباره اقدامات نادرست و غیر کارشناسی سیاست گذاران نکته هایی را مطرح می کردند، از جمله ابزارهایی که برای تیره داشتند این بود که می گفتند ما این کارها را کردیم و اتفاقی نیفتاد. تولیدی داشته اعتماد به نفس همگانی می شود و پایه های هویت ملی و استقلال ملی از آنجا شکل می گیرد. اندیشه ها بسط پیدا می کنند. نظم فکری و نظم رفتاری ایجاد می شود. وقتی گفته می شود ساختار باید مشوق تولید باشد یعنی در همه بخش های حیات جمعی باید اصل بر ارتقای دانایی، فرهنگ، آگاهی و رقابت عادلانه باشد. در چارچوب مناسبات مشوق سازمان های مافیایی این مسائل شکل و شمایل دیگری پیدا می کنند. تولید مجوری همین قدر که مسئله بقای ماست، مسئله امنیت ملی هم هست و باید امیدوار بود که نظام تصمیم گیری کشور هرچه سریع تر نسبت به بایسته های این مسئله واکنش نشان دهد.»

استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی می گوید: «در چند سال گذشته یک روند انحطاط در عملکرد اقتصادی ایران مشاهده می شود و این روند طیف متنوعی از نگرانی ها و آشفته گی های ذهنی را در سطح نظام تصمیم گیری، تولید کنندگان و عامه مردم شامل شده و همه وجود گشایشی را در اقتصاد ایران مطالبه می کنند، اما وعده گشایش به شیوه امروز باز شدن باب جدیدی از آینده فروشی و غیرمولدپروری و پشت کردن به تولید است؛ پرسش این است که آیا می توان از طریق به حاشیه راندن افراطی تولید و انقطاع مطلقه از آن چشم اندیزی به گشایش و بهبود وضعیت جامعه داشته باشیم یا خیر؟» به اعتقاد مومنی، «تجربه دنیا ثابت کرده که محال است گشایش توسعه گرا، پایدار و اعتلا بخش در کشوری یا در صنعتی پدید بیاید، بدون اینکه توجه به بنیان های علمی- فنی تولید و به معنای دقیق کلمه، حمایت از تولید توسعه گرا و تولیدی که دانایی و توانایی محور است در دستور کار قرار بگیرد.



دریچه

بیانیه سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانشی

در انتهای سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانشی با رویکرد رهبری دانشگاه‌ران، بیانیه این همایش توسط دکتر آذر صائمان، عضو انجمن مدیریت ایران و دبیر علمی کنفرانس قرائت شد. در این بیانیه آمده است: «خداوند قادر متعال را سپاس می‌گوییم که در سال ۱۳۹۹ «انجمن مدیریت ایران» با همکاری ارزشمند صاحب‌نظران، اندیشمندان و استادان برجسته مدیریت دانشی و همچنین همکاری «انجمن مدیریت دانشی اتریش» و «دانشگاه خاتم» توانست علی‌رغم تحریم‌ها و شیوع بیماری کووید-۱۹، این رخداد علمی را با حضور مدیران عالی‌رتبه، کارشناسان ارشد و دانش‌پژوهان حوزه علمی در شرایط بسیار متفاوت ولی اثرگذار در تاریخ ۸ مهر ۱۳۹۹ برگزار نماید. این کنفرانس با اهداف توسعه مهارت‌های رهبری مدیریت دانشی و توانمندسازی دانشگران در ارزش آفرینی و تعالی با محورهای زیر برنامه‌ریزی و اجرا گردید:

- * رهبری دانشگران در مسیر تحول دیجیتال؛
 - * سبک‌های رهبری و ارزش‌های سازمانی دانشگران؛
 - * مدیریت دانشی و قابلیت پویا در کسب مزیت رقابتی پایدار؛
 - * رهبری دانشگران: (عشق و تعهد، حمایت و انگیزش، بلوغ سازمانی)؛
 - * یادگیری دوسویه و استخراج دانش، دانشگران سازمانی.
- همچنین «سومین دوره جایزه مدیریت دانشی» همسو با اهداف کنفرانس با حضور پرشور سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ تولیدی، صنعتی و دانش‌بنیان برگزار گردید. ارزیابی‌های حرفه‌ای شرکت‌ها با همکاری تیم‌های ارزیابان ارشد، ارزیابان و مشاهدگران صاحب‌نظر اجرا شد و سازمان‌ها، بانک‌ها و شرکت‌های متقاضی حضور در جایزه پس از طی مراحل ارزیابی موفق به کسب تندیس و گواهینامه شدند. نتایج و دستاوردهای این رخداد علمی در قالب بیانیه کنفرانس به شرح زیر ارائه می‌گردد تا توسط مسئولان و مدیران ارشد سازمان‌ها مورد عنایت و بهره‌برداری قرار گیرد:

- * شایسته‌است که با به‌کارگیری مبانی مدیریت دانشی تعامل سازمان‌ها با اعتقاد به هم‌افزایی علمی و کمک به توسعه کارست‌های علمی مورد تاکید قرار گیرد تا از این طریق بتوانیم حضوری اثرگذار در بهبود برنامه‌های مدیریتی در سازمان‌ها داشته باشیم.

- * برای تحقق این موضوع مهم با ایجاد پایگاه دانشی می‌توان از نتایج تحقیقات و نظرات تخصصی دانشگاه‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی و همچنین تجارب سایر کشورها بهره برد تا زمینه تحقق هدف فراهم گردد.
- * از طریق رهبری دانشگران می‌توان در موضوع‌های مهمی مانند ارزش آفرینی، رقابت‌پذیری، خلاقیت و نوآوری، کارآفرینی، اخلاق حرفه‌ای و... ضمن بهره‌مندی از قابلیت‌ها و شایستگی‌های دانشگران نسبت به ارتقای انگیزه‌ها و تعهد و پایبندی به مسئولیت‌پذیری رهبری علمی در سازمان‌ها همت گماشت.

- * با توجه به اثرات ارزنده مدیریت دانشی در موفقیت سازمان‌ها، لازم است تا رسانه‌های ملی جهت توسعه مبانی علمی و کاربست‌های ناشی از استقرار مدیریت دانشی در سازمان‌ها نسبت به فرهنگ‌سازی ارزش‌های پایدار در این مقوله تلاش نمایند. در این زمینه به‌رکارکنندگان این کنفرانس از هیچ کوششی برای تحقق این امر فروگذار نخواهند بود و آمادگی کامل برای اجرای این مهم را دارند تا نسبت به فرهنگ‌سازی و بهره‌گیری از دستاوردهای مدیریت دانشی همت گمارند.

- * با توجه به ابعاد اقتصاد دانایی‌محور و به‌کارگیری منابع سرمایه‌ای در برنامه‌های توسعه کشور، ایجاد تحول در نظام‌های مدیریتی با رویکرد مدیریت دانشی باید مورد توجه و اهتمام مسئولان و مدیران ارشد سازمان‌ها قرار گیرد.

- * رویش شوق، انگیزه و ثمردهی دستاوردها در سایه خودباوری، خودآگاهی و ایمان به خداوند متعال میسر و ممکن است. در این مسیر رهبری آگاهانه و مدیرانه دانشگران با ژرف‌اندیشی و بصیرت نسبت به آینده و تحولات علمی و فناوری می‌تواند تغییرات شگرفی را در سازمان‌ها ایجاد نماید. در این رهگذر شناسایی ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و استعدادهای سرمایه‌های انسانی حرکتی ضروری و قابل ارج نهادن می‌باشد.

- * افتخارآفرینی با مسئولیت‌آفرینی در سایه پژوهش‌های علمی و کاربست آن میسر و ممکن می‌گردد. دارا بودن تفکر صیانت از مالکیت فکری با رویکرد به‌کارگیری مبانی علمی دانش‌بنیان می‌تواند با اتخاذ تصمیم‌های راهبردی و ترویج روحیه مشارکت و بهره‌گیری از خرد جمعی سازمانی توأم باشد.

- * اهتمام در زمینه ارتقای جایگاه مدیریت دانش و حل دغدغه‌ها و مسائل سازمانی به وسیله دانشگاه‌ران و خبرگان دانشی درون‌سازمانی و همچنین ارتقای تعاملات علمی دانشی در سطح ملی باید از اهم وظایف کلیدی رهبران سازمان‌ها باشد.

- * بر این باور هستیم که رهبری دانشگران، موجب ارتقای قابلیت‌ها و شایستگی‌های کلیدی سرمایه‌های انسانی شده و با بلوغ سازمانی خلق ارزش از طریق معماری دانشی فرآیندهای سازمانی تسهیل می‌گردد.
- * الگوهای رهبری دانشگران بر پایه ایجاد و رشد تعهد، حمایت و هم‌افزایی دانشگران موجب همسویی و ارتقای ادراک و اعتماد سرمایه‌های انسانی در کلیه سطوح سازمان را فراهم می‌کند، لذا توجه به زیرساخت‌های فرهنگی در این حوزه حائز اهمیت می‌باشد.
- * خلق ارزش پایدار برای کلیه ذی‌نفعان، از طریق ترسیم نقشه راه مدیریت دانشی و حمایت مستمر از راهبردهای کلیدی امکان‌پذیر می‌باشد. در این زمینه تأمین زیرساخت‌های مناسب برای پژوهش‌ها و مطالعات علمی و کاربردی مورد تأکید می‌باشد.

- * توجه به تغییرات و تحولات دیجیتال و ورود سازمان‌ها به عصر انقلاب صنعتی چهارم، نیازمند تدوین برنامه‌هایی برای کاربست مطلوب در سه حوزه دانش، نگرش و مهارت‌های موردنیاز دانشگران برای خلق فرصت‌های جدید در سازمان‌ها می‌باشد تا بتوانند به مزیت‌های پایدار دست یابند.
- در این رخداد بین‌المللی سرکار خانم پروفسور کیمیز دالکیر (Kimiz Dalkir) استاد برجسته دانشگاه MC Gill از مونترال کانادا و همچنین جناب آقای دکتر آندریاس برندنر، رئیس انجمن مدیریت دانش اتریش و جناب آقای دکتر قاسمی، رئیس انجمن مدیریت ایران و رئیس دانشگاه خاتم و جمعی از استادان و اندیشمندان بلندپایه ایرانی به عنوان سخنرانان کلیدی و تخصصی، انجمن مدیریت ایران را یاری کردند تا بتوانیم نسبت به توسعه و نشر مفاهیم نوین در حوزه مدیریت دانشی با تاکید بر رهبری دانشگران، نقش مرجعیت علمی انجمن را در سطح ملی و بین‌المللی ارتقا دهیم. امید است این تلاش ارزنده بتواند گامی موثر در افزایش دانش تخصصی رهبران سازمان‌ها جهت حفظ، مراقبت و تعالی سرمایه‌های انسانی و دانشگران در کشور فراهم نماید.»

انجمن مدیریت ایران، ۸ مهرماه ۱۳۹۹.



می‌کند که چگونه می‌توان یک آرمان را به واقعیت تبدیل کرد. آنچه یونانیان باستان به آن «خرد عملگرا» (Phronesis) می‌گفتند، رهبران خردمند همچنین باید آماده باشند تا تعصبات گذشته را کنار گذارند و در یک فرآیند «تصمیم‌گیری باز» (مبتنی بر تحقیق و پرسش به جای جانب‌داری) شرکت کنند. از سوی دیگر، عدالت و انصاف از «احترام» ناشی می‌شود و رهبران خردمند این احترام را نشان می‌دهند. آنها همچنین از طریق تعامل مؤثر با «طرفداران»، «منتقدان» و «افراد بی‌طرف»، این درک را در آنها ایجاد می‌کنند که از شایستگی رهبری برخوردارند.»

رئیس هیأت مدیره انجمن مدیریت ایران در جمع‌بندی صحبت‌هایش گفت: «مدیرانی که قصد موفقیت دارند، باید اطلاعات خود را به‌روز کرده و از این اطلاعات و انباشت دانش در جهت مدیریت خود بهره‌برداری کنند. توصیه می‌کنم در هیچ مرحله‌ای از مثبت‌اندیشی عدول نکنید، چراکه در حوزه مدیریت، هرگز کاری وجود ندارد که نتوان آن را انجام داد. با توجه به توانایی‌هایی که خداوند در انسان قرار داده، او می‌تواند دنیایی را متحول کند؛ همانطور که در حال حاضر نیز دنیا براساس تفکر و مدیریت انسان‌ها اداره می‌شود و ما هم در کشور عزیزمان از منبع بی‌کران سرمایه انسانی هوشمند و توانمند برخوردار هستیم.»

چالش‌های توسعه دانشی در ایران و جهان

پروفسور آندریاس برندنر (Andreas Brandner) رئیس انجمن مدیریت دانش اتریش نیز در این همایش، رهبری دانشگران را یک چالش چندوجهی خواند و ابعاد آن را بررسی کرد. او سخنانش را پیرامون چالش‌های توسعه دانشی ایران بیان کرد و به تشریح مدل مدیریت دانشی برای توسعه پرداخت. برندنر همچنین به نکاتی در مورد فرهنگ دانشی و ویژگی‌های سازمان‌های دانشی اشاره کرد و در پایان گفت که براساس تفاهم‌نامه منعقدشده بین انجمن مدیریت ایران، دانشگاه خاتم و انجمن مدیریت دانش اتریش به زودی دانشکده مدیریت دانشی در ایران پایه‌گذاری خواهد شد.

سپس دکتر بیزن خرم به تشریح رهبری دانشگران و نخبگان با رویکرد سیستمی پرداخت و صحبت‌هایش را با اشاره به سیر تکوین حیات اجتماعی و چالش‌های جهان پسمامدرن پی گرفت. دکتر مهدی شامی زنجانی نیز سخنانش را تحت عنوان «تفکر دیجیتال؛ کلید رهبری تحول‌آفرین در عصر حاضر» ارائه کرد و به بازخوردهای انقلاب دیجیتال در سبک زندگی بشر پرداخت. قابلیت‌های عصر دیجیتال و اهمیت رهبری تحول دیجیتال، پایان‌بخش حرف‌های او بود. همچنین دکتر محسن قدیمی درباره مدیران دو وجهی و تعاملی در مدیریت دانایی صحبت کرد و ابعاد سازمان‌های یادگیرنده و یاددهنده براساس مکتب مدیریت دانایی استراتژیک را توضیح داد. دکتر علی‌اصغر پورمند، مدیرعامل میدکو هم از تجربیات مدیریت دانشی در شرکت‌های زیرمجموعه میدکو سخن گفت و دستاوردهای رویکرد دانشی در این هلدینگ را برشمرد.

در انتهای همایش نیز دکتر آذر صائمان، دبیر علمی کنفرانس به ارائه گزارشی از روند سومین دوره جایزه بین‌المللی مدیریت دانشی پرداخت و گفت که ۲۲ شرکت متقاضی حضور در فرآیند ارزیابی سومین دوره جایزه مدیریت دانشی بودند و پس از ارزیابی و انجام مراحل مختلف، شرکت‌های برتر موفق به کسب تندیس و گواهینامه شدند. صائمان همچنین بیانیه سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانشی را قرائت کرد و در ادامه جوایز سومین دوره جایزه مدیریت دانشی به مدیران سازمان‌های برگزیده اهدا شد.

گفت: «اگر در حوزه رهبری نتوانیم دانشگاه‌رانه عمل کنیم، نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که در حوزه مدیریت، دانشگاه‌رانه مدیریت شود. در حقیقت، رهبری دانشگاه‌رانه به عنوان یک نیروی محرک برای مدیریت دانشی عمل می‌کند و می‌تواند منجر به تقویت قابلیت‌های آن شود. هرچه سطح رهبری دانشگاه‌رانه بالاتر باشد، سطح مدیریت دانشی هم ارتقای بیشتری خواهد یافت.»

رئیس هیأت مدیره انجمن مدیریت ایران، مهمترین اهداف یک رهبر دانشگاه‌رانه به عنوان الگوی سازمان را، تقویت و تشویق یادگیری از طریق به چالش کشیدن سرمایه انسانی و تحریک فکری آنان، تشویق یادگیری سازمانی از طریق ایجاد انگیزه و آموزش، اشاعه فرهنگ یادگیری حرفه‌ای و توسعه «انتقال، ذخیره و استفاده از دانش» برشمرد و افزود: «انگیزش، عنصر مهم دیگری در رهبری دانشگاه‌رانه است. یکی از مهمترین وظایف رهبران این است که بدانند عوامل انگیزشی متنوعی بر افراد تأثیرگذار است بنابراین رهبران باید بسته به نوع سلاقی افراد در سازمان، از طیف متنوعی از رویکردهای انگیزشی استفاده کنند.» به گفته او، «رهبری دانشگاه‌رانه شرایط مطلوبی را برای ایجاد تعهد بیشتر در انجام فعالیت‌های تحقیق و توسعه جهت یادگیری خلاقانه و مبتنی بر تجربه مهیا می‌کند. در شرکت‌های مبتنی بر دانش، «الگومحوری» باعث ایجاد یک حس مشترک درخصوص هدف والاتری می‌شود که نوآوری را به‌عنوان یک آرمان برای رهبران و سرمایه انسانی سازمان مطرح می‌سازد.»

۷ ستون خردمندی در رهبری (مؤلفه‌های خردمندی)

قاسمی در ادامه صحبت‌هایش به خصایص رهبران دانشی اشاره کرد و گفت: «رهبران دانشگرا، تلاش‌های دانشگران را شناسایی و تشویق می‌کنند و از ترویج رفتارهای منفی که انتقال، اشتراک و به‌کارگیری دانش را به خطر می‌اندازد، اجتناب می‌کنند. رهبران دانشگرا همواره مثبت فکر می‌کنند و حتی از اخبار منفی نیز نکات مثبتی را استخراج می‌کنند و از آنها در جهت رشد سازمان ایده می‌گیرند. باید توجه داشت که نگاه منفی در محیط کار، روحیه دانشگری و انگیزه را کاهش می‌دهد. این رهبران ضمن برخورداری از چشم‌انداز راهبردی، انگیزاننده، ارتباط‌دهنده، عامل تغییر، مربی، راهنما و الگو، تسهیل‌کننده یادگیری در سازمان و همچنین مجری دانش در سازمان نیز هستند. در همین راستا، گفتن این نکته خالی از لطف نیست که وقتی بانک پاسارگاد تأسیس شد، ما شعاری با عنوان «بانک پاسارگاد، یک سازمان یادگیرنده تئ‌آموز است» را در نظر گرفتیم.»

او سپس ۷ ستون خردمندی در رهبری را شامل مؤلفه‌های تسلط بر خود، درک، تحول، رفتار، قضاوت، عدالت و اقتدار برشمرد و درباره هر یک از آنها گفت: «تسلط بر خود، تسلط بر وجه روان‌شناختی، احساسی و جسمی خود در افزایش سطح اعتماد به نفس، مقاومت و سلامت مشهود است. این موضوع باعث می‌شود تا رهبران در پاسخگویی به موقعیت‌های پرتنش، انتخاب مؤثری داشته باشند. درک نیز شامل مشاهده دقیق جزئیات است. بینش عمیق روان‌شناختی نسبت به خود و اطرافیان، رهبران را قادر می‌سازد موقعیت‌ها را با دقت تحلیل کنند و درک بهتری از آنچه مهم است، داشته باشند. در ارتباط با تحول نیز رهبران هرگز ساکن نمی‌مانند، دائماً رشد می‌کنند و درک خود از جهان را توسعه می‌دهند.»

وی در ادامه به ۴ مؤلفه دیگر خردمندی (رفتار، قضاوت، عدالت و اقتدار) اشاره کرد و ادامه داد: «خرد این توانایی را در رهبران ایجاد

ایمان ولی‌پور IvanKaramazof@yahoo.com
--

سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانشی با رویکرد رهبری دانشگران، هشتم مهرماه همزمان با روز بزرگداشت مولوی در دانشگاه خاتم برگزار شد. تفاسات این دوره از همایش با دوره‌های قبل در برگزاری آنلاین آن بود و سومین همایش مدیریت دانشی به دلیل محدودیت‌های کرونایی با حضور بیش از ۶۵۰ نفر از اساتید دانشگاه، پژوهشگران و مدیران سازمانی به صورت مجازی برگزار شد.

در این همایش، دکتر مجید قاسمی مدیرعامل بانک پاسارگاد و رئیس انجمن مدیریت ایران، پروفسور آندریاس برندنر رئیس انجمن مدیریت دانش اتریش، دکتر بیزن خرم مشاور مدیریت و از بنیان‌گذاران سازمان مدیریت صنعتی، دکتر مهدی شامی زنجانی عضو هیأت علمی دانشگاه تهران، دکتر محسن قدیمی مدرس دانشگاه، دکتر علی‌اصغر پورمند مدیرعامل شرکت میدکو و دکتر آذر صائمان دبیر علمی همایش سخنرانی کردند. همزمان با برگزاری کنفرانس، سومین دوره جایزه مدیریت دانشی نیز برگزار شد و شرکت‌های برتر در این زمینه شناخته شدند. همچنین براساس تفاهم‌نامه‌ای که بین انجمن مدیریت ایران، دانشگاه خاتم و انجمن مدیریت دانش اتریش امضا شد، به زودی دانشکده مدیریت دانشی در ایران راه‌اندازی می‌شود.

ویژگی رهبران دانشگرا از نگاه مجید قاسمی

دکتر مجید قاسمی در این همایش به اهمیت رویکرد رهبری دانشگاه‌رانه اشاره کرد و رهبری دانشگرایانه را مقدم بر مدیریت دانشی دانست. به اعتقاد قاسمی، رهبری دانشگاه‌رانه به‌عنوان یک نیروی محرک برای مدیریت دانشی عمل می‌کند و به‌عنوان یک نگرش یا عمل قابل مشاهده یا ضمنی به «یجاد»، «اشتراک» و «بهره‌برداری» از دانش جدید سرعت می‌بخشد؛ به‌طوری که منجر به تحولی در تفکر و نتایج جمعی شود.

او دانشگران را دارایی هر سازمانی خواند و با اشاره به سرمایه انسانی دانشگرا گفت: «کارفرمایان، دانشگران را به‌عنوان دارایی‌های سازمان که دارای مهارت و استعداد‌های منحصر به فرد و متفاوتی هستند، در نظر می‌گیرند. ماهیت کار دانشی به دانشگران امکان می‌دهد مهارت‌های رهبری را کسب کنند و از آزادی عمل بیشتری بهره ببرند؛ یعنی سرمایه‌های انسانی اگر ویژگی‌های دانشگری را داشته باشند، به حدی می‌رسند که نیاز به رهبری توسط فرد دیگری را ندارند و به‌تنهایی می‌توانند کار خود و اطرافیان‌شان را رهبری کنند. ماهیت کار دانشی همچنین به دانشگران این امکان را می‌دهد که به دلیل توانمندی‌های‌شان، وضعیت بهتری به لحاظ اعطاف و عملکردی در جایگاه‌های مختلف داشته باشند.»

مدیرعامل بانک پاسارگاد سپس به ویژگی‌های رهبری دانشگاه‌رانه اشاره کرد و ادامه داد: «رهبران دانشگرا با پشتیبانی از توسعه کاتال‌ها و مؤلفه‌های مدیریت دانشی، از سبک، انگیزش، ارتباطات و به‌کارگیری ارتقای سرمایه انسانی برای هدایت عملکرد نوآوری سازمان استفاده می‌کنند. رهبری دانشگرایانه در حالی منجر به ایجاد تحولی در تفکر و نتایج جمعی می‌شود که در این بحث، رقابت بین همکاران یک مجموعه و دانشگران مطرح نیست، بلکه یکی از ویژگی‌های دانشگران این است که یافته‌های جدید و ایده‌های خود را برای ایجاد تحول در تفکر و نتایج کار جمعی با همدیگر به اشتراک می‌گذارند.»

وی با بیان اینکه «رهبری دانشگاه‌رانه مقدم بر مدیریت دانشی است»،

برندگان سومین دوره جایزه بین‌المللی مدیریت دانشی شناخته شدند

برگزیدگان مدیریت دانش سال ۹۹

ایرانیان (مانا)، «گسترش انرژی پاسارگاد»، «هلدینگ نسیم سلامت پاسارگاد» و «فناوری اطلاعات و ارتباطات پاسارگاد آریان (فناپ)» صاحب تندیس بلورین اعلام شدند. شرکت‌های «مس سرچشمه تندیس سیمین»، «فولاد سیرجان ایرانیان»، «فولاد زرد ایرانیان» و «فولاد بوتیای ایرانیان» هم از تندیس سیمین شناخته شدند. در پایان همایش و پس از قرائت بیانیه سومین کنفرانس مدیریت دانشی نیز جوایز جشنواره به مدیران سازمان‌های برگزیده اهدا شد.

بانک پاسارگاد»، «توسعه انبوه‌سازی پاسارگاد»، «بیجه پاسارگاد»، «پرداخت الکترونیک پاسارگاد» و «ارزش‌آفرینان پاسارگاد» موفق به کسب گواهینامه دو ستاره شدند. در ادامه نیز «بانک ملت»، «پیشگامان امین سرمایه پاسارگاد (شناسا)»، «گسترش و نوسازی معادن خاورمیانه (ممرادکو)»، «فراوران زغال سنگ پادپانا»، «مهندسی معیار صنعت خاورمیانه»، «فروسلیس غرب پارس»، «آلومینای ایران (جاجرم)»، «بابک مس ایرانیان»، «ساختمانی گسترش و نوسازی صنایع

دریچه

کرونا چند میلیون نفر را دچار فقر شدید خواهد کرد؟

هشدار بانک جهانی درباره تشدید فقر مطلق

بانک جهانی از احتمال سقوط ۸۸ میلیون انسان به ورطه فقر مطلق به دلیل تبعات ناشی از کرونا خبر داد و گفت که انتظار می‌رود پاندمی کرونا ۸۸میلیون نفر دیگر را در سال جاری میلادی به جمع ۱۱۵ میلیون نفری که در فقر شدید به سر می‌برد اضافه کند و این تعداد با توجه به شدت رکود اقتصادی به وجود آمده، تا سال ۲۰۲۱ به ۱۵۰ میلیون نفر برسد. به گزارش «راشاتودی»، برای نخستین بار در ۲۰ سال اخیر و در نتیجه شرایط غیرعادی ایجادشده ناشی از شیوع ویروس کرونا در جهان فقر مطلق در سطح جهانی رشد خواهد کرد و انطور که بانک جهانی اعلام کرده است، انتظار می‌رود امسال ۸۸ میلیون انسان دیگر دچار فقر مطلق شوند. هم‌اکنون ۱۱۵ میلیون انسان در فقر مطلق که به درآمد روزانه کمتر از ۱.۹ دلار اطلاق می‌شود، زندگی می‌کنند.

پیش از همه‌گیری کرونا امید می‌رفت جمعیت زیر خط فقر مطلق در جهان به ۷.۹ درصد کاهش یابد، اما تعطیلی گسترده کسب‌وکارها که باعث بیکاری صدها میلیون نفر از شاغلان در سطح جهان و کاهش درآمد شمار زیاد دیگری از افراد شده است، این امید را به باد داد. تخمین زده می‌شود امسال ۱.۴ درصد کل جمعیت زمین تنها به دلیل کرونا دچار فقر مطلق شوند.

دیوید مالپاس، رئیس بانک جهانی با اشاره به جدی بودن خطر کرونا بر روی زندگی مردم گفت: «برای معکوس شدن روند فعلی و بازگشت به وضعیت مقابله با فقر، کشورها باید خود را آماده زندگی با شرایط جدید کنند و برای رسیدن به این هدف لازم است تا اصلاحات زیادی در نیروی کار، سرمایه و نوآوری‌های خود انجام دهیم و حتی مدل‌های کسب‌وکار جدیدی را طراحی و توسعه دهیم.» علاوه بر جمعیت خط مطلق فقر، حدود ۴۰ درصد جمعیت جهان یعنی ۲.۳ میلیارد نفر کمتر از ۵.۵ دلار در روز درآمد دارند که از این تعداد، ۲۵ درصد جمعیت کره زمین با داشتن درآمدی معادل ۳.۲ دلار در خطر سقوط به فقر مطلق هستند. طبق اعلام بانک جهانی، لحظات کنونی جهان در طول تاریخ بی‌سابقه بوده و هیچ بیماری قبلا به میزان کووید-۱۹ به‌سرعت به یک خطر بر سر راه اقتصاد جهانی تبدیل نشده بود و این مسئله ضرورت شکل‌گیری یک همکاری جهانی برای غلبه بر این وضعیت را تقویت می‌کند.

با مرگ ۲۵۱ بیمار مبتلا

رکورد فوت روزانه کرونا شکسته شد

سخنگوی وزارت بهداشت با بیان اینکه مجموع مبتلایان کووید-۱۹ در ایران از نیم میلیون نفر گذشت، گفت متأسفانه در طول شبانه روز گذشته ۲۵۱ نفر به دلیل این بیماری جان باختند. به گزارش «فرصت امروز»، دکتر سیماسادات لاری گفت: از روز شنبه تا یکشنبه بیستم مهرماه و براساس معیارهای قطعی تشخیصی، ۳ هزار و ۸۲۲ بیمار جدید مبتلا به کرونا در کشور شناسایی شد که یک هزار و ۲۲۴ نفر از آنها بستری شدند. بر این اساس، مجموع بیماران کووید-۱۹ در کشور به ۵۰۰ هزار و ۷۵ نفر رسید. به گفته لاری، متأسفانه در طول ۲۴ ساعت گذشته، ۲۵۱ بیمار کرونایی جان خود را از دست دادند و مجموع جان‌باختگان این بیماری به ۲۸ هزار و ۵۴۴ نفر رسید. خوشبختانه تاکنون ۴۰۶ هزار و ۲۸۹ نفر از بیماران، بهبود یافته و یا از بیمارستان‌ها ترخیص شده‌اند. سخنگوی وزارت بهداشت در توضیح استان‌های در شرایط قرمز کرونا گفت: استان‌های تهران، اصفهان، قم، آذربایجان شرقی، خراسان جنوبی، سمنان، قزوین، لرستان، اردبیل، خوزستان، کرمانشاه، گیلوویه و بویراحمد، گیلان، بوشهر، زنجان، ایلام، خراسان رضوی، مازندران، چهارمحال و بختیاری، البرز، آذربایجان غربی، مرکزی، کرمان، خراسان شمالی، همدان و یزد در وضعیت قرمز قرار دارند. همچنین استان‌های کردستان، هرمزگان، فارس و گلستان نیز هم‌اکنون در وضعیت هشدار به سر می‌برند.

کرونا در کدام مناطق تهران بیشتر جولان می‌دهد؟

منحنی قرمز کرونا در پایتخت

استاد اپیدمیولوژی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی با بیان اینکه اکنون میانگین مرگ ناشی از کرونا در ایران به ازای یک میلیون نفر، ۲.۵ برابر میانگین دنیا است، گفت: سیاست‌هایی که تاکنون اعمال شده است، بیشتر نگاه درمان‌نگری داشته تا نگاه پیشگیرانه و بهداشتی. حمید سوری، استاد اپیدمیولوژی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی درباره وضعیت کرونا در شهر تهران به «فارس» گفت: «شهر تهران محل تقاطع رفتارهای عموم شهرها و استان‌های کشور است و مواجهه‌ها الگوی پیچیده‌تری نسبت به نقاط دیگر کشور دارد و به علت تردد زیاد، شانس ابتلا و سرعت انتشار و الگوی بیماری متفاوت بوده است و افزایش می‌یابد.»

او با بیان اینکه «طبیعتا شهر تهران ویژگی‌های خاص خود را دارد»، ادامه داد: «نکته مهم در اپیدمی‌ها، رابطه بین مواجهه‌یافتگی و پیامد است. هر چقدر مواجهه‌یافتگی با موارد ابتلا بیشتر باشد، به خصوص کووید-۱۹ که سرعت انتشار بالایی دارد، این موضوع قابل توجه‌تر است. بعد از اینکه بیماری عفونی در جامعه‌ای ماندگار شد و حالت بومی پیدا کرد، کم‌کم سیستم ایمنی مردم نسبت به آن بیماری ایمنی پیدا می‌کند. البته نمی‌گوییم که افراد مبتلا به بیماری نمی‌شوند، اما وقتی یک نفر از بیرون منطقه با یک الگوی اپیدمی متفاوتی وارد آن جامعه می‌شود، می‌تواند این تعادل نسبی به دست آمده را مختل کند. شهر تهران در حال حاضر چنین ویژگی‌ای دارد و به طور مرتب الگوی آن تحت تاثیر ترددیاست.» استاد اپیدمیولوژی دانشگاه شهید بهشتی با اشاره به منحنی اپیدمی کرونا در سطح شهر تهران گفت: «یکی دیگر از ویژگی‌های شهر تهران این است که تنوع شیوه زندگی، وضعیت اقتصادی، اجتماعی و رفتاری در آن بسیار بالاست، اما در نقاط دیگر کشور این چنین نیست و این امر باعث پیچیده شدن اپیدمی در پایتخت شده است. تحقیقاتی که به تازگی در تهران انجام داده‌یم، نشان می‌دهد که اپیدمی ابتدا در شرق تهران متمرکز بود، اما کم‌کم به سمت مرکز شهر تهران آمده است؛ البته هنوز شرق تهران آلوده است، اما در غرب و شمال غرب تهران، وضعیت اپیدمی به صورت خیلی حاد وجود ندارد؛ در حالی که در شرق، مرکز و جنوب تهران، وضعیت بدتر است.»

برندگان و بازندگان اقتصادی کرونا



اگر اقتصادی ضعیف باقی بماند، شکاف بین مردم و صاحبان قدرت اقتصادی که بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۸ شروع شد، تشدید می‌شود. همین امر می‌تواند به چالشی برای دولت‌های دموکرات تبدیل شود؛ چراکه باید به دنبال راهی برای تطبیق با تغییرات ناخواسته (به دلیل کرونا) و حفظ رضایت عمومی از سیاست‌هایی که تدوین کرده‌اند، باشند.

البته به گفته «اکنونومیست»، نگرانی از افزایش شکاف بین صاحبان قدرت و مردم در چین وجود ندارد، چراکه این کشور حداقل در کوتاه‌مدت توانسته از شدت همه‌گیری ویروس کرونا عبور کند و اقتصاد خود را در کوتاه‌مدت به «میدان» بازگرداند. قرار است در اواخر ماه جاری میلادی برنامه پنج ساله جدیدی براساس مدل شی جین پینگ در دستور کار قرار بگیرد که مبنای آن، افزایش خودکفایی با بالاترین میزان تکنولوژی است. هرچند چین از سایر کشورها چندین گام جلوتر است، اما کرونا نقصان‌های زیادی را در عملکرد اقتصادی چین آشکار کرده است، چراکه قرنطینه اجباری و طولانی‌مدت از حرکت آزادانه ایده‌هایی که نوآوری را حفظ و استناداردهای زندگی را بالا می‌برند، جلوگیری می‌کند. از این رو چین مجبور است بر محرک‌های خود بر شرکت‌ها و سرمایه‌گذاری زیرساخت‌ها به جای افزایش درآمد خانوارها بیفزاید، چراکه نیاز دارد فاصله خود با آمریکا را در تولید ناخالص داخلی کم کند.

علامت سوال بزرگ درباره آینده اقتصاد آمریکا

علامت سوال بزرگ اما درخصوص پیش‌بینی آینده اقتصاد آمریکاست. واشنگتن تا پیش از کرونا از تعادل سیاسی برخوردار بود و همین امر باعث شد تا شرایط پساکرونایی این کشور به وخامت کشور‌های اروپایی یا برخی از کشورهای آسیایی نباشد بنابراین بسته‌های مالی برای شرکت‌هایی که در معرض ورشکستگی بودند، در نظر گرفته شد و قرار است بسته مالی جدیدی نیز تدوین شود. به نظر می‌رسد اقتصاد آمریکا با وجود اینکه شغل‌های زیادی را از دست داده، اما در حال خلق شغل‌های جدیدی است. مشکل آمریکا، شکاف داخلی سیاست است. در شرایطی که دو حزب دموکرات و جمهوری خواه، مدیریت کرونا را به عنوان نقطه ضعف دیگری به رخ می‌کشند، کووید-۱۹ واقعیت اقتصادی جدیدی را بر اقتصادها تحمیل کرده و هر کشوری برای سازگاری با آن سیاست به‌خصوصی را انتخاب می‌کند بنابراین هر اقدامی برای بهبود اقتصاد آمریکا تا زمان درگیری سیاسی دو حزب دمکرات و جمهوری‌خواه ممکن نخواهد بود. کرونا به کشورها آموخت که اگر قرار باشد پس از کرونا نیز «جهانی» وجود داشته باشد، باید سیاست‌ها را از نو نوشت.

انجام شده، ۷۸ درصد مدیران عامل انتظار دارند که پس از کووید-۱۹، دورکاری ادامه یابد و ۲۱ درصد آنها پیش‌بینی کرده‌اند که این تغییر موقت خواهد بود. همچنین ۲۶ درصد از مدیران عامل بر این باور هستند که اتوماسیون پس از کووید-۱۹ تداوم می‌یابد. مدیران حاضر در بخش بهداشت و فناوری، بیشتر از سایرین، مدل کسب وکار مجازی را در اولویت قرار می‌دهند. در میان تمامی مدیرانی که در نظرسنجی شرکت کرده‌اند، آنهایی که در بخش «سلامت» فعالیت دارند، بیشتر از سایرین، مدل‌های کسب وکار دیجیتالی را در سه اولویت نخست خود قرار داده‌اند. حدود ۲۴ درصد آنها این مدل کسب وکار را در اولویت نخست، ۱۲ درصد در اولویت دوم و ۱۹ درصد در اولویت سوم خود قرار داده‌اند.

همچنین درصد بالایی از مدیرانی که در بخش «فناوری، رسانه و ارتباطات از راه دور» مشغول هستند، مدل کسب وکار مجازی را در اولویت قرار داده‌اند که به ترتیب ۲۴ درصد آنها این مدل را در اولویت نخست، ۱۲ درصد در اولویت دوم و ۹ درصد در اولویت سوم قرار داده‌اند. در بیشتر مناطق مختلف جهان، مدیران انتظار دارند که محیط‌های کاری با تراکم پایین به عنوان یک تغییر پایدار باقی بماند. نکته جالب اینجاست که سهم پاسخ‌دهندگانلی که بر این باورند این تغییر پس از کووید-۱۹ نیز ادامه می‌یابد در آمریکای لاتین بیشتر از سایر مناطق جهان بوده است. ۶۹ درصد مدیران عامل در آمریکای لاتین، ۶۵ درصد در آفریقا و ۶۰ درصد در غرب اروپا اعتقاد دارند که این تغییر پایدار خواهد ماند. این در حالی است که در آمریکای شمالی، ۴۹ درصد پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند که این تغییر موقت است.

گزارش «اکنونومیست» از عملکردهای اقتصادی در میانه بحران کرونا

برندگان و بازندگان اقتصادی کرونا



اقتصادی جهان را با ابهام مواجه کند. براساس پیش‌بینی OECD، تا پایان سال جاری میلادی اقتصاد آمریکا به همان اندازه ۲۰۱۹ خواهد بود. از سوی دیگر به نظر نمی‌رسد اقتصاد اروپا به سطوح بالاتری برسد، چراکه بزرگ‌ترین اقتصاد قاره سبز یعنی آلمان همچنان درگیر بیماری است و سایر کشورهای اروپایی هم ممکن است به مدت چند سال در سطح فعلی باقی بمانند، اما وضعیت در چین متفاوت‌تر خواهد بود. باتوجه به اینکه این کشور زودتر از سایر مناطق درگیر کرونا، فعالیت‌های صنعتی‌اش را به سطح پیش از کرونا بازگرداند، پیش‌بینی می‌شود رشد اقتصادی‌اش را تا ۱۰درصد افزایش دهد. با وجود اینکه دولت‌ها و نهادهای وابسته به آن برای کاهش مخاطرات وارد میدان شده‌اند، پیش‌بینی می‌شود که حداقل برای ۵۰اقتصاد جهان به مدت ۴۰ سال نرخ رشد اقتصادی در بیشترین فاصله قرار بگیرد. هرچند به باور تحلیلگران «اکنونومیست»، این شکاف، نتیجه تفاوت بین کشورهاست که کرونا آن را بیشتر عیان کرده است. به عنوان مثال، بیماری کرونا ابتدا از چین آغاز شد و ازدهای زرد در همان ابتدا و به مدت یک ماه شهر ووهان را که کانون شیوع کرونا بود، قرنطینه کرد اما وضعیت در اروپا و آمریکا به گونه دیگری است و این مناطق ممکن است با موج‌های به مراتب بدتری از موج اول کرونا روبه‌رو شوند که هزینه مبارزه را دوچندان می‌کند. حتی در هفته اخیر در برخی از شهرهای اروپایی نیز قرنطینه اجباری دوباره اعمال شده است، به‌طوری که مادرید و پاریس برای مدتی محدودیت‌های تازه‌ای وضع کردند.

اقتصاد کمتر جهانی و بیشتر دیجیتالی می‌شود

تفاوت دیگر به ساختار از پیش موجود اقتصادها برمی‌گردد. به عنوان مثال، راهاندازی یک کارخانه در شرایط کنونی راحت‌تر از راه‌اندازی یک کسب و کار وابسته به ارتباط متقابل و رودررو است. به همین دلیل، آنجا که عمده بخش تولید در اقتصاد چین به تولیدات صنعتی و کارخانجات اختصاصی دارد، پکن زودتر از سایر کشورها به شرایط پیش از کرونا بازمی‌گردد. عامل بعدی نیز سیاست است. این عامل می‌تواند شامل نحوه واکنش دولت‌ها به تغییرات ساختاری و اتخاذ سیاست‌های خلاقانه برای جلوگیری از بیماری کرونا باشد.

به اعتقاد «اکنونومیست»، اقتصاد جهانی از این پس به دلیل بازخوردهای کرونا، کمتر جهانی و بیشتر دیجیتالی می‌شود و در نهایت بیکاری افزایش می‌یابد. همچنین فعالیت‌های آنلاین بیشتر از گذشته رونق گرفته و همین امر باعث می‌شود تا سهام شرکت‌های دانش‌بنیان رونق گیرد. در چنین شرایطی که رقابت در میان اقتصادها کمتر می‌شود، بانک‌ها به کاهش نرخ واقعی سود دست می‌زنند که قیمت و ارزش دارایی‌ها را بالا نگه می‌دارد. در چنین شرایطی حتی

فرصت امروز: در حالی که کمتر از چند ماه به یک سالگی شیوع کرونا باقی مانده است، اندیشمندان می‌گویند دنیای پساکرونایی وجود ندارد و انسان‌ها بایستی به زندگی با ویروس کووید-۱۹ عادت کنند؛ همان‌طور که دنیای پسالیدزی وجود نداشت و مردم با وجود آگاهی از احتمال ابتلا و سرایت به ویروس HIV به زندگی عادی خود ادامه داده و شمار زیادی هم در اثر ابتلا به این ویروس هر ساله جان خود را از دست می‌دهند بنابراین نسل تازه ویروس کرونا، همچان ناخوانده دنیای ماست و به نظر می‌رسد مصائب این میهمان ناخوانده حالا حالاها با ما خواهد بود. در این بین، سوال این است که این رخداد در حوزه اقتصاد چه تأثیری داشته است و نظام‌های اقتصادی چگونه می‌توانند در کنار شیوع کرونا به حیات خود ادامه دهند؟

در پاسخ به این سوال، «اکنونومیست» در گزارش تازه خود با عنوان «برندگان و بازندگان؛ چگونه کرونا باعث واگرایی اقتصاد جهان می‌شود؟» به مواردی اشاره کرده است که برآیند آن می‌تواند اقتصاد جهانی را به ورطه نابودی بکشد، هرچند سهم کشورها از این واگرایی و بازخورد اقتصادی کرونا متفاوت است و به عنوان مثال، اقتصاد آمریکا پس از کرونا به همان سطح سال ۲۰۱۹ بازخواهد گشت، اما اقتصاد چین ۱۰ درصد بزرگ‌تر می‌شود. «اکنونومیست» معتقد است که از این پس اقتصاد کمتر جهانی و بیشتر دیجیتالی خواهد شد.

چگونه کرونا باعث واگرایی اقتصاد جهان می‌شود؟

در فوریه سال ۲۰۲۰ که شیوع کرونا از مرزهای چین فراتر رفت و تقریباً تمامی قاره‌ها را درنوردید، جهان با بزرگ‌ترین ضربه اقتصادی پس از جنگ جهانی دوم مواجه شد. رکود و کاهش هزینه‌های مصرف‌کنندگان و البته تمهیدات کشورها برای قرنطینه و کاهش فعالیت‌های تولیدی باعث بیکاری، کاهش رشد اقتصادی و البته افزایش بدهی‌های دولت شد. طبق برآورد «اکنونومیست»، تا زمانی که پاندمی کرونا بر صحنه جهان سایه بگستراند، حدود ۵۰۰ میلیون شغل تمام وقت در معرض نابودی قرار دارد؛ چراکه کارخانه‌ها بسته شده و کشورها اغلب مرزهای زمینی، هوایی و دریایی خود را بسته‌اند و تجارت جهانی نیز به شدت آسیب دیده است. با وجود اینکه مداخلات بی‌سابقه‌ای در بازارهای مالی توسط بانک‌های مرکزی صورت گرفته و وام‌های دولتی بی‌شماری به شرکت‌های در آستانه ورشکستگی اعطا شده، اما به نظر می‌رسد این اقدامات نتیجه‌ای جز افزایش کسری بودجه ندارد و این سطح از کسری بودجه به اعتقاد برخی از کارشناسان، به مثابه شرایط جنگ است که البته می‌تواند از یک فاجعه اقتصادی عمیق‌تر جلوگیری کند.

به گفته «اکنونومیست»، شکاف عظیمی بین عملکرد کشورها در زمان شیوع کرونا وجود دارد که می‌تواند پیش‌بینی «زمان» رسیدن به نظم

کسب و کارها چگونه پس از کووید-۱۹ قوی‌تر می‌شوند؟

مدل تقویت کسب و کارها در بزنگاه کرونا

محصولات و خدمات دیجیتالی، مدل کسب وکار مجازی‌تر خواهد شد؟ (درصد پاسخ‌دهندگان که مدل‌های کسب و کار مجازی را جزو یکی از سه اولویت اصلی خود قرار دارند). سوال چهارم: آیا تغییر از محیط‌های کاری پرتراکم به سمت محیط‌های کاری با تراکم پایین خواهد رفت؟ در نظرسنجی که از ۶۹۹مدیرعامل در ماه‌های ژوئن و ژوئیه ۲۰۲۰ توسط PWC انجام شده است، دیدگاه این افراد بر مدل‌های کسب وکار نوظهور و روندهای کلیدی ناشی از پاندمی کووید-۱۹ نشان داده شده است. نتایج نظرسنجی، روش‌های سازگاری مدیران عامل با پاندمی کرونا را نشان می‌دهد. درباره پرسش اولویت‌های مدیران عامل، نتایج کلیدی استخراج شده است. طبق داده‌های به دست آمده این نظرسنجی، مدیران عامل برای فعالیت‌های دیجیتالی و مجازی بنگاه‌های خود بیشتر برنامه‌ریزی می‌کنند. آنها عملیات و فرآیندهای اصلی کسب و کار را دیجیتالی کرده و محصولات و خدمات دیجیتالی را توسعه می‌دهند.

از سوی دیگر، مدیران عامل برنامه‌ریزی می‌کنند تا محیط کاری منعطف‌تر و با محوریت نیروی کار داشته باشند. آنها سهم کارکنان دورکار یا مشروط را افزایش داده و برنامه‌های سلامت، ایمنی و رفاه کسب وکارها ادامه خواهند داشت. در روزهای نخست پاندمی، بسیاری از رهبران به سرعت متوجه شدند که قابلیت‌های دیجیتالی شرکت‌شان، توانایی آنها را برای سازگاری با شرایط در حال تغییر مشخص می‌کند. این آگاهی، سرعت تصویب طرح‌های دیجیتالی‌سازی را هم در میان کارکنان و هم در میان مشتریان، افزایش داده است. براساس نظرسنجی

فرصت امروز: کسب وکارها چگونه پس از پاندمی کرونا قوی‌تر می‌شوند؟ این پرسشی است که در نظرسنجی اخیر PWC مطرح شده و در آن سعی شده است تا با بررسی دیدگاه ۶۹۹نفر از مدیران درخصوص اثرات کرونا بر مدل‌های کسب و کار، الگوی تقویت کسب و کارها در بزنگاه کرونا به دست آید.

براساس نتایج این نظرسنجی، اولویت نخست اکثریت مدیران، دیجیتالی‌سازی فعالیت بنگاه‌ها و منعطف کردن محیط کاری با محوریت نیروی کار است. در میان انواع کسب وکارها، مدیرانی که در بخش «سلامت» فعالیت دارند، بیشتر از سایرین «دیجیتالی‌سازی» را در اولویت مدل‌های کسب وکاری خود قرار داده‌اند. به عبارت بهتر، مدیران عامل، مدل‌های کسب وکاری را در اولویت قرار می‌دهند که دیجیتالی و انعطاف‌پذیر باشند. همچنین در بیشتر مناطق جهان، مدیران انتظار دارند که محیط‌های کاری با تراکم پایین به عنوان یک تغییر پایدار باقی بمانند.

معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران در گزارشی که از سوی PWC منتشر شده است، این پرسش را مورد توجه قرار داده است که چگونه کسب وکارها پس از کرونا قوی‌تر می‌شوند؟ پاسخ به این پرسش در قالب چهار سوال از ۶۹۹مدیرعامل پرسیده شده است. سوال اول: کسب وکار ما بعد از پاندمی کووید-۱۹ چگونه خواهد شد؟ سوال دوم: پیش‌بینی‌های متعددی در مورد اینکه محیط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و کسب وکار پس از کووید-۱۹ چگونه خواهند بود، وجود دارد و سوال اینجاست که آیا این روند پس از کووید-۱۹ موقتی خواهد بود یا نه؟ سوال سوم: پس از پاندمی کووید-۱۹ با افزودن

نماگر بازار سهام



کالاها سریع تر از گمرک ترخیص شوند

مأموریت روحانی به وزارت اقتصاد

رئیس جمهور در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت گفت وزارت اقتصاد مکلف است با تسریع در رفع نیازها و تامین تجهیزات گمرکی در گمرکات مرزی امکان ترخیص هرچه سریع تر کالاها را فراهم کند. حسن روحانی روز یکشنبه در یکصد و هفتاد و دومین جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت تاکید کرد که دستگاه‌های مسئول موظفند رفع موانع اداری در روابط تجاری و اقتصادی با همسایگان را در اولویت کاری خود قرار دهند و هرگونه ناهماهنگی در رویه‌های اداری را برطرف کنند. رئیس جمهور پس از ارائه گزارش دستگاه‌های مرتبط از وضعیت تبادلات و مراودات اقتصادی و تجاری با همسایگان، با اشاره به اهمیت راهبردی روابط با کشورهای همسایه گفت: با تشکیل هرچه سریع تر کارگروه و کمیته‌ای متشکل از دستگاه‌های مرتبط با حوزه مراودات تجاری با همسایگان، به صورت منسجم و یکپارچه در جهت رفع مشکلات در این حوزه اقدام شود تا سطح تبادلات تجاری به سطح مطلوب ارتقا یابد. او با بیان اینکه در شرایطی که سخت‌ترین تحریم‌ها به کشور تحمیل شده، سعی شده ظرفیت‌های صادرات غیرنفتی ارتقا یابد، تصریح کرد: گمرک مکلف است ارزش محصولات صادراتی شرکت‌های پتروشیمی را بر مبنای ارزش پایه صادراتی متناظر اعلامی که به صورت هفتگی توسط شرکت ملی صنایع پتروشیمی اعلام می‌شود، محاسبه کند. در این راستا به منظور ایجاد مدیریت واحد در راستای انسجام بخشی به امور پایانه‌های مرزی کشور مدیریت این پایانه‌ها، همچون پایانه‌های هوایی و دریایی به وزارت راه و شهرسازی محول شد. روحانی با تاکید بر تامین نیازها و کمبودهای فنی و اداری در این زمینه افزود: وزارت اقتصاد مکلف است با تسریع در رفع نیازها و تامین تجهیزات گمرکی در گمرکات مرزی امکان ترخیص هرچه سریع تر کالاها را فراهم کند.

تاکنون بیش از یک میلیارد یوان تراکنش با استفاده از ارز دیجیتال جدید چین صورت گرفته است.

به گزارش راشاتودی، بانک مرکزی چین با صدور بیانیه‌ای اعلام کرد که از زمان آغاز عملیات پایلوت آزمایشات فنی ارز دیجیتالی این کشور، حدود ۳,۱۳ میلیون تراکنش با استفاده از آن بین شهرهای مختلف این کشور نظیر شنژن و ژوئن گان صورت گرفته است. این برنامه‌های پایلوت پیشرفت مثبتی داشته‌اند و از اواخر ماه آگوست تاکنون حدود ۶۷۰۰ کاربر دولتی چینی از این ارز دیجیتالی برای انجام امور مربوط به تراکنش‌ها استفاده کرده‌اند. علاوه بر دو شهر فوق، شهرهای سو ژو و چنگدو نیز دیگر شهرهایی هستند که به شبکه یوان دیجیتالی متصل شده‌اند. حدود نیمی از یارانه حمل و نقل در شهر سو ژو با استفاده از این ارز دیجیتالی پرداخت می‌شود.

فان یی فی، قائم مقام رئیس بانک مرکزی چین با بیان اینکه ارزش این تراکنش‌ها چیزی حدود ۱.۱ میلیارد یوان (۱۶۲ میلیون دلار) بوده است، افزود: تراکنش‌های آزمایشی تا برگزاری مسابقات المپیک زمستانی پکن در سال ۲۰۲۲ ادامه خواهد یافت. به گفته یی فی، یوان دیجیتالی از نظر بانک مرکزی و دولت چین، یک زیرساخت مهم مالی برای سال‌های پیش رو خواهد بود.

یوان الکترونیکی با استفاده از روش‌های پرداخت مختلفی قابل استفاده خواهد بود که از جمله آنها می‌توان به استفاده از بارکد، شناسایی چهره و حسگر انگشت نام برد. از زمان آغاز به کار آزمایشی این ارز تاکنون حدود ۱۱۳ هزار کیف پول الکترونیکی شخصی و ۸۸۰۰ کیف پول الکترونیکی شرکتی ایجاد شده است. پیش از این در ماه مه بانک مرکزی چین از رونمایی رسمی از این ارز تا المپیک زمستانی پکن خبر داده بود که قرار است نماینده چین در رقابت با ارزهای دیجیتالی غربی نظیر لیبرا و بیت‌کوین باشد. بانک‌های مرکزی چین و سوئد تاکنون بیشترین پیشرفت توسعه ارز دیجیتالی را در بین بانک‌های مرکزی جهان داشته‌اند.

شاخص بورس تهران با رشد ۵۵ هزار واحدی به رقم یک میلیون و ۵۹۷ هزار واحد رسید

رشد دسته جمعی شاخص‌ها



در این گزارش می‌خوانیم: «پس از رشد شاخص‌های مربوط به بازار سرمایه در ماه‌های اخیر، یک نگرانی ایجاد شده است مبنی بر اینکه رشد شاخص‌های بازار سرمایه در نهایت منجر به ایجاد تورم و افزایش شاخص قیمت مصرف‌کننده خواهد شد. اثبات این ادعا و نگرانی نیازمند استفاده از مدل‌های اقتصادسنجی برای تعیین جهت علیت و تفکیک سهم عوامل مختلف (ارز، رشد پول و...) مؤثر بر سطح عمومی قیمت‌هاست، در این خصوص باید توجه داشت چنین مطالعاتی تاکنون صورت نگرفته و نگرانی‌های یادشده از حیث علمی اثبات نشده است.» به اعتقاد مرکز پژوهش‌ها، «گذشته از این، سازوکار قابل قبولی برای تبیین این رابطه علی (تأثیر رشد شاخص‌های بازار سرمایه بر تورم) قابل‌تصور نیست و ادبیات و نظریات اقتصادی نیز (براساس جست‌وجوهای صورت گرفته) وجود چنین رابطه علی را تبیین نکرده‌اند. اتفاقاً توجه به این مطلب که بازار سرمایه یک بازی جمع صفر است و در نهایت تأثیری بر متغیرهای بنیادین موجد تورم (پول و شبه پول) ندارد، می‌تواند نفی‌کننده چنین رابطه علی باشد.

به عبارت روشن‌تر، اگر قیمت یک سهم رشد ۲۰۰ درصدی را در یک روز تجربه کند با خرید این سهم، معادل قیمت سهام از سپرده خریدار کسر و به سپرده فروشنده آن افزوده خواهد شد و حجم پول و نقدینگی در اقتصاد تغییری نخواهد کرد. در صورتی که فروشنده سهام مبلغ دریافتی از خریدار را از بازار سهام خارج کرده و صرف خرید کالا یا خدمات کند بازهم تقاضای کل بازار کالاها و خدمات تغییری نخواهد کرد، زیرا قدرت خرید خریدار سهام در بازار کالاها و خدمات کم شده است. در صورتی که فروشنده سهام مجدداً سهام دیگری خریداری کند و خروج پول از بازار سهام اتفاق نیفتد که اساساً موضوع سرایت قدرت خرید به بازار کالا و خدمات منتفی است. ذکر این نکته ضروری است که عدم اثرگذاری رشد بازار سرمایه بر تورم به این معنا نیست که تغییر و تحولات ورود یا خروج نقدینگی به بازار سرمایه که منبع از رشد یا رکود بازار سرمایه است، بر بی‌ثباتی قیمت‌ها و هجوم به بازار دارایی‌ها (طلا، خودرو، مسکن، ارز و...) و ایجاد التهاب‌های کوتاه‌مدت در این بازارها بی‌تأثیر است.»

پیشنهاد بهبود بازار سرمایه به مجلس و سازمان بورس

همچنین یک کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه «فعالان بازار سرمایه پیشنهاد خود را برای بهبود بازار سرمایه به مجلس و سازمان بورس ارائه داده‌اند»، گفت: «بحث کنونی این است که بازار با مکانیسم

فرصت امروز: روند صعودی بورس تهران در دومین روز هفته نیز ادامه یافت و شاخص کل بورس با رشد ۵۵ هزار و ۲۶۵ واحدی در ارتفاع یک میلیون و ۵۹۷ هزار واحد ایستاد. در بیستمین روز مهرماه سایر شاخص‌های بورسی هم رشد کردند و شاخص کل (هم وزن) با ۸ هزار و ۴۷۹ واحد افزایش به ۴۱۸ هزار و ۹۹۳ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۵ هزار و ۵۵۶ واحد رشد به ۲۷۴ هزار و ۵۳۸ واحد رسید. شاخص بازار اول ۴۰ هزار و ۶۲۶ واحد و شاخص بازار دوم ۱۱۰ هزار و ۷۰۶ واحد افزایش داشت. شاخص فرابورس نیز ۳۵۹ واحد رشد داشت و بر روی کانال ۱۸ هزار و ۴۷۵ واحد ثابت ماند.

در معاملات این روز بیش از ۱۲ میلیارد و ۸۳۸ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۳۸ هزار و ۳۷۶ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای بانک ملت، ایران خودرو، ملی صنایع مس ایران، فولاد مبارکه، بانک تجارت، پالایش نفت بندرعباس و گروه پتروشیمی سرمایه‌گذاری ایرانیان ازجمله نمادهای پربیننده بودند. گروه بانک‌ها هم صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۴ میلیارد و ۱۰۷ هزار برگه سهم به ارزش ۲۰ هزار و ۴۱۷ میلیارد ریال داد و ستد شد.

همچنین نمادهای پالایش نفت تهران (شتران) با ۶ هزار و ۹۲۸ واحد، هلدینگ خلیج فارس (فارس) با ۴ هزار و ۱۶۸ واحد، فولاد مبارکه (فولاد) با ۴ هزار و ۴۷ واحد، بانک ملت (ویملت) با ۳ هزار و ۳۵۹ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۳ هزار و ۳۱۷ واحد، سرمایه‌گذاری نفت و گاز تامین (تاپیکو) با یک هزار و ۶۶۳ واحد و مخابرات (خابر) با یک هزار و ۳۹۷ واحد بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

آیا رشد بورس باعث رشد نرخ تورم می‌شود؟

نهاد پژوهشی مجلس چندی پیش در تحلیل تورم بهار امسال نوشت: «تقریباً از دی‌ماه ۱۳۹۸ و هم‌زمان با رشد شدید شاخص بورس و ورود نقدینگی به این بازار، نرخ تورم از رشد نقدینگی فاصله گرفته است. این موضوع به این مناسبت که بازار دارایی فعلاً، باعث شده تورم کمتر از مقادیر مورد انتظار بوده و محتمل است در آینده نزدیک با خروج بخشی از منابع از بازار دارایی و ورود به بازار کالاهای مصرفی، موجب روند فزاینده نرخ تورم شود.»

حالا این نهاد پژوهشی در جدیدترین گزارش خود به این سوال جواب داده است که آیا رشد بازار سرمایه منجر به تورم می‌شود؟

تجدید مناقصه عمومی



شهرداری باغستان در نظر دارد نسبت به لزوم لوله گذاری و جدولگذاری خیابان وصال شیرازی (محله باباسلمان) جهت جمع آوری و هدایت آب های سطحی از طریق تجدیدمناقصه عمومی اقدام نماید. بدینوسیله ازشاخص حقوقی واجدشرایط (دارا بودن حداقل رتبه ۵ در رشته آب آسزآزمان مدیریت و برنامه ریزی) جهت شرکت در مناقصه دعوت بعمل می آید.

۱/ شهرداری در رد یا قبول پیشنهادات مختار است.

۲/ تاریخ توزیع اسناد از تاریخ۱۳۹۹/۷/۲۱ تا تاریخ ۹۹/۸/۶ مهلت دریافت اسناد و تحویل به دبیرخانه شهرداری می باشد.

۳/ مبلغ برآورد قرارداد تا سقف ۵/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

۴/ سپرده شرکت در تجدید مناقصه ۲۷۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

۵/ برندگان اول و دوم و سوم تجدیدمناقصه در صورت حاضر نشدن جهت انعقاد قرارداد، سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.

۶/ مشروح جزئیات شرایط تجدیدمناقصه در اسناد مندرج است

۷/ تاریخ تشکیل کمیسیون معاملات عمده در تاریخ ۸ / ۷ / ۱۳۹۹ (روز چهارشنبه)

۸/ هزینه چاپ دو نوبت آگهی در روزنامه بعهدہ برنده تجدیدمناقصه می باشد.

۹/ محل دریافت اسناد: شهریار – باغستان – بلوار امام خمینی –بلوار ولیعصر خیابان لاله دوم اصلی – شهرداری باغستان امورقراردادها تلفن : ۰۲۱-۶۵۲۳۸۰۰۶ سایت شهرداری baghestan.ir

آگهی مناقصه عمومی

دو مرحله ای (خرید) ۹۹/۱۳



شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد
(مهرجی حاضر)

– نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار: شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد به نشانی (یاسوج، بلوار مطهری، خیابان راهداران، پایین تر اداره راه و شهرسازی، واحد امور پیمانها)

موضوع مناقصه: خرید لوله پلی اتیلن در سایزهای مختلف به شرح ذیل:

ردیف	شرح	قطر	SOR	مترآز
۱	لوله پلی اتیلن گازی PE۱۰۰	۴۵mm	۱۱	۱۰۰۰
۲	لوله پلی اتیلن گازی PE۱۰۰	۶۳mm	۱۱	۶۰۰۰
۳	لوله پلی اتیلن گازی PE۱۰۰	۹۰mm	۱۳.۰۶	۴۰۰۰۰
۴	لوله پلی اتیلن گازی PE۱۰۰	۱۴۵mm	۱۳.۰۶	۵۸۰۰۰
۵	لوله پلی اتیلن گازی PE۱۰۰	۱۶۰mm	۱۳.۰۶	۳۳۰۰۰
۶	لوله پلی اتیلن گازی PE۱۰۰	۲۰۰mm	۱۳.۰۶	۱۰۰

میزان و نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۶/۹۳۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال (شش میلیارد و نهصد و سی و پنج میلیون ریال می باشد که می بایست مطابق مصوبه شماره ۱/۱۲۴۰۲/ ت ۰۵۰۶۵۹ مورخ ۹۴/۰۹/۲۷ هیات محترم وزیران و ضمیمه مربوطه تهیه شود و در صورت نقدی به حساب شماره ۲۱۷۴۶۲۴۰۳۴۰۰۵ بانک ملی واریز گردد.

مهلت اعلام آمادگی در یافت اسناد مناقصه از طریق سامانه دولت (ستاد) از تاریخ ۱۳۹۹/۰۷/۲۷ لغایت ۱۳۹۹/۰۸/۰۱

مهلت عودت اسناد و پاکات مناقصه: از طریق سامانه دولت (ستاد) پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۹/۰۸/۱۷

زمان بازگشایی پیشنهادات(مرحله اول): روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۸/۱۸ ساعت ۱۰ صبح ساختمان شماره ۲، شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد، دفتر امور پیمانها

شرایط و مدارک مورد نیاز لازم جهت شرکت در مناقصه: الف) مدارک ثبتی شرکت حاوی تصاویر برابر با اصل (شناسنامه، آگهی آخرین تغییرات شرکت، آگهی تاسیس شرکت در روزنامه رسمی و...)

ب) دارا بودن تجهیزات و امکانات تخصصی لازم (حسب مورد) و توانایی فنی و مالی انجام کار مطابق استانداردهای شرکت ملی گاز ایران (ج) قرار داشتن در سامانه EP و وزارت نفت

– از مناقصه گران جهت حضور در جلسه بازگشایی پیشنهادات دعوت به عمل می آید.

– سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

– آگهی این مناقصه در پایگاه اینترنتی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد و پایگاه اطلاع رسانی قابل مشاهده می باشد.

تلفنکس واحد امور پیمانها: ۰۷۲۳۳۳۳۶۲۷۷

تاریخ انتشار نوبت اول دوشنبه ۹۹/۷/۲۱

افزایش ۵۰ تا ۷۰درصدی قیمت برخی از اقلام آجیل و خشکبار

رئیس اتحادیه آجیل و خشکبار تهران با اشاره به اینکه قیمت برخی از اقلام آجیل و خشکبار نسبت به سال گذشته با افزایش ۵۰ تا ۷۰درصدی مواجه شده است، گفت اگرچه امسال تولیدات خوبی داشتیم اما برخی از تولیدکنندگان محصولات خود را به دلیل تغییرات قیمت عرضه نمی کنند.

مصطفی احمدی در گفت وگو با ایسنا، با بیان اینکه تقاضای آجیل و خشکبار بسیار کم شده و صنف ما نیز مانند باقی اصناف دچار رکود توری می شده است، اظهار کرد: امسال تولیدات آجیل و خشکبار نسبت به سال گذشته حدود ۳۰ درصد بیشتر بوده ولی برخی از تولیدکنندگان یا محصولات خود را نمی فروشند یا قیمت‌هایی را تعیین می کنند که بازار را به هم می ریزد و همین امر منجر به افزایش قیمت آجیل در ماه‌های اخیر شده است.

وی ادامه داد: برخی از اقلام آجیل و خشکبار نسبت به سال گذشته ۵۰ تا ۷۰درصد افزایش قیمت داشته است. پسته، تخمه زاپنی، تخمه آفتابگردان، کشمش، انجیر جزو اقلامی هستند که با افزایش قیمت همراه شده‌اند.

رئیس اتحادیه آجیل و خشکبار تهران اضافه کرد: آن دسته از اجناسی که ورود یا خروج آنها با ارز بوده ۵۰ تا ۷۰ درصد گران شده و این افزایش قیمت، باقی اجناس را تحت تاثیر خود قرار داده است. برای مثال تولید گردو امسال حدود ۵۰ درصد بیشتر از سال گذشته بود ولی وقتی باقی اجناس گران می شود این اقلام هم تحت تاثیر قرار می گیرند و تولیدکنندگان محصولاتشان را نمی فروشند و چون عرضه کم می شود قیمت‌ها نیز افزایش می یابد.

به گفته وی چندین سال است که تهران تعیین کننده قیمت آجیل و خشکبار نیست و از مبدأ توسط تولیدکنندگان اعداد و ارقام تعیین می شود.

احمدی با اشاره به اینکه دو سال قبل نه به خرید آجیل راه افتاد و به صنف ما آسیب زیادی وارد شده و به نظر می رسد امسال نه به فروش آجیل راه افتاده، اظهار کرد: فروشندگان به دلیل تغییرات قیمت محصولات خود را نگه داشته‌اند، اما آجیل و خشکبار جزو تنقلات است و در زمان‌های خاصی خریداری می شود که اگر از زمان آن بگذرد تقاضای خرید بسیار کاهش می یابد و ممکن است این اقلام بر روی دست تولیدکنندگان باقی بماند.

تصمیمات جدید ستاد تنظیم بازار برای بازار برنج و روغن

براساس مصوبه ستاد تنظیم بازار، ۳۰ هزار تن برنج از محل ذخایر کشور به بازار و ۳۰ هزار تن روغن خام به منظور تامین مایحتاج موردنیاز خانوارها به ۴۷ کارخانه تولید روغن نباتی عرضه خواهد شد

به گزارش ایسنا، در اطلاعیه ستاد تنظیم بازار به ذخایر کافی برنج و مقادیر قابل اتکای این کالای رسوبی در بنادر اشاره شده و گفته شده که این ذخایر براساس بازدید معاون اول رئیس جمهور از بنادر کشور، در حال ترخیص هستند و بازار به هر میزانی که نیاز باشد از محل ذخایر و موجودی برنج بخش خصوصی، تامین خواهد شد. بنابراین در راستای تنظیم موثر بازار برنج، ستاد تنظیم بازار عرضه ۳۰ هزار تن برنج ذخایر را جهت حفظ تعادل بازار مصوب و به بازار عرضه خواهد کرد.

همچنین محمدرضا کلامی، دبیر ستاد تنظیم بازار طی ابلاغیه‌ای به انجمن واردکنندگان برنج و سازمان‌های صمت استان‌های مبدأ تولید را مکلف کرده تا با هماهنگی اعضا و تولیدکنندگان تحت پوشش خود، برنج را به صورت حداکثری در بازار عرضه کنند. سازمان‌های صمت استان مازندران، گیلان، اصفهان و خوزستان نیز مکلف شده‌اند با هرگونه واسطه‌گری که منجر به زیان تولیدکنندگان و کشاورزان برنج کار و نیز احتکار کالا توسط سلف‌خران است، برخورد جدی کنند.

جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می دهد که بیشترین افزایش قیمت در مرداد امسال مربوط به برنج پاکستانی باسمانی درجه یک بوده که قیمت آن با ۹۵٫۸ درصد افزایش از ۱۰ هزار و ۶۰۰ تومان در مرداد سال قبل به ۲۰ هزار و ۸۰۰ تومان در ماه مشابه سال جاری رسیده است. البته قیمت برنج تایلندی، داخلی هاشمی درجه یک و طارم اعلا نیز در این مدت به ترتیب ۳۹٫۲، ۱۵٫۷ و ۱۴٫۸ درصد افزایش داشته و در مرداد امسال به حدود ۱۰ هزار و ۲۶، ۲۶ هزار و ۲۰۰ و ۶۷۰۰ تومان رسیده است.

عرضه ۳۰ هزار تن روغن خام برای تامین مصارف خانوارها در مصوبات ستاد تنظیم بازار وضعیت ذخایر روغن خام کشور نیز «بسیار مطلوب» توصیف شده و بر این اساس ستاد تنظیم بازار دستور عرضه ۳۰ هزار تن روغن خام به منظور تامین مایحتاج موردنیاز خانوارها به ۴۷ کارخانه تولید روغن نباتی را صادر کرده است.

براساس این مصوبه این تصمیم در جهت تولید روغن مصارف خانوار اتخاذ شده و سهمیه‌ای معادل ۲۰ هزار تن نیز در اختیار کارگروه‌های تنظیم بازار استان‌ها قرار گرفته تا نیازهای مصارف صنف و صنعت تامین شود.

این در حالی است که طی هفته‌های گذشته روغن جامد در بازار کمیاب شده است و براساس مشاهدات میدانی، خرده‌فروشی‌های سطح شهر تهران یا اکثرشان روغن جامد ندارند یا اینکه آن را با قیمت بالاتر به فروش می‌رسانند. اخیرا هم دبیر انجمن صنفی روغن نباتی ایران گفته بود که در تامین مواد اولیه روغن‌های نیمه جامد که به صورت حلیی هستند به دلیل تحریم‌های ظالمانه و مشکلات ارزی و انتقال آن با مشکلاتی روبه‌رو شده‌ایم و به همین دلیل تولید آن کاهش یافت. طبق اعلام انجمن صنفی روغن نباتی ایران ۵۰ تا ۵۵ درصد مواد اولیه روغن‌های جامد، وارداتی و ۴۰ تا ۴۵ درصد نیز از دانه‌های روغنی تولید داخل استحصال می شود.

وزیر بهداشت درباره دو روز خانه‌نشینی‌اش و دادن تست کرونا توضیح داد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، سعید نمکی وزیر بهداشت اظهار کرد: امسال اربعینی متفاوت داشتیم و تعداد بسیاری از مشتاقان خدمت به زائران اباعبدالله از جمله همکارانم در اورژانس و نیروهای بهداشت و درمان توفیق خدمت‌گذاری در مسیر کرپلا را نداشتند و به عنوان مدافعان سلامت به نحو دیگری خدمت‌گذاری کردند و ما امسال اربعین متفاوتی مبتنی بر رعایت شیوه‌نامه‌ها برگزار کردیم و از دستگاه‌های نظارتی، نظامی و نظامی به ویژه ناجا تشکر می کنم زیرا در برخورد با کسانی که به سمت مرز حرکت کردند کوشا بودند و به خوبی عمل و از شکل گیری راهپیمایی جلوگیری کردند.

نمکی گفت: فقدان هنرمند بی‌بدیل محمدرضا شجریان را تسلیت عرض می کنم و از دوستداران استاد شجریان و خانواده معزز ایشان تشکر می کنم که عریض ما و تقاضاهای ستاد ملی را گوش دادند و در مراسم تدفین حداکثر شیوه‌نامه‌های بهداشتی رعایت شد و در اینکه شجریان را خسرو آواز ایران می‌نامند، گله‌مند بودم چرا که شجریان از هنرمندان بی‌بدیل عرصه شعر، موسیقی، آواز و ادب فارسی است و باید از منزلت این بزرگوار یاد کرد و از کسانی که در مراسم تدفین گنجینه این هنرمند با ما همراهی کردند، تشکر می کنم.

ماجرای دو روز خانه‌نشینی وزیر بهداشت و دادن تست کرونا

وزیر بهداشت گفت: دیروز به دلیل غیبت من در ستاد ملی مقابله با کرونا اضطراب و نگرانی ایجاد شده بود و خبری درباره بیماری بنده منتشر شد و از همه کسانی که ابراز محبت کردند تشکر می کنم، از دیروز تاکنون با فوج عظیمی از مهربانی عزیزانی که این سرباز خدمت‌گزارشان را مورد محبت قرار دادند رو به رو شدم و پیام‌های محبت‌آمیزی دریافت کردم و در برابر این یکایک مردان و زنان بزرگ

معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار زنجان گفت برای جلوگیری از مشکل، چرخه تامین و توزیع مرغ و تخم‌مرغ باید تحت نظارت باشد، محمدرضا آبی‌پور صبح روز گذشته در کارگروه تنظیم بازار استان زنجان که در رابطه با تعیین تکلیف وضعیت تامین و توزیع مرغ گرم، مرغ منجمد، تخم‌مرغ و سیلندر سسوخ‌ت گاز مایع برگزار شد، اظهار کرد: در کمیته تنظیم بازار در رابطه با تامین روزانه ۱۰ تن تخم‌مرغ در استان تصمیم‌گیری و اتحادیه مرغداران تخم‌گذار نسبت به این مسئله اعلام آمادگی کردند که در این بخش سازمان جهادکشاورزی باید نظارت بر تامین این کالا داشته باشد و باید توجه داشت که نیاز استان ۳۰ تن در روز محاسبه شده است.

وی افزود: سازمان صنعت، معدن و تجارت استان باید بر مباحثان توزیع تخم‌مرغ نیز نظارت داشته باشد تا این محصول به دست مصرف‌کننده برسد و اگر این چرخه به درستی انجام نشود و در استان کمبود داشته باشیم، ممنوعیت خروج تخم‌مرغ از استان تصویب خواهد شد تا تولید و توزیع‌کنندگان به تعهد خود عمل کنند.

این مسئول با اشاره به مرغ منجمد در استان، ادامه داد: باید توزیع مرغ منجمد به نحوی باشد که توزیع در زمان مناسب و برای مصرف‌کننده اتفاق بیفتد و سازمان جهادکشاورزی در ارتباط با تامین این کالا باید به نحو مطلوبی عمل کند.

رئیس شورای رقابت گفت شورای رقابت تا بررسی وضعیت کنونی حمل و نقل هوایی، هر گونه افزایش قیمت بلیت هواپیما را متوقف کرد. رضا شیوا در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درخصوص متوقف شدن افزایش قیمت بلیت هواپیما، گفت: در جلسه روز گذشته شورای رقابت درخصوص افزایش قیمت بلیت هواپیما بحث و گفت و گو شد. این مقام مسئول با بیان اینکه نباید قیمت بلیت هواپیما افزایش پیدا کند، ادامه داد: در جلسه روز گذشته با رئیس انجمن هواپیمایی

خبرهای خوشی از واکسن ایرانی کرونا دارم

نتیجه تست کرونایم منفی بود



که عده زیادی رعایت می کنند، اما عده‌ای هم رعایت نمی کنند و همه را گرفتار می کنند.

وزیر بهداشت گفت: خود دیدم جوانی در صف نانواپی به یک بازتنسسته که گفت چرا ماسک نمیزنی، بیشترین اهانت را کرد. نانوا هم امکان بیرون آمدن از مغازه و برخورد را نداشت. ما کار نظارت را به اصناف سپردیم و اصناف اثبات کردند که آنچه باید، اجرایی نمی شود همچنین ۷ هزار کارشناس ناظر بهداشت محیط داریم و اگر همه را هم برای نظارت بر کسبه و اماکن بسیج کنیم، مسلما کافی نخواهد بود. وی افزود: بر همین اساس ما در این دوره تقاضا کردیم از نیروی انتظامی، سازمان بسیج و سازمان‌های مردم نهاد و سایرین به عنوان ضابط کمک بگیریم و اعمال جرایم را سخت‌تر کنیم. قرار شد این کار در تهران به عنوان کلاتشهری که در سراسر کشور تاثیر می‌گذارد، شروع شود و قطعا در کلاتشهرهای دیگر کار را توسعه خواهیم داد.

ویروس کرونا جهش‌های زیادی پیدا کرده است

وزیر بهداشت گفت: از مردم عزیز تقاضا می کنم که نکات بهداشتی را رعایت کنند، ما در شرایط بسیار سخت قرار گرفتیم. ویروس دچار دگرگونی‌های موتاسیونی شده است البته هنوز موتاسیون‌ها طوری نیست که در بیماری‌زایی ویروس اتفاقات بزرگی افتاده باشد و فقط در سرعت انتشار ویروس تاثیر گذاشته است البته در شرایط کنونی ویروس جوان‌ترها را بیشتر گرفتار می کند.

وی همچنین درباره واکسن کرونا ایرانی گفت: خبرهای خوشی از واکسن دارم و به مدیرکل روابط بین‌الملل دستور دادم که به سازمان جهانی بهداشت اعلام کنند که ما فازهای مطالعاتی واکسن را تا کجا به سرانجام رسانده‌ایم. به این ترتیب پیشرفت واکسن را به عنوان حرکت عظیم ملی به گوش جهانیان خواهیم رساند.

سرزمینم سر تعظیم فرود می آورم و گاهی می گویم که هرچه برای این مردم کار کنیم، باز هم از این همه آتش‌فشان محبت و عشق احساس کوچکی و شرمساری می کنیم.

او افزود: در طول این هشت ماه به همراه همکاران بسیار فعالیت کردیم، من یک آسیب در یکی از مهره‌های کمرم به دلیل سانحه در کوهنوردی داشتم و با توجه به سفر به سه استان با اتومبیل، پریشب احساس بدن درد متفاوتی کردم و به دلیل اینکه با دو همکار کرونا مثبت در ارتباط بودم به جلسه ستاد کرونا نرفتم و تست کرونا دادم و دیشب به من اطلاع دادند که مورد حمله ویروس قرار نگرفتم و تست کرونای من منفی شده است.

اپیدمی با خواشش و تقاضا جمع و جور نمی شود

نمکی گفت: در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا اتفاقات جدیدی افتاد. مدت‌هاست که عرض می کنم برای مقابله و مبارزه با یک اپیدمی فقط و فقط تقاضا، تمنا و خواشش، مشکل‌گشا نیست. موج‌های زیادی را در این مدت تحمل کردیم و همکارانم به صورتی نفسگیر و به طور شبانه‌روزی آن را جمع و جور کردند و شرمسار همکاران عزیز و بزرگوارِ شان هستیم زیرا موج‌های پیاپی را که البته بیشترش هم به دلیل عدم رعایت دستورالعمل‌هاست، جمع و‌جور کردند و تا می خواهند نفسی تازه کنند، موج جدید آغاز می شود.

وی ادامه داد: همه معتقدیم تا می‌توانیم نباید از شیوه‌های پلیسی برای اعمال شیوه نامه‌ها استفاده کنیم؛ به خصوص رئیس جمهور اعتقاد دارند مردم باید محترم شمرده شوند و کمتر از شیوه‌های خشونت‌آمیز و سخت و انتقاضی استفاده شود و ما هم بر همین معتقدیم، باید توجه داشت هیچ کدام از کشورهای مدعی دموکراسی اپیدمی را نمی‌توان پیدا کرد که اپیدمی را فقط با خواشش و تمنا جمع کرده باشند؛ هرچند

مرغ و تخم‌مرغ تحت نظارت بازرسان

فرماندار شهرستان زنجان نیز در این جلسه با اشاره به اینکه در جلسه گذشته ستاد تنظیم بازار مقرر شد روزانه ۱۰ تن تخم‌مرغ در زنجان توزیع شود، اظهار کرد: طی چهار روز گذشته در مجموع ۱۵ تن تخم‌مرغ توزیع شد. رضا عسگری ادامه داد: اتحادیه نیز عرضه تخم‌مرغ را با قیمت مصوب پذیرفته است. از طرفی، در چند روز گذشته به مباحثراتی که از قبل تعیین شدند، تخم‌مرغی تحویل داده نشده است. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه زنجان نیز اظهار کرد: در حال حاضر قریب به ۴۰۰ روستا با ۲۷ هزار خانوار دریافت‌کننده نفت سفید در استان زنجان هستند که تاکنون یک مرحله سهمیه ۱۰۰۰ لیتری برای شش ماهه سرد سال از اول شهریورماه در کارت روستائیان فاقد گاز شهری به‌خصوص مناطق صعب‌العبور شارژ شده است.

حمید حبیبی ادامه داد: علاوه بر آن تاکنون ۴ سیلندر ۱۱ کیلویی و یک سیلندر ۲ کیلویی گاز مایع با قیمت دولتی نیز ماهانه در کارت بانکی معرفی شده توسط خود این افراد شارژ می‌شود ولی مشکلی که در رابطه با توزیع سیلندر گاز مایع در مناطق صعب‌العبور و دوردست وجود دارد، هزینه حمل آن است که در بسیاری از روستاها، روستائیان حاضر به پرداخت کرایه آن هستند که در صورت تحقق این امر، اداره بازرسی سازمان صمت و اداره کل تعزیرات، موزع‌ها را جریمه می کنند.

رئیس سازمان جهادکشاورزی استان زنجان نیز در این جلسه، اظهار کرد: مصوبات کار گروه ستاد تنظیم بازار فصل‌الخطاب برای جهادکشاورزی است که قطعا بدون اغماض همه مصوبات این ستاد را عملیاتی خواهیم کرد. جواد تاراسی با بیان اینکه ستاد پشتیبانی امور دام نیز نسبت به تامین مرغ بخرژه بسیار خوب عمل کرده است، ادامه داد: همه تلاش خود را به کار می‌گیرم تا نسبت به متعادل‌سازی قیمت برخی از اقلام که از وظایف ما مسئولان است، عملکرد قابل قبولی داشته باشیم. در ادامه این جلسه معاون بهبود تولیدات دامی جهادکشاورزی استان زنجان از کاهش میزان جوجه‌ریزی در استان زنجان خبر داد و اظهار کرد: از ابتدای امسال تا به امروز ۱۲ هزار و ۵۵۸ قطعه جوجه‌ریزی انجام شده که نسبت به سال گذشته که حدود ۱۲ میلیون و ۸۵۷ هزار قطعه بود، شاهد کاهش ۱۸ درصدی جوجه‌ریزی در استان هستیم.

محمدعلی صادقی با تاکید بر اینکه در مهرماه امسال شاهد کاهش شدید جوجه‌ریزی هستیم، افزود: میزان جوجه‌ریزی در مهرماه امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵۵ درصد کاهش یافته است. این مسئول ادامه داد: به دلیل دسترسی نداشتن تولیدکنندگان به کنجاله سویا و ذرت باعث شده افت بالایی در تولید مرغ داشته باشیم و میزان تولید گوشت سفید امسال حدود ۲۱درصد کاهش یافته است.

کشور نیز گفت و گو کردیم، آنها هیچ مجوزی برای افزایش قیمت بلیت هواپیما نداشتند.

رئیس شورای رقابت بیان کرد: شورای رقابت تا بررسی وضعیت کنونی حمل و نقل هوایی، هر گونه افزایش قیمت بلیت هواپیما را متوقف و درخواست کرد نرخنامه جدید عملیاتی نشود و اکنون شورای رقابت در حال بررسی قیمت‌هاست.

شیوا گفت: در گذشته هم در مورد وضعیت حمل و نقل هوایی کشور

مطالعاتی کرده بودیم و برای خطوط هوایی که رقابتی هستند سقف و کف قیمتی تعیین کردیم و برای برخی از خطوط فقط سقف قیمتی در نظر گرفتیم. به زودی دستورالعمل نحوه همکاری با هواپیمایی کشور را اعلام می کنیم.

رئیس شورای رقابت بیان کرد: وظیفه انجمن هواپیمایی کشور تعیین قیمت بلیت هواپیما نیست و تا ابلاغ دستورالعمل جدید شورای رقابت هرگونه افزایش قیمت بلیت خطوط هوایی باید متوقف شود.

اخبار

قیمت پراید به ۱۶۰میلیون تومان رسید!؟

قیمت خودرو در بازار با افزایش نرخ ارز افزایش ۱۰ تا ۱۰۰ میلیون تومانی یافت و پراید ۱۱۱ با قیمت ۱۶۰ میلیون تومان به فروش می‌رسد. قیمت خودرو در بازار با افزایش ۱۰ تا ۱۰۰ میلیون تومانی مواجه شد و در حال حاضر هر روز شاهد افزایش قیمت‌ها در این حوزه هستیم. قیمت پراید ۱۱۱ در بازار آزاد خودرو به ۱۶۰ میلیون تومان رسید و ساینبا قیمت ۱۸۵ میلیون تومان معامله می‌شود. همچنین در خودروهای خارجی مانند رنو شاهد افزایش قیمت‌های ۱۰۰ میلیونی هستیم مانند رنو ساندرو که با قیمت ۵۸۰ میلیون تومان به فروش می‌رسد و قیمت سراتو یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان اعلام شده است. در خودروهای عرضه شده توسط ایران‌خودرو هم این وضعیت حاکم است و قیمت ۲۰۶ تیپ ۵ به ۳۲۲ میلیون تومان رسیده است، پژو ۲۰۰۸ با قیمت بیش از یک میلیارد و ۳۰۰ هزار تومان معامله می‌شود و دنا پلاس ۶۳۰ میلیون تومان قیمت‌گذاری شده است.

افزایش نرخ ارز علت اصلی گرانی قطعات یدکی است

سختگوی اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی اظهار داشت به طور خلاصه علت گرانی قطعات یدکی خودرو گرانی و کمبود ارز است و اگر نرخ ارز ثبات داشته باشد ما قول می‌دهیم که در آینده نزدیک این بازار به تعادل برسد. به گزارش خبرنگار اقتصادی ایلنا، مهدی کاظمی، سخنگوی اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی در مورد علت تفاوت قیمت لوازم یدکی خودرو اظهار داشت: ما دو نوع فروشنده قطعات داریم؛ بخشی از آنها در مرکزیت تهران هستند و بیشتر عمده‌فروش هستند همچنین فروشنده‌های دیگر در اطراف تهران هستند که اگر قطعه‌ای را مثلاً با ۱۰۰ هزار تومان خریداری می‌کنند؛ به ۱۱۰ یا ۱۱۵ هزار تومان نیز می‌فروشند. وی ادامه داد: در حال حاضر فروشنده‌ها وقتی به خریدهای بعدی مراجعه می‌کنند با نرخ‌های جدید مواجه می‌شوند که بیشتر آن به دلیل افزایش نرخ ارز است. ما در سال‌های گذشته چنین بازاری اصلاً نداشتیم. کاظمی تصریح کرد: امروز مصرف قطعات افزایش یافته اما واردات و تولید کمتر شده است. همیشه عرضه ما بیشتر از تقاضا بود و در بازار تعادل وجود داشت، از همین روی همکاران ما با یک پا دو درصد سود قطعات را می‌فروختند، اما در حال حاضر این تعادل به هم خورده است. سخنگوی اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی متذکر شد: به طور خلاصه علت گرانی قطعات یدکی خودرو گرانی و کمبود ارز است و اگر نرخ ارز ثبات داشته باشد ما قول می‌دهیم که در آینده نزدیک این بازار به تعادل برسد.

فراخوان صندوق نوآوری برای شناسایی استارت‌آپ‌های سرمایه‌پذیر حوزه خودرو

صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری برای شناسایی طرح‌ها و استارت‌آپ‌های سرمایه‌پذیر حوزه خودرو فراخوان منتشر کرد. به گزارش ایسنا، رویداد «دوشنبه‌های استارت‌آپی» حوزه خودرو ۱۲ آبان ماه برگزار خواهد شد و استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان این حوزه که علاقمند به جذب سرمایه‌گذار هستند، می‌توانند تا شنبه سوم آبان ماه تقاضای خود را از طریق تکمیل کاربرگ منتشرشده اعلام و کاربرگ تکمیلی را به آدرس ایمیل demoday@inifir ارسال کنند. صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری از سال ۱۳۹۸ در راستای مأموریت خود مبنی بر تامین مالی توسعه فناوری و به ویژه فناوری‌های پیشرفته و اولویت‌دار، در قالب برنامه «هم‌سرمایه‌گذاری» با صندوق‌های پژوهش و فناوری، سرمایه‌گذاری جسورانه در استارت‌آپ‌ها و طرح‌های سرمایه‌پذیر را آغاز کرده است. در برنامه هم‌سرمایه‌گذاری صندوق نوآوری و شکوفایی، استارت‌آپ‌ها و دارندگان طرح‌های سرمایه‌پذیر، طرح و مدل کسب‌وکار خود را به عاملان سرمایه‌گذاری صندوق نوآوری معرفی می‌کنند و در صورتی که یکی از عاملان سرمایه‌گذاری صندوق پس از ارزیابی و تایید طرح و مدل کسب‌وکار، تصمیم به سرمایه‌گذاری جسورانه روی آن طرح بگیرد، صندوق نوآوری و شکوفایی تا ۸۰ درصد سرمایه جسورانه موردنیز آن استارت‌آپ با طرح سرمایه‌پذیر را تامین می‌کند. براساس اعلام صندوق نوآوری، هر دوشنبه استارت‌آپی، یک موضوع یا محور خاص دارد و تلاش می‌شود که هر دوشنبه، تنها استارت‌آپ‌ها و طرح‌های همان حوزه معرفی شوند. صلح‌خواه با شماره تلفن ۴۲۱۷۰۶۲۳ به عنوان مسئول برگزاری «دوشنبه‌های استارت‌آپی»، در روزها و ساعات اداری پاسخگوی سوالات درباره این رویداد خواهد بود.

جهاد دانشگاهی برای رفع نیازهای اصلی فناورانه صنعت خودرو و حمل و نقل وارد عمل شد

جهاد سیستم رانش قطار می‌سازد

جهاد دانشگاهی برای رفع نیازهای اساسی صنایع مهمی از جمله خودرو و حمل و نقل پروژه‌های فناورانه‌ای تعریف کرده و وارد میدان شده که دقیقاً نیاز واقعی و روز صنایع را هدف قرار داده‌اند. رئیس جهاد دانشگاهی کشور آخرین اقدامات را تشریح کرد. به گزارش گروه علمی و دانشگاهی خبرگزاری فارس، استفاده عملی و کاربردی از توان و نتیجه کار داخلی، همیشگی یکی از درخواست‌های اصلی پژوهشگران و محققان کشور بوده است. این خواسته که در صورت تولید فناوری بومی، محاصل کار محقق و پژوهشگر در رفع نیازهای کشور مورد استفاده قرار بگیرد و عملیاتی شود، مطالبه و گلابه همیشگی بخش‌های تولیدی و تحقیقاتی داخلی است. مدتی است اما اخبار خوشی از استفاده از علم و توان داخلی در رفع نیازهای واقعی روز جامعه و صنعت دیده می‌شود که در این باره شاهد همکاری‌ها و قراردادهایی بین مجموعه جهاد دانشگاهی کشور با صنایع مختلف کشور برای پاسخگویی داخلی به نیازهای فناورانه صنایع هستیم. یکی از صنایع مهم کشور که این روزها هم مثل همیشه در مرکز توجه اقتصادی و اجتماعی کشور قرار دارد، صنعت خودرو و حمل و نقل است که اتفاقاً مجموعه جهاد دانشگاهی کشور در این باره پروژه‌های فناورانه‌ای دارد که این پروژه‌ها دقیقاً مرکز نیاز واقعی روز این صنایع را هدف‌گذاری کرده‌اند.

چراکه این بازار پرریسک بوده و برای افرادی که سرمایه اندکی دارند بازی خطرناکی است. این فعال بازار خودرو در پایان خاطرنشان کرد: پیشنهاد بنده به خریداران خودرو این است که تا زمان ثبات بازار دست نگه دارند زیرا سود این بازار به جیب افرادی خواهد رفت که خودرو خریداری کرده و در پارکینگ نگه می‌دارند بنابراین با نخریدن خودرو این فرصت را از آنها سلب کرده و به مرور زمان با کاهش قیمت‌ها ناچار به عرضه خودرو در بازار خواهند شد. ضمن اینکه بازار خودرو بین یک تا یک ماه و نیم آینده دارای نوسان است و پس از آن با توجه به شرایط اقتصادی کشور باید آن را سنجدید.

سود ۱۰۰ میلیونی خریداران خودرو زیر ذره بین مالیات

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت در ادامه به تسنیم می‌گوید: «در ادبیات دنیا بررسی کنید تا ببینید مالیات خاص برای سودهای یک شبه وجود دارد چون باید زحمت یکشی و پول دریابوری. اگر امروز سود خریدتان چند برابر شد باید مالیات بدهید و همین باعث می‌شود که هر کسی وارد این بازارها نشود. یکی از ضعف‌هایی که در کشور وجود دارد حرکت به سمت بازارهای موازی تولید است. عمده کشورهایی که توانستند به سمت رشد اقتصاد بروند به این دلیل بود که به تولید توجه کردند. نمی‌شود پول را در تولید بیاورید و ۵۰ دستگاه بازخواست‌تان کنند اما اگر ببرید در بازارهای موازی تولید اینطوری نشود و سود بدون ریسک ببرید و انتظار داشته باشید سرمایه‌دارها تولید کنند و به سمت بازار ارز و طلا جذب نشوند.»

جزییات جریمه ۱۰۰ هزار تومانی رانندگان تاکسی بدون ماسک

نصف شب به چراغ قرمز برسند و پلیس هم نباشد، دوربین هم نباشد، باز هم پشت چراغ قرمز می‌ایستند، اما عده‌ای هم هستند که ممکن است با وجود پلیس هم از چراغ قرمز عبور کنند. پلیس برای افرادی که تخلفی می‌کنند، نیاز به اعمال قانون دارد. باید توجه کرد که بیش از ۵۰ درصد مردم از اواخر اسفندماه تاکنون همیشه رعایت کردند، اما نیم دیگری از مردم واقعاً رعایت نکردند. در حال حاضر یک مطالبه مردمی وجود دارد که افرادی که پروتکل‌ها را رعایت می‌کنند، چه گناهی دارند بنابراین متخلفان باید جریمه شوند. مانند فردی که از چراغ قرمز عبور می‌کند و دیگران را به خطر می‌اندازد.

جزییات جرایم متخلفان کرونایی

وی افزود: باید توجه کرد که جرایم چند دسته هستند؛ یکی بحث ارائه‌دهندگان خدمت است. مانند حمل و نقل عمومی. به عنوان مثال اگر راننده تاکسی ماسک نزند و شناسایی شود، پلاکش نوشته شده و پلیس می‌تواند این فرد را جریمه کند. راننده تاکسی که ماسک نزند، ۱۰۰ هزار تومان جریمه می‌شود و به ازای هر مسافری هم که ماسک نزند، راننده تاکسی ۲۰ هزار تومان جریمه می‌شود و مسافرانی هم که ماسک نزنند، ۵۰ هزار تومان جریمه می‌شوند.

از اخطار تا پلمب برای اصناف متخلف

رئیس‌ی افزود: در زمینه اتوبوس هم به همین صورت است. اگر اتوبوسی رعایت نکند، چه خودش و چه مسافران، هم شرکت جریمه خواهد شد و جرایم تا یک میلیون و حتی بیشتر هم خواهد بود. در تهران از انجایی که سیستم حمل و نقل عمومی ضعیف است، نمی‌توانیم اتوبوس را توقیف کنیم؛ بلکه باید اتوبوس را زیاد کنیم، اما

یک فعال بازار خودرو از رکود بی‌سابقه بازار خودرو در هفته گذشته خبر داد. کاظم محمدی نیکخواه در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، بیان کرد: با توجه به کاهش نرخ ارز در هفته گذشته شاهد رکود بی‌سابقه بازار خودرو بودیم که هیچ گونه معامله‌ای صورت نگرفت و در حال حاضر بسیاری از خریداران خودرو چشم‌انتظار سرانجام بازار ارز هستند. وی در پاسخ به این سوال که چرا نوسان قیمت در خودروهای داخلی بیشتر است، گفت: نوسان قیمت خودروهای تولید داخل به دلیل وجود عرضه است. اگر چه عرضه به میزانی نیست که جوابگوی تقاضا باشد اما عرضه به صورت قطره‌چکانی نیز موجب شده

یک مقام مسئول وزارت صنعت با اشاره به سود ۱۰۰ میلیونی خرید خودرو به قیمت مصوب، راهکار جلوگیری از این سودهای بادآورده را اخذ مالیات دانست. به گزارش کاما پرس، سعید زرن‌دی معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان این مطلب گفت: «فضای تقاضا عجیب است. روز گذشته در قرعه‌کشی یکی از خودروسازان نزدیک به ۲ میلیون و ۹۰۰ هزار نفر شرکت کردند، یعنی نقدینگی که در اختیار مردم است عدد بالایی است. قیمت‌های دولتی رانت‌هایی را ایجاد کرده و باعث شده تا یک شبه ۱۰۰ میلیون سود نصیب افراد شود که همین موجب می‌شود همه بخواهند در این بازار سرمایه‌گذاری کنند.» زرن‌دی معتقد است در اقتصاد تولیدمحور هیچ وقت سود بادآورده وجود ندارد و اگر باشد مالیات هنگفتی برای آن اعمال می‌شود.

معاون بهداشت وزیر بهداشت ضمن اشاره به نامه درخواست ایران برای تمدید زمان پیش‌پرداخت خرید واکسن کرونا، در عین حال درباره جزئیات جرایم کرونا که روز گذشته در ستاد ملی مقابله با کرونا تصویب شد، توضیح داد.

دکتر علیرضا رئیس‌ی در نشست ویدئوکنفرانسی با خبرنگاران، گفت: بیماری‌های تنفسی مانند آنفلوآنزا سه راه برای پیشگیری دارند؛ داروی موثر، واکسن موثر و رعایت نکات بهداشت فردی و عمومی. آنفلوآنزا هم دارو دارد مانند تامیفلو، هم واکسن دارد که تا حدود زیادی موثر است و رعایت نکات بهداشتی هم در پیشگیری از آن موثر است؛ به طوری که در نیمکره جنوبی که فصل آنفلوآنزا را می‌گذرانند، کمترین میزان ابتلا به آنفلوآنزا را دارند، زیرا همه نکات بهداشتی را به دلیل کرونا رعایت کردند و خبری از آنفلوآنزا نبوده است.

آنفلوآنزا دارو و واکسن دارد، کرونا ندارد

وی افزود: کرونا برخلاف آنفلوآنزا نه دارو و نه واکسن موثر ندارد و فقط بهداشت فردی و عمومی می‌ماند که آن نیاز به آموزش دارد و به همین دلیل نقش رسانه‌ها در این آموزش حائز اهمیت است. دنیا دارد به این موضوع می‌رسد که محدودیت‌های گسترده و قرنطینه اجباری کامل خیلی جواب نمی‌دهد و باید کار دیگری انجام داد.

چرا جرایم کرونایی وضع شد؟

رئیس‌ی درباره وضعیت جرایم مربوط به متخلفانی که پروتکل‌های بهداشتی را رعایت نمی‌کنند، گفت: اصولاً بحث مقابله با اپیدمی چیزی جز مشارکت مردم و مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیست. اینکه چرا جریمه وضع کردیم، به این دلیل است که عده‌ای هستند که حتی اگر

فرصتی فناورانه؛ دانش بنیان های ایرانی با یک هیأت کنیایی تعامل می کنند

با حمایت مرکز تعاملات بین المللی علم و فناوری ریاست جمهوری نشست رو در رو میان شرکت های دانش بنیان ایرانی و یک هیأت دولتی از کشور کنیا برگزار می شود. بازار کشور کنیا و شرق قاره آفریقا را فرصت بسیار خوبی برای فعالیت تولیدکنندگان ایرانی می دانند و هزینه نیروی کار بسیار ارزان، نبودن موانع گمرکی و امکانات بکر اقتصادی را گواه این فرصت. جمعیت یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون نفری قاره آفریقا را باید دریابیم و از این بازار بزرگ و بکر بهره مند شویم. این کشور بزرگ و اقتصادی انتخاب مرکز تعاملات بین المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است تا بازار دانش بنیان ها را در آن توسعه دهد؛ کشوری که با وجود داشتن روابط حسنه با ایران و بازار باارزش اقتصادی فقط میزبان بخش کوچکی از توانمندی های اقتصادی و تولیدی ایران است.



دریچه

فروش تلویزیون در دنیا به رکورد جدیدی رسید

در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۰، بیش از ۶۲ میلیون دستگاه تلویزیون در دنیا فروخته و رکوردی تاریخی ثبت شد.

براساس گزارش سازمانTrendForce، در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۰ در حدود ۶۲.۰۵ میلیون دستگاه تلویزیون در دنیا فروخته شده است. این میزان فروش افزایش ۱۲.۹ درصدی را در مقایسه با مدت زمان مشابه در سال گذشته نشان می دهد. همچنین، فروش تلویزیون در مقایسه با سه ماهه دوم سال ۲۰۲۰ نزدیک به ۳۸.۸ درصد افزایش پیدا کرده است. دو شرکت سامسونگ و ال جی سهم زیادی از این میزان فروش را از آن خود کرده اند و هر دو شرکت گفته اند که در سه ماهه پیش رو انتظار سود بیشتری درمقایسه با سه ماهه آخر سال ۲۰۱۹ کسب کرده اند.

به گزارش زومیت، براساس اطلاعات سازمانTrendForce، به دلیل شیوع ویروس کرونا و استفاده بیشتر مردم از تلویزیون فروش تلویزیون در آمریکای شمالی ۲۰ درصد افزایش پیدا کرده است. در این گزارش، به این موضوع اشاره شده که پنج شرکت سامسونگ، ال جی،

بانک مرکزی ژاپن از سال آینده میلادی شروع به آزمایش ارز دیجیتال می کند

بانک مرکزی ژاپن به نام «BOJ» اخیرا اعلام کرده که اوایل سال مالی ۲۰۲۱ شروع به آزمایش ارز دیجیتال بانک مرکزی (CBDC) خواهد کرد و این آزمایش ها شامل سه مرحله می شود. به گزارش دیجیاتو طبق اعلام BOJ، یک سیستم روی اینترنت خلق می شود و عملکردهای اصلی و پایه CBDC شامل صدور و گردش آن مورد آزمایش قرار می گیرد و سپس شاهد آزمایش های پیشرفته تری از سوی این بانک خواهیم بود. در حالی که BOJ اعلام کرده که برنامه های برای صدور CBDC ندارد، ژاپن می خواهد در برابر اقدامات چین آمادگی خود را افزایش دهد. یکی از دلایل این موضوع، تلاش نخست وزیر جدید ژاپن به نام «یوشیهیده سوغا» برای دیجیتالی کردن این کشور است. به اعتقاد BOJ، موسسات مالی خصوصی برای CBDC حکم یک واسطه را خواهند داشت و پس از عرضه توسط بانک مرکزی ژاپن، این ارز دیجیتال به صورت گسترده توسط عموم مصرف کنندگان، کمپانی ها و افراد دیگر مورد استفاده قرار می گیرند. آزمایش این ارز دیجیتال تا سه مرحله انجام می شود که مرحله آخر شامل کسب و کارهای خصوصی و مصرف کنندگان می شود که عملکرد و

تاثیر کرونا بر بازار کامپیوتر شخصی: بیشترین رشد فروش در ۱۰ سال گذشته

طبق گزارش «Canalys»، بازار جهانی کامپیوتر شخصی در سه ماهه سوم ۲۰۲۰ شاهد رشد ۱۳ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته داشت و فروش آن به ۷۹.۲ میلیون دستگاه رسید. طبق گفته «کانالیس»، این بیشترین رشد در ۱۰ سال گذشته بوده است. به گزارش دیجیاتو، از شروع سال میلادی، فروش سه ماهه اول ضعیف بود، اما طی سه ماهه دوم بازار شاهد رشد بود و این افزایش فروش تا سه ماهه سوم نیز ادامه پیدا کرد. در حالی که همه گیری کرونا بسیاری از کارمندان را مجبور به کار در خانه کرد؛ فروش نوت بوک ها به ۶۴ میلیون واحد در سراسر جهان رسید. فروش لپ تاپ ها و سیستم های همراه نیز نسبت به سال گذشته ۲۸.۳ درصد افزایش داشته و فروش کامپیوترها و سیستم های رومیزی نیز با کاهش ۲۶ درصدی روبه رو بوده است. «لنوو» با رشد ۱۱.۴ درصدی و فروش بالای ۱۹ میلیون دستگاه، در جایگاه نخست بازار قرار گرفت و «اچ پی» با ۱۱.۹ درصد رشد، ۱۸.۷ دستگاه به فروش رساند و در

کسب و کار



توفان تویتری ایلان ماسک را

تاکنون ندیده ایم.

مدت زیادی است که علاقه مندان منتظر عرضه سیستم می تواند بدون مداخله راننده رانندگی کند و تا چند هفته ماسک در این زمینه نوشت:

ویمو تأثیرگذار است، اما راه حل بسیار اختصاصی به شمار بدون مداخله رانندگی کند. در هفته های آینده، ما نسخه مد همچنین، ماسک می گوید که مشکل ترمز فانتوم در به روز الکتریکی تسلا مجبور نیستند منتظر FSB باشند. مدیرع کرد که سال ها است درباره آن صحبتی نشده است و برای درواقع، ماسک تأیید کرد که شارژر خودکار اسنیک هنوز در تویتری ایلان ماسک وجود دارد. هم اکنون، فقط باید صبر انتقاد از سیستم خودران ویمو ایلان ماسک فکر نمی کند. مدیرعامل تسلا در توییتتر از رقیب خود انتقاد کرد که زیر چ

ویمو به تازگی اعلام کرد که قصد دارد خودروهای خودران تاکسی اینترنتی در منطقه فونیکس مستقر کند. جان برای بحث درباره آزمایش موقت این خودروها گفت: ما نگرانی فعلی مان هستیم. ویمو در حال توسعه سیستم No Driver در اطراف شهر آریزونا است و قصد دارد با گسترش منطق فراخوانی کند. مدیرعامل ویمو در توییت خود به تصاویری ا که به رانندگان هشدار می دهد دستان خود را از روی فرما پاسخ به یکی از دنبال کنندگان خود که سیستم رانندگی کند

ایلان ماسک در جدیدترین حضورش در توییتتر به ارتقای سیستم رانندگی خودران تسلا اشاره کرد و گفت این سیستم قادر خواهد بود در مکان هایی رانندگی کند که تاکنون ندیده ایم.

به گزارش زومیت، ایلان ماسک، مدیرعامل جنجالی تسلا، به فعالیت بسیار در توییتتر شهرت دارد و اکثر اوقات اطلاعات مربوط به ارتقای خودروها و قابلیت ها و مدل های آینده را در صفحه توییتتر خود افشا می کند. باین حال، اخیرا چیزی زیادی از ماسک نشنیده ایم؛ حداقل درباره اطلاعاتی که موضوع مهمی به حساب می آید یا به زودی ارائه می شود، ماسک صحبت نکرده است. دو شب پیش، ایلان ماسک با توفان توییتتری خود، اطلاعات جدید زیادی در اختیار علاقه مندان قرار داد. باید منتظر رویداد Battery Day باشیم تا واقعا جزئیاتی از برنامه های ماسک برای آینده تسلا به دست آوریم. گاهی توییت هایی از مدیرعامل تسلا دریافت می کنیم که با ارائه جزئیات کمی، در حال تبلیغ چیزی است. به عنوان مثال، مدتی قبل ماسک گفت که بازنویسی سیستم کاملا خودران جهشی کوانتومی خواهد بود. ایلان ماسک باید مراقب آنچه در فضای مجازی به اشتراک می گذارد، باشد. تا آنجا که می دانیم، او هنوز با کمیسیون SEC توافق کرده است که اطلاعات خاصی در توییتر به اشتراک نگذارد یا اینکه ابتدا باید صحت اطلاعات مدنظر تأیید شود. همان طور که می دانیم، ترور میلتون، مدیرعامل سابق نیکولا، به انتشار اظهارات نادرست درباره خودروهای آینده این شرکت منتهم شده و ممکن است احتیاط ماسک به همین دلیل باشد.

برخی می گویند ایلان ماسک اظهارات نادرستی می کند و دیگران می گویند او فقط خوش بین است و تسلا اغلب نمی تواند خود را با جدول زمانی عرضه محصولات مطابقت دهد. در بیشتر مواقع، بسیاری از آنچه که مدیرعامل تسلا فاش می کند، سرانجام به حقیقت می پیوندد. باین حال، برخی از برنامه های او بسیار خوش بینانه هستند. به نظر می رسد این نظر درباره بسیاری از اطلاعاتی که ماسک دو شب پیش در توییتتر فاش کرد، چندان درست نیست. شاید جالب ترین توییت پاسخی درباره آینده سیستم رانندگی کاملا خودران (FSD) باشد که به گفته ماسک، می تواند در مکان هایی رانندگی کند که تاکنون ندیده است. ایلان ماسک در توییت خود اینطور گفت:

ما خیلی درباره این سیستم گفته ایم و تبلیغ کرده ایم. نزدیک بودن پیروزی حس کاذبی می دهد؛ شرایطی بسیار آزاردهنده. باوجوداین، واقعیت بسیار عجیب و پیچیده است و سیستم ما می تواند در مکان هایی رانندگی کند که

افزایش سرمایه شناختی کودکان و نوجوانان؛ تفاهم نامه امضا شد

کودکان و نوجوانان به عنوان متولی اصلی حوزه فرهنگی قشر کودکان از موضوعات مهمی است که ستاد توسعه علوم و فناوری های شناختی معاونت علمی و فناوری پیگیری می کند. در همین راستا

نیز تفاهم نامه ای میان ستاد و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان امضا شد. در این تفاهم نامه موضوع ارتقای سواد و سرمایه شناختی کودکان و نوجوانان با محوریت استفاده از سرگرمی، بازی ها، انیمیشن، کتاب و استفاده از یافته های دانش علوم شناختی در طراحی و تولیدات دنبال می شود.

مجید نیلی احمدآبادی دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری های شناختی معاونت علمی و فناوری در این مراسم با اشاره به اینکه ارتقای سرمایه شناختی جامعه یکی از اهداف ستاد است، گفت: سیاست ستاد همکاری با سایر مراکز و نهادهای در حوزه های مختلف و حمایت از آنها است و کانون پرورش فکری

نیاز تفاهم نامه ای میان ستاد و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان امضا شد. در این تفاهم نامه موضوع ارتقای سواد و سرمایه شناختی کودکان و نوجوانان با محوریت استفاده از سرگرمی، بازی ها، انیمیشن، کتاب و استفاده از یافته های دانش علوم شناختی در طراحی و تولیدات دنبال می شود.

مجید نیلی احمدآبادی دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری های شناختی معاونت علمی و فناوری در این مراسم با اشاره به اینکه ارتقای سرمایه شناختی جامعه یکی از اهداف ستاد است، گفت: سیاست ستاد همکاری با سایر مراکز و نهادهای در حوزه های مختلف و حمایت از آنها است و کانون پرورش فکری

نیاز تفاهم نامه موضوع ارتقای سواد و سرمایه شناختی کودکان و نوجوانان با محوریت استفاده از سرگرمی، بازی ها، انیمیشن، کتاب و استفاده از یافته های دانش علوم شناختی در طراحی و تولیدات دنبال می شود.

تکیه بر بودجه دولتی یا شهرداریها باید بر روی تولید علم، ارتباط با صنعت و ایجاد شرکت های دانش بنیان دانش آموختگان خود تمرکز کنند تا علاوه بر کسب درآمد، در رسیدن سریع تر به توسعه نقش آفرین باشند.

ستاری: تکیه به فرهنگ دانش بنیان توسعه را پایدار می کند

این ویژگی ها و از برون برای استان ها توسعه ایجاد کرد. تنها راهکار تحقق توسعه پایدار، توجه به ظرفیت و توانمندی نیروی انسانی دانش آموخته و بومی هر استان و ایجاد زمینه فعالیت بهتر برای شرکت های دانش بنیان و استارت آپ ها است.

رئیس بنیاد ملی نخبگان، مهمترین محور رونق اقتصاد دانش بنیان را نیروی انسانی دانست و گفت: نوآوری با تزریق بودجه و تفکر خارج از محیط بومی استان نمی توان توسعه پایدار و پیشرفت را انتظار داشت.

ستاری، بر نقش دانشگاه ها در ترویج فرهنگ اقتصاد دانش بنیان و تربیت نیروی دانش آموخته و خلاق استانی تأکید کرد و گفت: مراکز آموزش عالی به جای تکیه بر بودجه دولتی یا شهرداریها باید بر روی تولید علم، ارتباط با صنعت و ایجاد شرکت های دانش بنیان دانش آموختگان خود تمرکز کنند تا علاوه بر کسب درآمد، در رسیدن سریع تر به توسعه نقش آفرین باشند.

سورنا ستاری در بخش پایانی سفر به استان گلستان در نشست اقتصاد دانش بنیان و جهش تولید استان از ضرورت توجه تمامی بخش های جامعه به ظرفیت نیروی انسانی خلاق و رویکرد فرهنگی به اقتصاد و توسعه گفت.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه توسعه بیش از آنکه مفهومی نرم افزاری یا سخت افزاری باشد، مفهومی فرهنگی است ادامه داد: مفهوم توسعه در گذشته با راه اندازی کارخانه های آلاینده، ساخت کارخانه و تخریب محیط زیست تلقی می شد اما با رونق شرکت های دانش بنیان و استارت آپ ها دریافتیم توسعه، یک مفهوم نرم افزاری و متکی به نوآوری و خلاقیت است.

ستاری با بیان اینکه توسعه استان ها به دست مهمترین سرمایه بومی یعنی نیروی انسانی خلاق محقق می شود، ادامه داد: توسعه پایدار، امری درونی است و باید براساس مزیت های بومی هر استان و به دست

نیروی انسانی خلاقش اتفاق بیفتد. نمی توان بدون در نظر گرفتن





تکثیر ماهیان دریایی توسعه می‌یابد

جمعیت جهان رو به ازدیاد است. این موضوع، سران دولتی را به فکر تامین غذای موردنیاز این جمعیت رو به فزونی انداخته است. یکی از منابع مورد تاکید همه کشورها، استفاده از موجودات دریایی است. قرار است با تلاش دانش‌بنیان‌ها سبب غذایی کشور با این موجودات دریایی ایمن تر و پربارتر شود. استخراج و تجاری‌سازی فرمون‌ها در تکثیر و پرورش ماهیان دریایی (ماهی صیبتی) طرحی است که با حمایت ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اجرایی می‌شود. فرمون‌ها سیگنال‌های مولکولی هورمونی یا مشتقات آنها هستند که در محیط بیرون از بدن بر گونه‌های یکسان اثر می‌گذارند. این طرح فعلا بر روی ماهی گونه صیبتی در حال اجرا است.



یادداشت

گسترش مرزهای دانش

تحقیقاتی به مخاطبان دارد. این بنیاد با هدفی فراتر از ارائه خدمات آزمایشگاهی تاسیس شد؛ با وجود اینکه در زمینه خدمات آزمایشگاهی بسیار موفق عمل کرد، اما نیاز بود تا اولویت کاربردی‌سازی علوم و ارتباط میان صنعت و دانشگاه برقرار شود.

سرعت عمل در ارائه خدمات آزمایشگاهی یکی از ظرفیت‌های بنیاد علوم کاربردی رازی و موضوعی حائز اهمیت برای موفقیت آزمایشگاه‌ها است. تلاش کردیم در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات که تغییرات با سرعتی فراینده رخ می‌دهند، در سریع‌ترین زمان ممکن نتایج را به پژوهشگر برسانیم و نتیجه تحقیق را به یک راهکار برای صنعت بدل کنیم. رضایت مشتریان خدمات آزمایشگاهی در گروی رضایت‌مندی کارکنان مجموعه‌ها برای ارائه خدمات بهتر است. مراکز آزمایشگاهی نباید خودشان را محدود کنند و دورنمایی برای تجاری‌سازی تحقیقات و کاربردی ساختن پژوهش داشته باشند.

فراتر از تجهیزات و زیرساخت‌های آزمایشگاهی، نیروی انسانی متعدد و متخصص در کاربردی‌سازی دانش و رفع نیازها اثربخش است. شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بستر بسیار خوبی برای به اشتراک‌گذاری تجهیزات فراهم آورده و از ظرفیتی برخوردار است تا فضای تعامل میان پژوهشگران و محققان را برای رفع نیاز صنایع و توسعه کشور فراهم کند.

نقش شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی در ایجاد شبکه‌ای از تجهیزات و زیرساخت‌های موردنیاز کار پژوهش، اثربخش است. ایجاد شبکه آزمایشگاهی بسیار اقدام خوبی است، اما این شبکه آزمایشگاهی و اعضایش ظرفیتی بسیار بالا دارند که باید شکوفا شود. یکی از این ظرفیت‌ها، ایجاد شبکه‌ای تعاملی میان محققان و پژوهشگرانی است که از خدمات آزمایشگاهی بهره می‌برند. تعامل تجربه‌ها و دستاوردهای تحقیقاتی آنان برای صنعت بسیار ارزشمند است و این شبکه می‌تواند گسترش بیشتری پیدا کند.

اپل به زودی ارسال کالا از فروشگاه‌های خود را آغاز می‌کند

مطالب منتشرشده در خبرگزاری Bloomberg، اپل از ۳۰۰ فروشگاه موجود در ایالات متحده آمریکا و کانادا برای ارسال محصولات خود به خریدارانی استفاده می‌کند که در فاصله ۱۶۰ کیلومتری هستند.

به نظر می‌رسد این شرکت کار خود را در این زمینه آغاز کرده است و اکنون، چند فروشگاه از اوایل سال جاری به این کار مشغول هستند. باین‌حال، فروشگاه‌ها قرار است هفته بعد مرحله بعدی اعمال این تغییرات و عرضه گسترده محصولات این شرکت را دقیقاً قبل رونمایی آیفون جدید انجام دهند.

طبق گفته بلومبرگ، شیوه ارسال محصول اپل درواقع با تغییر داخلی روبه‌رو شده است بنابراین مشتریان نمی‌توانند فروشگاه‌ها را انتخاب کنند که محصول مدنظر آنها از آنجا ارسال شود. سیستم فروش اپل با تحلیل آدرسی که خریدار وارد کرده، از نزدیک‌ترین فروشگاه محصول مدنظرش را ارسال می‌کند.

به‌طور کلی، این تغییری مثبت است که باعث می‌شود محصولات این شرکت، به‌ویژه آیفون جدید اپل، سریع‌تر از همیشه برای مشتریان فرستاده شود. شیوع ویروس کرونا باعث شده است که مراجعه حضوری به فروشگاه‌های اپل بسیار کمتر از گذشته شود و این روش می‌تواند رونقی دوباره به این مکان‌ها بدهد.

اپل برای تسریع در فرآیند فروش، محصولات را از فروشگاه‌های خود برای مشتریان ارسال می‌کند.

به گزارش زومیت، اپل یکی از شرکت‌های محبوب دنیای فناوری است که سالانه تعداد بسیار زیادی از محصولات خود را برای کاربرانش ارسال می‌کند. تاکنون، این شرکت به طور مستقیم دستگاه‌های هوشمندش را از چین یا انبارهای محلی ارسال می‌کرد، اما براساس جدیدترین خبر منتشرشده در فضای مجازی، قرار است این مسئله تغییر کند.

گفته می‌شود اپل در سیاست تجاری جدید خود قصد دارد از فروشگاه‌های اپل به عنوان مکانی برای ارسال محصولات این شرکت به خریداران استفاده کند. با این روش، دیگر لازم نیست برای رساندن محصول به دست خریدار از محصولات موجود در چین یا انبارهای محلی استفاده کرد. با این کار، اپل می‌تواند زمان ارسال محصولات را نیز به حداقل برساند و بدین‌ترتیب، مشتریان خود را بیش از گذشته راضی نگه دارد. اپل برای تحویل سفارش‌ها با FedEx و UPS همکاری جدیدی آغاز کرده است و انتظار می‌رود بیشتر محصولات در همان روزی به دست مشتری برسند که سفارش داده می‌شوند.

به نظر می‌رسد کاربران از تغییر اخیر اپل خوشحال خواهند شد؛ زیرا اکنون باید کمتر منتظر رسیدن محصول مدنظر خود بمانند. براساس



ز بهبود فناوری تسلا خبر داد

خواند، پاسخ داد: «سیستم جدید ما قادر به رانندگی در مکان‌هایی است که حتی یک بار هم ندیده‌ایم.»

منظور ماسک از این توییت، سیستم رانندگی کاملاً خودران تسلا بود که به‌عنوان آپشن ۸۰۰۰ دلاری در خودروهای برقی این شرکت عرضه می‌شود، اما هنوز انتظارات مدنظر از نام خود را برآورده نمی‌کند. هم‌اکنون، عملکرد این سیستم به برخی از قابلیت‌های رانندگی خودران در بزرگراه و رانندگی خودکار با سرعت کم از داخل پارکینگ به سمت بیرون برای سوار کردن مالک و با استفاده از اپلیکیشن تلفن هوشمند محدود شده است. باین‌حال، ایلان ماسک قول قبلی خود را تکرار کرد که قابلیت‌های پیشرفته‌تری قبل از پایان سال جاری اضافه خواهد شد.

تلاش تسلا برای رکوردشکنی در تولید سالانه

ایلان ماسک می‌گوید تسلا در صورت داشتن سه‌ماهه چهارم موفقیت‌آمیز، می‌تواند امسال ۵۰۰،۰۰۰ دستگاه خودرو الکتریکی بسازد. در ابتدای سال جاری، تسلا اعلام کرد که امسال قرار است به راحتی از رکورد تولید ۵۰۰،۰۰۰ دستگاه خودرو عبور کند، اما این صحبت‌ها قبل از همه‌گیری ویروس کرونا بود. با وجود تأثیری همه‌گیری کرونا بر میزان تولید تسلا، ماسک اخیراً با ارسال ایمیلی به کارمندان، آنها را تشویق کرده است که برای افزایش تولید هر کاری می‌توانند، انجام دهند. ایلان ماسک در ایمیل خود نوشت: همه‌چیز به سه‌ماهه چهارم بستگی دارد. لطفاً برای بهبود تولید (در حالی که کیفیت را افزایش می‌دهید)، هر گامی که فکر می‌کنید بردارید. زمانی که بیش از ۱۶ سال پیش تسلا را راه‌اندازی کردیم، هرگز فکر نمی‌کردم تا این حد پیش برویم، اما به لطف سخت‌کوشی و نبوغ شما، درواقع بخت ساختن نیم‌میلیون خودرو را در یک سال داریم. وای، این خیلی باورنکردنی است!

تسلا در سه‌ماهه سوم سال جاری، ۱۳۹ هزار و ۳۰۰ دستگاه خودرو تحویل داده و ۱۴۵ هزار و ۳۶ دستگاه خودرو تولید کرده که برای این خودروساز رکوردی بی‌سابقه است. باین‌حال، اگر تسلا به هدف ۵۰۰،۰۰۰ دستگاه خود برسد، باید در سه‌ماهه چهارم حدود ۱۸۲،۰۰۰ دستگاه خودرو تحویل دهد که کار کمی نیست.

کارخانه گیگافکتوری تسلا در شانگهای چین ثابت کرده که برای افزایش تولید جهانی این شرکت در سال جاری، بسیار مهم و حیاتی است. درحقیقت، سایت شانگهای قصد دارد ۱۵۰،۰۰۰ دستگاه تسلا مدل ۳ را امسال تولید کند. تولید اولین دستگاه در این کارخانه، در اواخر سال ۲۰۱۹ آغاز شد.

FSD هستند. هم‌اکنون، ماسک می‌گوید که این سیستم دیگر با عنوان نسخه آزمایشی و محدود پتا عرضه می‌شود.

می‌رود. روش تسلا عمومی‌تر است. آخرین نسخه می‌تواند حدود آزمایشی را منتشر می‌کنیم.

رسانی اخیر برطرف خواهد شد، بنابراین مالکان خودروهای امل تسلا در ادامه بار دیگر به بازوی رباتیک اسنیک اشاره اتصال خودکار شارژر به خودرو الکتریکی استفاده می‌شود. در حال به‌روزرسانی است. اخبار جالب دیگری نیز در توفان کنیم و ببینیم کدام گزاره‌ها به واقعیت تبدیل می‌شوند.

خودروهای بدون راننده ویمو امکانات مناسبی داشته باشند، مگر گوگل در زمینه فناوری خودرو خودران فعالیت می‌کند.

خود را بدون رانندگان ایمنی پشتیبان در قالب خدمات کرافیک، مدیرعامل ویمو، در کنفرانس تلفنی با خبرنگاران ان توانایی خود در تأمین تقاضا با توانایی‌های خودروهایی

Waymo خود در منطقه‌ای با مساحت حدود ۱۳ هزار هکتار فقه پوشش، رانندگان را در چند هفته دوباره برای کار ز برچسب‌های موجود در خودروهای این شرکت اشاره کرد ن بردارند و به کامپیوترها اجازه رانندگی دهند. ماسک در نودران ویمو را به دلیل اتکا به نقشه‌ها «ضعیف و شکننده»

استان گلستان میزبان فناوری‌های حوزه سلامت شد

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در ادامه سفر به استان گلستان، نخستین مرکز نوآوری در حوزه سلامت را افتتاح کرد تا

زیست‌بوم فناوری‌های پزشکی و تجهیزات این حوزه گسترده‌تر شود.

ارائه خدمات برخط و تصویری پزشکی،

ویزیت از راه دور و راهنمایی به بیماران

برای مراحل بعدی درمان، از جمله خدمات

ارائه شده این مرکز نوآوری سلامت است.

مرکز نوآوری سلامت دانشگاه علوم پزشکی

گلستان با حمایت معاونت علمی و فناوری

ریاست جمهوری و بر بستر پارک علم و

فناوری ایده‌های نوآورانه در حوزه سلامت

را به مرحله رشد و تجاری‌سازی می‌رساند.

۱۶ واحد فناور و ۴ شرکت دانش‌بنیان

در مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی استان

گلستان فعالیت می‌کنند که با ایجاد این

مرکز نوآوری، زمینه تبدیل ایده‌های

نوآورانه به کسب‌وکارهای دانش‌بنیان فراهم می‌شود.

تولید کیت و لام (تیغ شیشه‌ای) آزمایشگاهی، طراحی اپلیکیشن،

تولید انواع کرم‌های تخصصی، تولید مایع ضدعفونی‌کننده سطوح و

دهان‌شویه بخشی از فعالیت واحدها و شرکت‌های دانش‌بنیان دانشگاه

علوم پزشکی گلستان است.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در سفر به گلستان، از

مجموع آموزشی، پژوهشی و فناوری

غذایی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع

طبیعی این استان دیدن کرد.

با ایجاد این مرکز نوآوری، بیش از

۷ هزار متر مربع فضای زیرساختی به

زیست‌بوم نوآوری سلامت استان برای

تولید محصولات دانش‌بنیان اضافه شد.

بستری برای سرمایه‌گذاری روی

ایده‌های نوآورانه

همچنین با حضور ستاری، صندوق

پژوهش و فناوری استان گلستان با

سرمایه اولیه ۵۰ میلیارد ریال با حمایت

معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری

و بخش خصوصی بر بستر پارک علم و فناوری استان افتتاح شد. این

صندوق برای پرداخت تسهیلات کم‌بهره به مجریان طرح‌های نوآورانه

راه‌اندازی شده است.



هنرستان‌های فناوری اطلاعات در کشور راه‌اندازی می‌شود

مهارت کارآفرینی است، ادامه داد: در طول دو سال گذشته بیش از ۳ هزار دانش‌آموز در دوره‌های مهارت‌آموزی نظیر مدرسه تابستانی فناوری اطلاعات آموزش دیده‌اند و این دوره‌ها با رویکرد

آشنایی کسب و کارهای فناوری

اطلاعات نیز قابلیت توسعه و تسری

بخشیدن دارد.

در این مراسم، دکتر کمرئی، معاون آموزش متوسطه وزارت آموزش و پرورش نیز با تاکید بر لزوم دستیابی به اهداف این تفاهم‌نامه، نسبت به تصحیح ایجاد جهت‌گیری‌های فناوری اطلاعات در حوزه آموزش، اظهار امیدواری کرد و افزود: سالانه حدود ۹۵۰ هزار هنرجوی هنرستانی وارد بازار کار می‌شوند که نیروی کار بالقوه‌ای هستند اما به معنای عملیاتی آمادگی ورود به نظام

اشتغال را ندارند. لذا کمک به اقتضانات کارآفرینی وظیفه مهمی است که سازمان فناوری اطلاعات ایران در این تفاهم‌نامه می‌تواند به عهده داشته باشد.

تفاهم‌نامه همکاری مشترک میان این سازمان و وزارت آموزش و پرورش در ۸ ماده و برای اجرایی شدن ظرف ۳ سال آینده،

مبادله شد.

به گزارش مهر، امیر ناظمی معاون وزیر ارتباطات و رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران در مراسم تبادل این تفاهم‌نامه تحقق اهداف این تفاهم‌نامه را در ۴ محور اصلی، حائز اهمیت عنوان کرد و گفت: ایجاد هنرستان‌های فناوری اطلاعات مانند هنرستان‌های امنیت سایبری، توسعه نگرش کارآفرینی دانش‌آموزان با رویکرد تربیت نیروی انسانی ماهر، نوافرین و کارآفرین موردنیاز بازار کار حوزه فناوری اطلاعات در کشور و برگزاری رویدادهای کارآفرینی با محوریت فناوری اطلاعات

و مدارس فصولی برنامه‌نویسی، از جمله مهم‌ترین موضوعات این

تفاهم‌نامه است.

وی با بیان اینکه در دو دهه آینده، اصلی‌ترین مهارت موردنیاز،



برنامه Airbnb برای فرار از بحران کرونا

 	به قلم: اسلان گلو‌سیاک خبرنگار	
	ترجمه: امیر آل علی	

بدون شک صنعت گردشگری با بیشترین آسیب ناشی از انتشار جهانی ویروس کرونا، مواجه شده است. در این راستا یکی از برندهای فعال در این حوزه، ابربرند Airbnb است که در زمینه اشتراک مکان اقامتی، فعالیت دارد. درواقع این شرکت موفق شده است تا صنعت هتلداری را وارد چالشی جدی نماید. با این حال این شرکت نیز در روزهایی خوبی به سر نمی‌برد. به همین خاطر بنیانگذار آن آقای برایان چسکی اخیرا از برنامه‌های خود برای گذر از این بحران و مواردی احتمالی در آینده صحبت کرده است که می‌تواند به ترندی برای سایر برندهای فعال در این حوزه، تبدیل شود.
نخستین اقدام این است که این شرکت وارد بازار بورس نشود تا بتواند از این طریق برخی از هزینه‌های خود را پوشش دهد و برای به اجرا درآوردن طرح‌های جدید، با کمبود بودجه مواجه نباشد. این طرح احتمالا تا چند هفته دیگر عملی خواهد شد.
در کنار این موضوع، گسترش محدوده فعالیت، از دیگر مواردی است که می‌تواند کاملا نتیجه‌بخش باشد. درواقع تک‌محصولی بودن برای هر کسب و کاری یک ریسک بزرگ خواهد بود. در این راستا اگرچه هنوز مشخص نیست که چه حوزه‌های دیگری مدنظر این شرکت قرار دارد، با این حال بنا بر شایعه‌ها، به نظر می‌رسد که ایجاد یک پلتفرم برای اتصال گردشگران به یکدیگر و سفرهای گروهی آنها که می‌تواند در هزینه‌ها صرفه‌جویی شدیدی را به همراه داشته باشد، یکی از طرح‌های اصلی خواهد بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که بحران مالی ناشی از کرونا، اکثر افراد را درگیر خود کرده و این امر باعث می‌شود تا قدرت خرید افراد کاهش پیدا کند. تحت این شرایط سفر، جزو اولویت افراد نخواهد بود. در نهایت اقدام آخری که در دستور این شرکت قرار گرفته است تعدیل نیرو در کنار نظارت بیشتر بر روی رعایت پروتکل‌های بهداشتی، می‌تواند تمایل افراد برای سفر کردن را افزایش دهد. درواقع به نظر می‌رسد که برای اقامتگاه‌ها، پروانه رعایت اصول بهداشتی صادر خواهد شد. حال باید دید که این طرح‌ها، تا چه اندازه می‌تواند همراه با نتایج مثبت باشد.

منبع: nytimes.com

توافق با یونان اقدام جدید مایکروسافت

 	به قلم: تیم نویسندگان سایت Reuters	
	ترجمه: امیر آل علی	

در جدیدترین بیانیه مایکروسافت اعلام شده است که توافق‌های لازم برای ایجاد سه دیتاسنتر در شهر آتن انجام شده و این امر به معنای آن خواهد بود که یونان به قطب اصلی در این زمینه تبدیل خواهد شد. در این راستا ذکر این نکته ضروری که این شرکت در ۲۶ کشور جهان، چنین طرحی را پیاده کرده و تنها ۷ مورد آن در اروپا قرار دارد. به همین خاطر این طرح، بزرگ‌ترین اقدام در قاره اروپا محسوب می‌شود. یونان نیز با عبور از بحران مالی چند ساله خود، امیدوار است که این اقدام زمینه اشتغال‌زایی و توجه بیشتر به این کشور را مهیا سازد. درواقع تا توجه به این امر که گردشگری یکی از منابع اصلی درآمدی یونان بوده و در شرایط حال حاضر که ویروس کرونا به بحرانی جهانی تبدیل شده است این کشور با مشکلات جدیدی مواجه بوده و چنین طرح‌هایی می‌تواند زمینه بهبود سریع‌تر اوضاع را به همراه داشته باشد. در این راستا برد اسمیت، از مدیران مایکروسافت اعلام کرده است که یونان دارای امتیازهای ویژه‌ای بوده و پتانسیل‌های لازم برای چنین سرمایه‌گذاری عظیمی را دارد. حال باید دید که نتیجه این همکاری، تا چه حد مثبت خواهد بود.

منبع: reuters.com

انگلستان کشور سبز آینده

 	به قلم: فیونا هاروی کارشناس حوزه محیط زیست	
	ترجمه: امیر آل علی	

اگر به انقلاب صنعتی که از کشور انگلستان شروع شده است نگاهی بیندازیم، شاهد اتفاقات بسیار ناگواری هستیم که بر محیط زیست وارد شده است، با این حال بهره‌کشی از طبیعت و منابع طبیعی، دیگر منسوخ شده و حفاظت از آن، به ترندی در زمینه مدیریت کشورها تبدیل شده است. در این راستا انگلستان به عنوان یکی از پیشرفته‌ترین کشورهای حال حاضر جهان، از چشم‌انداز جذاب خود برای ۱۰ سال آینه رونمایی کرده است که براساس آن انرژی موردنیاز واحدهای مسکونی، از طریق انرژی بادی تامین خواهد شد. این امر خود یک گام بزرگ در راستای تبدیل شدن انگلستان به یک کشور سبز خواهد بود. اگرچه نخست وزیر انگلستان آقایوریس جانسون این طرح را برای مدت کوتاه‌تری پیش‌بینی کرده بود، با این حال مشکلات به وجود آمده در اثر شیوع ویروس کرونا، باعث شده است تا این طرح، به سال ۲۰۳۰ محول شود. در این راستا بدون شک شاهد تاسیس شرکت‌هایی فعال در این زمینه خواهیم بود که باعث می‌شود تا انگلستان، صادرکننده لوازم موردنیاز برای استفاده از این انرژی پاک شود که خود سودآوری بالایی را به همراه خواهد داشت. درواقع حقیقت غیرقابل انکار این است که تمامی کشورهای جهان باید به سمت توجه بیشتر به محیط زیست سوق پیدا کنند. در این رابطه کشورهایی که پیشگام شوند، بدون شک موقعیت بهتری را پیدا خواهند. برای مثال کانادا نیز یکی از کشورهایی است که در این زمینه طرح‌های جالبی را ارائه کرده است که مهمترین آن ممنوع کردن تردد خودروهایی است که از سوخت پاک استفاده نمی‌کنند و این طرح نیز تا ۱۰ سال آینده به اجرا گذاشته خواهد شد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که طرح فوق، گام‌های نخست چشم‌انداز بزرگ‌تری است که برای ۲۰۵۰ تعیین شده است و براساس آن میزان تولید کربن انگلستان، به عدد باورنکردنی صفر خواهد رسید. حال باید دید که دولتمردان این کشور، تا چه اندازه سعی به این آرمان، موفق خواهند بود. بدون شک اگر کشورهای دیگر سریعاً به انجام چنین اقداماتی توجه کنند، در آینده حتی ممکن است شاهد هیچ‌گونه بحران زیست محیطی نباشیم.

منبع: theguardian.com

بازاریابی و فروش محصولات در بازارهای رقابتی با ایجاد تمایز



این نکته محروم سازد.

۲.شناسایی مخاطب هدف

مشتریان حاضر در یک بازار دارای گرایش‌های خاصی هستند. بسیاری از مشتریان دارای نظرات مشابه با یکدیگر نیستند. همین امر آنها را دامنه مختلفی از مشتریان تقسیم می‌کند. اگر یک برند در این شرایط در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی تمام مشتریان باشد، نتیجه مناسبی در انتظارش نخواهد بود. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌های متنوع تر است.

بازاریابی و فروش در الگوی سنتی بر روی پیوستگی بالای مشتریان تاکید داشت. امروزه گروه‌های مختلفی از مشتریان مدنظر برندها قرار می‌گیرد بنابراین باید شناخت هرچه بهتری از مشتریان به دست آورد. اگر این نکته مورد توجه برندها قرار نگیرد، شانس بسیار اندکی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باقی خواهد ماند. شناسایی مخاطب هدف در بازارهای رقابتی به معنای تلاش برای شخصی‌سازی تلاش‌های فروش و بازاریابی است. این امر هزینه‌های بازاریابی برندها را به شدت کاهش می‌دهد. همچنین امکان تعامل بهتر با مشتریان را نیز مطرح می‌سازد. هرچه سطح تعامل و ارتباط برندها با مشتریان عمیق‌تر باشد، شانس بیشتری برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان بدون نیاز به صرف هزینه گزاف فراهم خواهد شد. کسب و کارهای کوچک اغلب بر روی این نکته برای رقابت موثر با برندهای بزرگ تاکید می‌کنند.

اگر یک برند پیش از شناسایی مخاطب هدف اقدام به رونمایی از محصولاتش نماید، مسیر بازاریابی و فروش اندکی دشوارتر خواهد شد. بهترین اقدام در این میان تلاش برای باآفرینی جزئی محصولات براساس نظرات مشتریان است. شاید در نگاه نخست این امر بیش از اندازه دشوار به نظر برسد، اما فرآیند سختی را شامل نمی‌شود. نکته مهم در این میان تلاش برای انطباق هرچه بیشتر جزئیات محصولات با سلیقه مخاطب هدف است. در این صورت شانس بالایی برای موفقیت در بازار وجود خواهد داشت.

۳.حذف افراد واسطه

حذف افراد واسطه‌ای اغلب مورد توجه شرکت‌های بزرگ قرار می‌گیرد. چنین شرکت‌هایی توانایی فروش محصولات به صورت مستقیم و زیرساخت‌های لازم برای این امر را دارند. نکته مهم در این میان ضرورت اتخاذ چنین رویکردی از نسوی تمام کسب و کارهاست. این امر توانایی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت افزایش می‌دهد.

امروزه بازاریابی در بازارهای مختلف نیازمند گردآوری اطلاعات کاربردی از مشتریان است. خبر خوش در این میان امکان دریافت

اطلاعات کاربردی از مشتریان است. خبر خوش در این میان امکان دریافت

خلاقانه به آنها ارائه کرده‌اید. اینکه مشتریان علاوه بر دریافت پاسخ سوآلات خود درباره محصولات یا خدمات شما، محیط شرکت و چهره کارمندان شما را نیز ببینند، باعث به وجود آمدن حس اعتماد بیشتر آنها به برند شما می‌شود. حتماً توجه داشته باشید ویدئوهای طولانی نشوند و در هر ویدئو فقط روی یک موضوع تمرکز کنید.

۳.با تولید ویدئوهایی برای تشکر از مخاطبین، آنها را به برند خود وفادار سازی

تشکر کردن بخش مهمی از هر ارتباط است. این کار می‌توانید باعث تقویت وفاداری مشتریان و همچنین بهبود تجربه آنها از برند شما شود. وقتی کاربری محتوای خاصی را دانلود یا در خبرنامه شما ثبت نام می‌کند، با یک ویدئوی کوتاه از آنها تشکر کنید و می‌توانید پس از آن از آنها بخواهید که به سوآلات نظرسنجی شما پاسخ دهند. استفاده از ویدئو برای تشکر از کاربران بسیار مفید واقع خواهد شد، چراکه طبق گفته Vanessa K. Bohns در هاروارد بیزینس ریویو Harvard Business Review افراد در مواجهه با درخواست‌هایی که چهره به چهره مطرح می‌شود نسبت به درخواست‌هایی که به صورت نوشته مطرح می‌شوند، ۲۴ برابر مشتاق‌تر به پاسخ دادن هستند.

۴.زمان حضور کاربران در سایت را افزایش دهید

اگر از منظر سئو به مسئله نگاه کنیم، متوجه می‌شویم که ویدئوها با توجه به افزایش مدت زمان حضور مخاطبین در وبسایت تاثیر مثبت زیادی روی سئوی سایت خواهند داشت چراکه زمان حضور کاربران در سایت یکی از عوامل مهم برای گوگل در رده‌بندی نتایج جست‌وجو است. با استفاده از کلمات کلیدی پرطرفدار در ویدئوهای خود و همچنین تولید نوشتار مناسب برای این ویدئوها می‌توانید رتبه خود را بهبود دهید و کاربران را برای مدت

بازخورد مستقیم از مشتریان است بنابراین هرچه افراد واسطه‌ای کاهش پیدا کنند، امکان عرضه محصولات با قیمت مناسب و دریافت مستقیم بازخورد مشتریان افزایش خواهد یافت.

برخی از برندهای بزرگ نظیر تاور الکتریک در عمل خرده‌فروشی منحصر به فردشان در فضای آنلاین را راه‌اندازی کرده‌اند. این امر با توجه به شیوع ویروس کرونا و محدودیت‌های رفت و آمد در بخش‌های مختلف نقش مهمی در ادامه فرآیند فروش کسب و کارها بازی می‌کند.

۴.افزایش اعتبار برند

فعالیت‌های موفق بازاریابی و برندسازی اعتبار کسب و کارها را افزایش می‌دهد. امروزه بسیاری از برندها نسبت به اعتبارشان در بازار توجه چندانی نشان نمی‌دهند. این امر ناشی از ارزیابی ساده‌انگارانه بازار است. بر این اساس تولید محصولات با قیمت ارزان برای جلب نظر مشتریان کافی قلمداد می‌شود. نکته مهم در این میان تصمیم‌گیری نهایی مشتریان براساس المان‌های متنوع است. یکی از نکات مهم در این میان نحوه تعامل برندها با مشتریان و همچنین اعتبار آنها در فضای کلی کسب و کار است. درست به همین خاطر پرندهایی نظیر نایک یا اپل به طور مداوم در بازار نرخ فروش بالایی را تجربه می‌کنند. افزایش اعتبار کسب و کار به صورت یک شبه به دست نمی‌آید. متأسفانه بسیاری از کسب و کارها ارزیابی نادرستی از ماهیت بازاریابی و افزایش اعتبار کسب و کار دارند. بر این اساس مشکلات بسیار زیادی پیش روی برندها شکل می‌گیرد. هر کسب و کار برای افزایش اعتبارش باید برنامه‌ای بلندمدت در اختیار داشته باشد. این امر نیازمند هماهنگی تمام بخش‌های برند و همفکری در مسیر طراحی برنامه بازاریابی و فروش است. اگر هر کدام از بخش‌های کسب و کار در این مسیر مورد بی‌توجهی قرار گیرند، نتیجه نهایی همراه با مشکلات شخصی خواهد بود.

۵.تفکر فراسوی فروش صرف

هدف کسب و کارها از فعالیت در بازار کسب سود از طریق فروش محصولات نیست. همانطور که در بخش پیش نیز مورد بررسی قرار گرفت، اعتبار کسب و کارها دارای اهمیت بالایی است. افزایش اعتبار کسب و کار از طریق فروش صرف امکان‌پذیر نیست. تلاش برندها برای ایجاد ارتباط مناسب با مشتریان امری قابل توجه است. این فرآیند نیازمند ارزیابی و تحلیل فراتر از سود صرف است. امروزه بسیاری از برندها دارای انجمن مشتریان هستند. چنین انجمن‌هایی کمک شایانی به کسب و کارها برای بهبود روابطشان با مشتریان می‌کنند. این امر در صورت توجه بلندمدت برندها امکان ساده‌سازی فرآیند فروش و بهبود ارتباط درونی برند را به ارمغان خواهد آورد.

منبع: entrepreneur.com

بهینه‌سازی سایت با ویدئو، توصیه‌هایی برای بهبود محتوای سایت

طولانی‌تری در سایت خود نگه دارید.

۵.از پلتفرم هاستینگ مناسب برای ویدئوهای تان استفاده کنید
در ایران برای انتشار ویدئو در پلتفرم‌های پرطرفدار هاستینگ ویدئو محدودیت‌هایی وجود دارد که باعث می‌شود نتوان از خیلی مزایای آنها استفاده کرد، اما پلتفرم‌های مختلف بومی می‌توانند نیاز شما را برآورده کنند. خیلی مهم است با توجه به نیازی که دارید و بررسی دقیق ویژگی‌ها و قابلیت‌های این پلتفرم‌ها مناسب‌ترین را انتخاب کنید.

۶.کاری کنید تا ویدئوی شما در نتایج جست‌وجوی گوگل ظاهر شود

مهم نیست ویدئوی خود را در کجای صفحه قرار می‌دهید، فقط توجه داشته باشید که در هر صفحه فقط یک ویدئو داشته باشید. اگر می‌خواهید یک ویدئوی خاص شما در گوگل ایندکس شود، اگر ویدئوی دیگری در صفحه وجود دارد، حتماً ویدئوی مدنظر تان را به بالای صفحه منتقل کنید.

۷. برای ویدئوهای خود تامنیل مناسب بسازید

تامنیل ویدئوها نقش مهمی در جلب نظر مخاطبین دارند، چراکه کاربر در هنگام اسکرول کردن وب‌سایت یا نتایج جست‌وجو با تامنیل ویدئو مواجه می‌شود. تامنیل ویدئو باید جذاب و متقاعدکننده باشد و نیازی نیست که حتماً بخشی از خود ویدئو باشد.

بهینه‌سازی سایت با ویدئو می‌تواند در دستیابی شما به مخاطبین وفادار و باکیفیت‌تر بسیار مفید واقع شود. ویدئوها به برند شما جان می‌بخشند و باعث می‌شوند بهتر بتوانید با مخاطبین خود ارتباط برقرار کنید.

منبع: entrepreneur/imarketor

ایستگاه بازاریابی

آیا اینفلوئنسر مارکتینگ برای کسب و کارهای کوچک مناسب است؟

به قلم: جانتی یامیشا مدیر اجرایی موسسه آرتور گالاگر
ترجمه: علی آل علی

اینفلوئنسر مارکتینگ در طول سال‌های اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده است. اغلب برندها در تلاش برای توسعه کسب و کارشان اقدام به همکاری با دست‌کم یک اینفلوئنسر مشهور در سطح شبکه‌های اجتماعی نموده‌اند. این امر رقابت بسیار زیادی را به همراه داشته است بنابراین اینفلوئنسرها در شبکه‌های اجتماعی شرایط بسیار خوبی را تجربه می‌کنند. این امر از یکسو همراه با توجه مخاطب هدف به آنها و از سوی دیگر پیشنهادهای مالی هنگفت از سوی کسب و کارهای مختلف است.

تاثیرگذاری اینفلوئنسرها بر روی مخاطب هدف برندها یکسان نیست. براساس گزارش موسسه Convince & Convert، نسل جوان بیشترین تاثیرپذیری از اینفلوئنسرها را دارد. این امر موجب همکاری هرچه بیشتر برندهایی با دامنه وسیع مشتریان جوان با اینفلوئنسرها شده است. یکی از نکات اساسی در این مورد مربوط به میانگین سنی جوان اینفلوئنسرهایست بنابراین تاثیرگذاری بالای آنها بر روی گروه همسالان امری طبیعی خواهد بود.

اگرچه اینفلوئنسر مارکتینگ شیوه جذابی برای جلب نظر مخاطب هدف محسوب می‌شود، اما برای تمام کسب و کارها مناسب نیست. این امر در مورد هرگونه الگوی بازاریابی صحت دارد. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی تناسب الگوی بازاریابی فوق با ماهیت کسب و کارهای کوچک است.

نیاز مشتریان چیست؟

مشتریان کسب و کارهای کوچک در پایان روز نیازهای ساده و روشنی دارند. آنها نیاز به زندگی بهتر و ساده‌تر دارند بنابراین هرگونه محصولی که به آنها برای تحقق هدف فوق کمک نماید، مورد استقبال‌شان قرار خواهد گرفت. برخی از برندها در فرآیند شناسایی نیازهای اساسی مشتریان درگیر روندهای پیچیده می‌شوند. کارآفرینان در بازارهای محلی نیازی به همکاری با اینلئنسرها بین‌المللی ندارند. این امر علاوه بر بار مالی سنگین، نتیجه مناسبی نیز در پی نخواهد داشت.

شاید در نگاه نخست نیاز برندها به اینفلوئنسرها در سطح کسب و کارهای کوچک بسیار اندک باشد. نکته مهم در این میان همکاری با اینفلوئنسرها مناسب برای کسب و کارهای کوچک است. کاربران در شبکه‌های اجتماعی بسیار سخت به برندها اعتماد می‌کنند. همین امر موجب همکاری میان اینفلوئنسرها و برندها می‌شود. مهمترین مسئله در این میان همکاری میان برندهای کوچک با اینفلوئنسرها محلی است. فقط در این صورت همکاری موردنظر سوده خواهد بود.

چه زمانی از اینفلوئنسرها استفاده کنیم؟

اینفلوئنسرها در شبکه‌های اجتماعی گونه‌های مختلفی دارند. متأسفانه اغلب برندها فقط به دنبال همکاری با اینفلوئنسرها مشهور و دارای فالوورهای چند میلیونی هستند. مهمترین مسئله در این میان انتخاب اینفلوئنسری با توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر در مورد کسب و کارهای کوچک با حوزه فعالیت محلی شامل اینفلوئنسرها محلی می‌شود.

زمان مناسب برای همکاری با اینفلوئنسرها براساس شرایط هر کسب و کار متفاوت است. برخی از برندها از همان ابتدا شروع به همکاری با اینفلوئنسرها می‌کنند، با این حال برخی دیگر به دلیل تجربه و اعتبار بالا در بازارهای محلی نیازی به همکاری موردنظر ندارند بنابراین ماهیت همکاری با اینفلوئنسرها براساس نیاز کسب و کار تعیین می‌شود. اشتباه برخی از برندها تلاش برای همکاری با اینفلوئنسرها به هر قیمتی است. رقابت گسترده در این عرصه و مطالعه مطالبی پراکنده در مورد اهمیت این حوزه مهمترین دلیل بروز چنین رفتارهایی از سوی برندهاست. هرچه توانایی یک کسب و کار برای پرهیز از چنین رفتارهایی بیشتر باشد، موفقیت بیشتری در عرصه بازاریابی کسب خواهد کرد.

منبع: smallbusinessbonfire.com



بازاریابی ویدئویی در شرایط کرونایی

چرا بازاریابی درون شرکّتی باید مدنظر برندها باشد؟

کار در شرایط کنونی نسبت به صرفه‌جویی در هزینه‌های بازاریابی اقدام نکند، شاید توان برون‌رفت از بحران کرونا را از دست بدهد. با توجه به موارد فوق اغلب برندها نیاز به بازاریابی با توجه به امکانات درون شرکت‌شان را دارند. این امر فرصت قابل توجهی در اختیار برندها قرار می‌دهد. در صورت موفقیت برندها برای بازاریابی درون شرکّتی در عمل نیازی به همکاری دوباره با آژانس‌های بازاریابی نخواهد بود. این امر به معنای کاهش هزینه‌ها در بازه زمانی طولانی خواهد بود. بی‌تردید هدف پایدار بسیاری از کسب و کارها کاهش سطح نیاز به همکاری با آژانس‌های بازاریابی است. اکنون شرایط دشوار کرونا فرصت رهایی موردنظر را فراهم کرده است.

۷ توصیه برای بازاریابی ویدئویی در دوران کرونا

بازاریابی ویدئویی شاید در نگاه نخست بسیار ساده و راحت به نظر برسد. نکته مهم در این میان شکست بسیاری از برندها به دلیل ساده‌انگاری این عرصه است. توصیه اساسی بخش کنونی ضرورت نگاه منتقدانه به عرصه بازاریابی ویدئویی و تلاش برای ارائه بهترین محتوا از سوی برند است. فقط در این صورت امکان ایجاد تمایز میان فعالیت برندان با دیگر رقبا فراهم خواهد شد. در ادامه ۷ تکنیک و توصیه مناسب برای بازاریابی ویدئویی در دوران کرونا مورد بررسی قرار می‌گیرد.



پیش از پرداختن به توصیه‌های اساسی باید به یک نکته مهم توجه داشت. بازاریابی ویدئویی در طول دوران شیوع کرونا به دلیل در خانه ماندن بیشتر مردم اهمیت زیادی یافته است. اکنون مردم دارای زمان بیشتری برای گشت و گذار در شبکه‌های اجتماعی هستند. این امر به معنای شناس بیشتر برندها برای بازاریابی ویدئویی و نمایش محتوایشان به مخاطب هدف است.

۱. توجه به پس‌زمینه

پس‌زمینه محتوای بازاریابی دارای اهمیت بسیار زیادی است. متأسفانه اغلب برندها به پس‌زمینه محتوای ویدئویی‌شان توجه ندارند. شاید یک محتوای بازاریابی دارای المان‌های جذابی باشد، اما در صورت انتخاب پس‌زمینه نامناسب تمام زحمات تیم بازاریابی بر باد خواهد رفت. پس‌زمینه نقش ایجاد سادگی و فضای باز در ویدئو را بازی می‌کند بنابراین باید به سادگی پس‌زمینه توجه داشت. برخی از برندها به غلط فضای شلوغ را جذاب‌تر می‌نگارند. این امر با اصول بازاریابی ویدئویی در شبکه‌های اجتماعی در تضاد است.

ایده‌های بازاریابی ویدئویی باید خلاقانه و تعامل‌برانگیز باشد. نکته مهم در این میان عدم نیاز به پس‌زمینه شلوغ برای تحقق اهداف فوق است. کاربران در صورت مشاهده پس‌زمینه شلوغ به سرعت خسته خواهند شد بنابراین استفاده از پس‌زمینه ساده و خلوت نقش مهمی در حفظ مخاطب هدف خواهد داشت.

۲. انتخاب زاویه دوربین مناسب

زاویه دوربین یکی از مهمترین تکنیک‌ها در زمینه بازاریابی و حتی سینماست. اغلب فیلم‌های تاثیرگذاری و تحسین شده سینمایی از زاویه دوربین مناسب بهره برده‌اند. دلیل این امر بازنمایی مستقیم زیبایی بصری از طریق دوربین است. ویدئوهای بازاریابی با زاویه‌بندی نامناسب موجب دلبستگی مخاطب هدف از تعامل با برند می‌شود. همین امر در طول دهه‌های اخیر موجب کاربرد هرچه بیشتر دوربین‌های حرفه‌ای در عرصه بازاریابی شده است. بدون تردید اغلب برندها توانایی استفاده از دوربین‌های حرفه‌ای سینمایی را ندارند. خوشبختانه گوشی‌های هوشمند نیز دارای دوربین‌های باکیفیتی هستند. بنابراین نیازی به استفاده صرف از دوربین‌های گران‌قیمت برای ثبت ویدئوی بازاریابی نیست. هرچه زاویه دوربین بهتر باشد، تاثیرگذاری‌اش نیز افزایش خواهد یافت. در این میان تفاوت چندانی میان دوربین‌های سینمایی و دوربین گوشی‌های هوشمند مشاهده نمی‌شود.

شروع فعالیت بازاریابی ویدئویی با دوربین‌های ساده امکان آشنایی گام به گام با مکانیسم دوربین را به همراه دارد. درست به همین خاطر برخی از بازارها در آغاز مسیر فعالیت‌شان به سراغ دوربین‌های ساده می‌روند. اگر ویدئوی بازاریابی یک برند براساس معرفی محصول یا نمایش تصویر از شخصیت اصلی است، باید دست‌کم فاصله ۳ تا ۲.۵ متری رعایت شود. اگر این فاصله مورد توجه قرار نگیرد، صحنه برای مخاطب هدف بیش از اندازه کوچک خواهد شد.

۳. استفاده از حالت افقی

استفاده از حالت افقی در ضبط ویدئو دارای اهمیت بسیار زیادی است. شاید استفاده از دوربین گوشی‌های هوشمند بازارها را نسبت به ثبت ویدئوی عمودی ترغیب نماید، اما نکته مهم در این میان توجه به تجربه مخاطب هدف است. ویدئوهای افقی عرصه بازتری در اختیار

به قلم: گرگ بال کارآفرین و رئیس موسسه بال مدیا
ترجمه: علی آل علی

بازاریابی در دوران پیشاکرونا براساس نیازهای هر کسب و کار و به صورت درون شرکّتی ساماندهی می‌شد. بسیاری از کسب و کارها بدون تخصص بالا در حوزه بازاریابی اقدام به حضور در این عرصه و تولید محتواهای جذاب می‌کردند. در این میان بازاریابی ویدئویی به دلیل جذابیت بصری و تعامل‌برانگیزی بیشتر مورد توجه اغلب برندها قرار داشت. شیوع ویروس کرونا بسیاری از معادلات پیرامون بازاریابی ویدئویی را برهم زده است. امروزه استفاده از خدمات آژانس‌های بازاریابی برای اغلب کسب و کارها بدل به گزینه‌ای اجتناب‌ناپذیر شده است. این امر با توجه به بودجه محدود در دسترس کسب و کارها چالش بزرگی از نظر مالی ایجاد کرده است. بازاریابی درون شرکّتی با تمرکز بر روی توانایی‌های کارمندان و تیم بازاریابی کمتر مورد توجه برندها، دست‌کم در طول چند ماه اخیر، قرار گرفته است. این موضوع بازاریابی ویدئویی در دوران کرونا را بدل به گزینه‌ای پریسک و چالش‌برانگیز کرده است.

بازاریابی ویدئویی با استفاده از امکانات در دسترس برند نیاز به آگاهی از میزان شناس کسب و کارها دارد. اگر وضعیت عرصه بازاریابی بسیار خراب و حساس باشد، فعالیت بازاریابی درون شرکّتی امری خطرناک خواهد بود. در ادامه به بررسی گزینه بازاریابی ویدئویی به صورت درون شرکّتی برای کسب و کارها خواهیم پرداخت. اگر این گزینه همچنان در دسترس برندها باشد، باید به دنبال تکنیک‌هایی برای انطباق الگوی بازاریابی ویدئویی با شرایط کرونایی بود.

آیا بازاریابی ویدئویی به صورت درون شرکّتی ایده مناسبی است؟ من به طور شخصی در اغلب دوران فعالیت به عنوان کارشناس بازاریابی احساس مناسبی نسبت به بازاریابی شرکت‌ها بدون استفاده از کمک‌های جانبی نداشتم.ام. مشاهده شمار بالایی از کمپین‌های شکست‌خورده و ضررهای چند میلیون دلاری چنین گرایشی را تقویت کرده است، با این حال در این بخش اعتماد به نظر صرف من کافی نخواهد بود. بدون تردید استفاده از خدمات آژانس‌های بازاریابی کیفیت کمپین‌ها را ارتقا می‌دهد. بسیاری از کسب و کارها با هدف ساده‌سازی فرآیند بازاریابی اقدام به همکاری نزدیک با آژانس‌های بازاریابی و حتی بازارها مستقل می‌کنند.

نکته مهم در خصوص همکاری با آژانس‌های بازاریابی توجه به بودجه در دسترس برند است. اگر یک کسب و کار دارای بودجه کافی نباشد، شناس بالایی برای همکاری با آژانس‌های بازاریابی نخواهد داشت. امروزه با توجه به شیوع بحران کرونا بسیاری از کسب و کارها با کمبود مالی مواجه هستند بنابراین در شرایط کرونایی استفاده از توانایی‌های درون شرکت برای بازاریابی ایده چندان بدی نخواهد بود.

سالانه شمار بالایی از ویدئوهای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌شود. نکته جالب در این میان گزارش موسسه eMarketer از وضعیت ویدئوهای بازاریابی است. بر این اساس بسیاری از کمپین‌های موفق بازاریابی در مقیاس محلی بدون همکاری آژانس‌های بازاریاب ساماندهی می‌شود. معنای ضمنی این امر امکان بازاریابی و موفقیت در این عرصه بدون استفاده از خدمات جانبی است. مهمترین مسئله در این میان تفاوت میان حوزه بازاریابی محلی با بازاریابی بین‌المللی است. البته نکته امیدوارکننده امکان تعمیم نتایج مربوط به بازاریابی محلی با مقیاس‌های وسیع‌تر است.

بسیاری از برندها برای بازاریابی بدون استفاده از خدمات آژانس‌های معتبر اقدام به الگوبرداری از برندهای بزرگ می‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست عجیب به نظر برسد، اما تاثیرگذاری بسیار مطلوبی بر روی وضعیت کسب و کارها دارد. در این میان کسب و کارهای کوچک بیشترین بهره را از بازاریابی با الگوبرداری از برندهای بزرگ می‌برند.

شرایط کرونایی و ضرورت بازاریابی درون شرکّتی وقتی ویروس کرونا در سراسر جهان توسعه پیدا کرد، شرایط کسب و کار در اغلب کشورها تغییر یافت. هنوز هم بسیاری از کسب و کارها توان اجرای شیوه‌های قدیمی فعالیت‌شان را ندارند. این امر به دلیل ماهیت متغیر دنیا در تعامل با کروناست. آینده بسیاری از کسب و کارها روشن نیست. همین امر میزان سرمایه‌گذاری و همچنین تمایل مشتریان برای خرید را کاهش داده است. در چنین شرایط مواجهه با شکست‌های مالی به معنای پایان مسیر فعالیت یک برند خواهد بود. احتیاط و تلاش برای کاهش هزینه‌های کسب و کار در شرایط کرونایی امری منطقی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در شرایط کنونی تمایلی برای سرمایه‌گذاری در حوزه بازاریابی و تبلیغات ندارند. نکته مهم در این میان نگاه به برندهای بزرگ به عنوان نوعی استثناست. البته در میان برندهای بزرگ نیز برخی اقدام به بازاریابی با تکیه صرف بر روی تیم بازاریابی و تبلیغات‌شان کرده‌اند. شاید تا پایان بحران کنونی وضعیت آژانس‌های بازاریابی و حیم‌تر از هر زمان دیگری شود.

بازاریابی ویدئویی کار چندان دشواری نیست. این امر در طول سال‌های اخیر با موفقیت برخی از کمپین‌های ساده اثبات شده است. مهمترین نکته در زمینه بازاریابی با محتوای ویدئویی توجه به میزان خلاقیت ایده برندهاست. مشتریان دیگر حوصله مشاهده محتوای شبیه به هم را ندارند بنابراین برندها باید اقدام به بازاریابی با استفاده از ایده‌های تازه نمایند. در غیر این صورت شرایط بازاریابی برای آنها به شدت دشوار خواهد شد.

بازارهای بین‌المللی در شرایط کرونایی سوده‌ی کمتری برای برندها دارد. نتیجه این امر تمرکز بیشتر بر روی بازارهای محلی است. مزیت اصلی برندها در بازارهای محلی امکان شناخت بهتر مشتریان است بنابراین نیاز به همکاری با آژانس‌های بازاریابی در این مقطع به شدت کاهش پیدا می‌کند. کارآفرینان همچنان امکان همکاری با آژانس‌های مختلف را دارند. نکته مهم در این میان محدودیت مالی اغلب کسب و کارهاست. همین امر بازاریابی درون شرکّتی را بدل به گزینه‌ای جذاب برای کسب و کارها در افق چند ساله پیش روی می‌کند.

انطباق با شرایط کسب و کار کرونایی اهمیت بسیار زیادی دارد. بسیاری از برندها در طول ماه‌های پیش روی توانایی ادامه روندهای سابق‌شان را نخواهند داشت. متأسفانه برخی از برندها در تلاش برای ادامه فعالیت به شیوه های سابق هستند. این امر نتیجه‌ای جز شکست و بار مالی سنگین برای کسب و کارها نخواهد داشت. اگر یک کسب و

مخاطب هدف قرار می‌دهد. همچنین امکان ثبت صحنه‌های جذاب و تعاملی نیز افزایش خواهد یافت. در عوض استفاده از حالت عمودی نیاز به افزودن نور مشکی به تصویر را افزایش خواهد داد.

امروزه اغلب کاربران از گوشی‌های هوشمند برای مشاهده محتوای بازاریابی استفاده می‌کنند. چرخاندن گوشی به هنگام مشاهده ویدئو عادت رایجی در میان کاربران است. همین امر موجب معرفی بخش IGTV با امکان بارگذاری ویدئوهای افقی از سوی اینستاگرام شده است. جهت‌گیری برندها برای بازاریابی بهتر باید به سوی استفاده از همین حالت باشد.

استفاده از حالت عمودی فقط در صورت ثبت ویدئو یا عکس پرتره قابل توجه است. در غیر این صورت حالت افقی اشیاء را طبیعی‌تر بازنمایی خواهد کرد. این نکته از نظر زیبایی‌شناسی اهمیت بالایی دارد بنابراین باید از سوی برندها در فرآیند ضبط ویدئوی بازاریابی مدنظر قرار گیرد.

۴. توجه به مراحل تدوین ویدئو

پس از ضبط نسخه اولیه باید به دنبال تدوینش با بهترین ابزارهای ممکن بود. بسیاری از برندها پس از ثبت ویدئو اصلی اقدام به انتشارش بدون هیچ‌گونه تدوینی می‌کنند. این امر از نظر بازاریابی مشکلات بسیار زیادی پیش روی برندها قرار می‌دهد. امروزه مخاطب هدف انتظارات بسیار زیادی از برندها دارد. مشاهده یک محتوای ساده بدون ویرایش چشم‌نواز برای هر کاربری دلسردکننده خواهد بود. همین امر موجب جهت‌گیری اغلب بازارها برای یادگیری کار با نرم‌افزارهای حرفه‌ای در این حوزه شده است. امروزه ویدئوهای بازاریابی موفق از نظر کیفیت تدوین شباهت بسیار زیادی به آثار سینمایی دارد.

مرحله تدوین در زمینه ثبت ویدئوی بازاریابی به دلیل نیاز به حذف برخی از جزئیات روی می‌دهد. بدون تردید بازارها در مرحله ثبت محتوا توجه بالایی به شرایط دارند، اما همیشه امکان بروز خطا وجود دارد. برخی از نکات مهم در مرحله ویرایش به شرح ذیل است:

- حذف اشتباهات و پرش‌ها در ویدئو
- انتخاب بهترین سکانس و ضبط‌ها
- افزودن محتوای متنی به ویدئو
- افزودن المان‌های گرافیکی و بهبود ماهیت کلی اثر
- اصلاح رنگ‌ها
- افزودن صدای پس‌زمینه یا گوینده به ویدئو

گاهی اوقات برخی از محتوای بازاریابی ماهیت موزیکال دارد. در این صورت قطعه موسیقی موردنظر پس از ضبط اولیه باید اضافه شود. در غیر این صورت تاثیرگذاری مناسب پدید نخواهد آمد.

۵. استفاده از میکروفن

دوربین‌های ساده و گوشی‌های هوشمند به طور طبیعی صدای اطراف را ضبط می‌کنند. نکته مهم در این میان نیاز به صدای باکیفیت در ویدئوهای بازاریابی است بنابراین استفاده از میکروفن برای بازارها ضروری خواهد بود. برخی از میکروفن‌ها به صورت کوچک بر روی لباس شخصیت اصلی نصب می‌شود. اگر ماهیت محتوای ویدئویی شامل بازنمایی صحنه‌ای از زندگی واقعی باشد، باید به طور دیگری عمل کرد. این امر نیاز به میکروفن دستی یا نصب شده بر روی بالای صحنه را مطرح می‌سازد.

خوشبختانه از نظر تجهیزات اغلب برندها دارای شرایط مناسبی هستند. همچنین هزینه تهیه چنین ابزارهایی بار مالی سنگینی بر روی دوش برندها قرار نمی‌دهد.

۶. نصب پایه نگهدارنده

استفاده از پایه نگهدارنده موجب کاهش لرزش دست می‌دهد. بسیاری از برندها برای ضبط ویدئوی بازاریابی به فناوری لرزشگیر گوشی‌های هوشمند اتکا دارند. نکته مهم در این میان نقش کاهش‌دهنده فناوری موردنظر است بنابراین لرزش دست هرگز از ویدئو حذف نخواهد شد. استفاده از پایه‌های مناسب امکان ثبت ویدئو بدون لرزش‌های آزادنده را فراهم می‌سازد.

تغییر زاویه دوربین در حین فیلمبرداری کار ساده‌ای نیست. اگر دوربین با دست ثابت نگه داشته شود، این امر همراه با لرزش‌های بسیار زیادی خواهد بود. نکته مهم در این میان استفاده از پایه نگهدارنده برای تغییر ساده و سریع زاویه دوربین است. این امر امکان جا به جایی و ایجاد تغییرات اساسی در ویدئو را فراهم می‌سازد. برخی از بازارها به دلیل عدم تمایل برای استفاده از پایه نگهدارنده فقط یک صحنه ایستا را ثبت می‌کنند. این امر جذابیت محتوای بازاریابی برای مخاطب هدف را به شدت کاهش می‌دهد.

۷. تنظیم نور مناسب

نور در فرآیند ضبط ویدئو و عکس اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر سوژه موردنظر در فرآیند ضبط ویدئو به خوبی واضح و روشن نباشد، مخاطب هدف امکان مشاهده و بررسی‌اش را نخواهد داشت. این امر درخصوص ضبط ویدئوهای معرفی محصولات دارای اهمیت بسیار بیشتری است.

برخی از سایت‌های خرده‌فروشی آنلاین مانند آمازون در صورت بارگذاری تصویر یا ویدئو فاقد نور کافی اقدام به حذف محصول از لیست فروش‌شان می‌کنند. بنابراین باید توجه ویژه‌ای به کیفیت نور در ویدئوها داشت. استفاده از نور طبیعی همیشه ایده جذابی در فرآیند ضبط ویدئو نیست. بسیاری از موقعیت‌ها، مانند درون دفتر شرکت یا خانه، بهره محدودی از نور طبیعی دارد بنابراین نیاز به نورپردازی با استفاده از تجهیزات فیلمبرداری ضروری خواهد بود. امروزه تجهیزات فیلمبرداری و نورپردازی حرفه‌ای در دسترس اغلب برندها قرار دارد. اگر این تجهیزات در دسترس برند شما نیست، اجاره‌شان از یک آتلیه عکاسی بهترین ایده خواهد بود.

نورپردازی امکان جبران بسیاری از نقاط ضعف ویدئو را دارد. شاید پس‌زمینه ویدئو یا حتی صدای اصلی گوینده چندان جذاب نباشد. در این صورت نورپردازی مناسب امکان جبران کمبودهای قبلی را فراهم خواهد کرد.

بازاریابی ویدئویی در طول دوران کرونا تغییر بسیار زیادی کرده است. استفاده از تکنیک‌های حرفه‌ای در این بازه زمانی بیشترین تاثیر بر روی وضعیت برندها را دارد. توجه به امکانات شرکت برای بازاریابی و کاهش وابستگی به آژانس‌های حرفه‌ای در این زمینه علاوه بر کسب نتایج مناسب، موجب صرفه‌جویی در هزینه‌ها نیز می‌شود.

منبع: smallbusinessbonfire.com

۱۵ وبسایت برتر حوزه تجارت و کسب و کار

به قلم: ریچارد هاروج کارآفرین
مترجم: امیر آل علی

در زمینه موفقیت کاری، یکی از موارد الزامی مطالعه مداوم است، با این حال اگر تنها خود را به کتاب‌ها محدود کرده باشید، بدون شک بالاترین سطح نتایج را به دست نخواهید آورد. درواقع منابع اطلاعاتی در جهان امروز بسیار متنوع بوده و لازم است تا در این رابطه به دنبال بهترین‌ها باشید. در غیر این صورت زمان بهترین استفاده را از زمان محدود خود برای مطالعه، نخواهید داشت. در ادامه ۱۵ سایت منتخب را بررسی خواهیم کرد.

۱-AllBusiness

این سایت به خاطر تنوع در موضوعات خود، یک مکان فوق‌العاده مناسب محسوب می‌شود. در این راستا وجود بیش از ۳۵ هزار سال مقاله در کنار نویسندگان حرفه‌ای، بدون شک نیازهای اطلاعاتی شما را تا حد زیادی تامین خواهد کرد.

۲-Bloomberg

کمتر کسی را می‌توان پیدا کرد که با سایت بلومبرگ آشنایی نداشته باشد. این سایت در زمینه‌های مختلف اقتصادی و کاری دارای مطالب سودمند بوده و نکته قابل توجه این است که تنها به متن محدود نبوده و انواع ویدئوهای مرتبط را نیز می‌توان پیدا کرد. در کنار تمامی این موارد، وجود بخش خبری، از دیگر امتیازها محسوب می‌شود. درواقع شما می‌توانید حوزه موردنظر را مشخص کرد و جدیدترین اخبار را در ایمیل خود دریافت نمایید.

۳-Business Insider

مزیت اصلی این سایت، محدود نبودن به حوزه‌های اقتصادی است. همچنین شما می‌توانید ویدئوهای موردنیاز خود را نیز در هر یک از موضوعات موجود، مشاهده نمایید. وجود نویسندگان مطرح در کنار بازدیدکنندگان میلیونی، از دیگر دلایلی است که حتما مطالعه مداوم آن را در دستور کار خود قرار دهید.

۴-CNBC

این سایت یک مرجع خبری بسیار قدرتمند محسوب می‌شود که یکی از حوزه‌های فعالیت آن، اقتصاد است که زیرشاخه‌های زیادی را دارد. در کنار این موضوع شما می‌توانید وارد بخش کاتال تلویزیونی آن شده و به آرشیو میلیونی این سایت دست پیدا کنید.

۵-Financial Times

رسانه تایمز به حدی بزرگ است که برای بخش‌های مختلف، صفحه‌ای جداگانه را تعیین کرده است. در این راستا بخش اقتصادی آن، بدون شک برای هر کارآفرین و فعال حوزه کسب و کار، حاوی مطالب ارزشمند خواهد بود. تهیه جدیدترین مطالب از برندهای مطرح سراسر جهان، از امتیازهای ویژه این سایت محسوب می‌شود. همچنین دسترسی به انواع آمارها، از طریق این سایت امکان پذیر است.

۶-Forbes

اگرچه بسیاری از افراد فوربس را به خاطر رده‌بندی ثروتمندترین افراد جهان می‌شناسند که هر ساله منتشر می‌شود، با این حال این سایت تنها به ارائه چنین آمارهایی محدود نبوده و در حوزه‌های مختلف تجاری، محتواهای ارزشمندی را ارائه می‌دهد و پوشش خبری بسیار خوبی دارد. وجود بیش از ۲۰۰۰ نویسنده فعال در کنار ۷۵ میلیون کاربر ماهانه، بیانگر موفقیت بالای این سایت است.

۷-Inc

در هر زمینه مرتبط با کسب و کار، این سایت دارای مطالب متعددی است. در این راستا توصیه می‌شود که تنها خود را به یک سایت محدود نکرده و همه آنها را مورد توجه خود قرار دهید. بدون شک هر یک از آنها، سبک کاری خاص خود را داشته و این امر باعث می‌شود تا اطلاعات شما جامع‌تر شود.

۸-Inman

مزیت این سایت ریز شدن بر روی مواردی است که سایر گزینه‌ها به صورت کلی به آنها توجه می‌کنند و یا نمونه‌های مطرح-ر اولویت خود قرار داده‌اند. لیست موضوعی بسیار متنوع در کنار وجود فایل‌های صوتی، باعث شده است که شما دیگر صرفا به مطالعه محدود نباشید.

۹-MarketWatch

مزیت این سایت محدود نبودن آن به محتواهای خود بوده و در زمینه بازنشر موارد برتر سایر سایت‌ها، بسیار خوب عمل کرده است. به همین خاطر نیز از طریق این سایت شما می‌توانید از برترین محتواهای سایر گزینه‌ها نیز آگاهی پیدا کنید. در کنار این موضوع سیاست این سایت، محدودیت شدید تعداد کلمات هر مقاله است که باعث به اجر درآمدن درست سیاست چند قسمتی شدن اکثر محتواهای آن شده است.

۱۰-MSN Money

MSN به عنوان یکی از مطرح‌ترین خبرگزاری‌های جهان، بخشی ویژه را برای پوشش کامل مطالب و اخبار حوزه اقتصاد ایجاد کرده است. محدود نبودن به چند نویسنده، مزیتی است که باعث شده است تا افراد با هر سلیقه‌ای بتوانند با محتواهای این سایت ارتباط لازم را برقرار نمایند.

۱۱-New York Times

بدون شک این سایت نیاز به معرفی نداشته و یک مرجع قابل اعتماد در حوزه‌های مختلف محسوب می‌شود، با این حال برای یک کارآفرین و فعال حوزه‌های مختلف کسب و کار، مطالبی نظیر تجارت، تبلیغات، کارآفرینی، مدیریت مالی، تکنولوژی و… بدون شک اهمیت بالاتری را خواهد داشت.

۱۲-Quora

بهترین مرجع برای پیداکردن سوالات شما، سایت فوق است. درواقع در این سایت شما می‌توانید پاسخ‌های موردنیاز را از زبان بهترین‌ها، دریافت نمایید.

۱۳-TED Talks

بدون شک مشاهده در مقایسه با مطالعه، سهولت بالاتری را به همراه دارد. به همین خاطر توصیه می‌شود که سایت فوق، به فضایی بسیار محبوب تبدیل شود. درواقع محور اصلی این سایت بر پایه سخنرانی افراد مطرح و موفق جهام است که بدون شک برای هر فردی آموزنده است. با این حال محتواهای آموزشی و پاک‌کسته‌از جمله موارد نسبتا جدید آن محسوب می‌شود.

۱۴-Udemy

امروزه دوره‌های آموزشی آنلاین به یکی از گزینه‌های بسیار محبوب تبدیل شده است. در این راستا سایت فوق، بهترین انتخاب ممکن محسوب می‌شود. علت این امر به خاطر سبک کاری فوق‌العاده، تنوع بالای دوره‌ها و قیمت مناسب است. در این راستا توصیه می‌شود که در ابتدا دوره‌های مرتبط با اصول سرمایه‌گذاری را مورد توجه قرار دهید.

۱۵-Wall Street Journal

مزیت اصلی این سایت پوشش کامل اخبار بازار سهام، اوراق قرضه و کالا است. درواقع اگر در زمینه تجارت فعالیت دارید، این سایت باید اولویت اول شما باشد. با این حال در حوزه‌های دیگر نیز این سایت دارای محتواهای فوق‌العاده‌ای است.

منبع:allbusiness.com

تغییرات صنعت کشتیرانی تا پایان ۲۰۲۰

حوزه کشتیرانی اقدام به استفاده از فناوری‌های خودکارسازی فرآیندها کرده‌اند. این فناوری به لطف توسعه هوش مصنوعی امکان ساماندهی برخی از کارها بدون نیاز به دخالت عامل انسانی را فراهم کرده است.

هرچه میزان تعامل میان افراد در محیط کسب و کار کاهش یابد، احتمال شیوع کرونا کمتر خواهد شد. با این حساب در آینده‌ای نزدیک بسیاری از موقعیت‌های شغلی در حوزه کشتیرانی همراه با خطرهای کمتری خواهد بود. استفاده از فناوری‌های نوین در صنعت کشتیرانی از یک دهه قبل به شکل جدی شروع شده است. با این حساب وضعیت این عرصه به طور مداوم تحول خواهد یافت. شیوع ویروس کرونا به خوبی تمام کارآفرینان صنعت کشتیرانی را نسبت به تحول این حوزه آگاه ساخته است بنابراین دیگر نیازی برای نگرانی نسبت به احتمال شیوع ویروس کرونا از طریق حمل بارها از طریق کشتی‌های مختلف نیست.

همکاری نزدیک‌تر میان شرکت‌های کشتیرانی

شرکت‌های کشتیرانی در واکنش سریع نسبت به شیوع ویروس کرونا میزان همکاری‌شان را بیشتر کرده‌اند. امروزه بسیاری از شرکت‌های فعال در زمینه کشتیرانی به طور مداوم به هم کمک می‌کنند. شاید این امر در ابتدا طبیعی قلمداد شود، اما باید میزان رقابت بالای برخی از شرکت‌ها در بازارهای مختلف را نیز مدنظر قرار داد. این امر وضعیت دشواری برای کسب و کارها ایجاد می‌کند. با این حساب وضعیت همکاری نزدیک میان شرکت‌های کشتیرانی دست‌کم تا پایان سال جاری ادامه خواهد داشت.

پس از پایان ویروس کرونا سطح رقابت در صنعت کشتیرانی شکل تازه‌ای به خود خواهد گرفت. تجربه همکاری نزدیک کسب و کارها در طول ماه‌های اخیر چشم‌انداز مثبتی پیش روی مشتریان این حوزه قرار می‌دهد بنابراین شاید با شکل‌گیری رقابت تازه در این عرصه باز هم شاهد کاهش قیمت‌های ناشی از حمل و نقل دریایی باشیم. این امر در نهایت برای مشتریان این حوزه مزیت بسیار زیادی به همراه خواهد داشت.

جمع‌بندی

سال ۲۰۲۰ غافلگیری بسیار زیادی برای کسب و کارها داشته است. بسیاری از برندها در این میان توانایی جلب نظر مخاطب هدف را پیدا نکرده‌اند. صنعت کشتیرانی به عنوان یکی از کسب و کارهای زبربنیایی در عرصه تجارت جهانی نقش بسیار مهمی برای برون‌رفت از بحران اقتصادی ناشی از کرونا دارد. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از مهمترین تغییرات این حوزه در ادامه سال ۲۰۲۰ بود. بدون تردید تا همینجا نیز صنعت کشتیرانی تحولات بسیار زیادی پیدا کرده است بنابراین شرکت‌ها به عنوان مشتریان شرکت‌های کشتیرانی باید با توجه به تغییرات موردنظر پایه‌های همکاری‌شان را بنا کنند. یکی از اشتباهات رایج در این میان تلاش برای همکاری با شرکت‌های کشتیرانی براساس شرایط پیش از کروناست. این امر دیگر در دنیای کنونی امکان‌پذیر نیست. استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله کمک شایانی به کسب و کارها برای بهبود همکاری‌شان با شرکت‌های کشتیرانی خواهد کرد.

منبع: noobpreneur.com

۵ روش استخدام نیروی جدید در شرایط دور کاری ناشی از کرونا

صفا نام مدیر را یدک بکشد.
برایم مهم نیست اعضای گروهم چقدر زیاد باشند: می‌خواهم آنها مطمئن باشند که پشتیبانی‌شان می‌کنم و حقیقتا به نیازهای آنها و هم‌زمان، به موفقیت سازمان بسیار اهمیت می‌دهم.
با اینکه در شرایط دور کاری، نشانی دادن این مسئله به نیروی کار جدید که شما مدیری هستید که از سیاست درهای باز پیروی می‌کند، کار دشواری است، ولی غیرممکن نیست (سیاست درهای باز به این معنا است که مدیر همیشه در اتاق خود را به روی کارمندان باز نگه می‌دارد تا آنها بتوانند مشکلات و نیازهای‌شان را به وی انتقال دهند).

یکی از راه‌هایی که می‌توانید از طریق آن، حضور و توجه خود را به کارمندان نشان دهید، ایجاد ارتباط به صورت مکرر و با اشکال مختلف است. به طور مرتب و در زمان‌های مشخص پیام‌های متنی و ایمیل بفرستید و هر از گاهی نیز با کارمندان جدید و مدیران‌شان جلسات مجازی ترتیب دهید. حتی می‌توانید در طول روز، با آنها تماس تلفنی داشته باشید. نگران نباشید، در این شرایط دچار زیاده‌روی در برقراری ارتباط نخواهید شد؛ هرچه بیشتر به صورت آنلاین در دسترس باشید، نیروی کار جدید حس آرامش بیشتری پیدا خواهد کرد.

۵. در فرآیند به کارگیری نیروهای جدید، صبر زیادی از خود نشان دهید سرعت فرآیند به کارگیری نیروهای جدید در دوره همه‌گیری کرونا بسیار کمتر از زمان معمول است. احتمالا مدت زمان بیشتری طول خواهد کشید تا اعضای جدید گروه بتوانند به خوبی فرهنگ و ارزش‌های شرکت را درک کنند و بپذیرند. بنابراین، چنین مسائلی را از پیش مدنظر قرار دهید و روش‌های خاصی را برای تسهیل فرآیند به کارگیری نیروهای جدید پیاده‌سازی کنید.

همچنین، می‌توانید دست‌کم بخشی از این فرآیند را با برگزاری جلسات مجازی یا سایر فعالیت‌های سرگرم‌کننده و امن، به صورت رویدادهای اجتماعی از راه دور، به گونه‌ای که افراد بتوانند در فضایی شاد و راحت به شکل مجازی دور هم جمع شوند، سرعت ببخشید. به خاطر داشته باشید: هدف کلی شما این است که کارمندان جدیدتان بتوانند به سرعت و نه در طولانی‌مدت، افراد گروه را مانند خانواده خود ببینند. این یک حقیقت کسب و کاری است که هرگاه یک کارمند جدید وارد سازمان‌تان می‌شود، پویایی گروه‌تان تحت تاثیر قرار می‌گیرد – به خصوص، در شرایط حاضر که بیشتر کارمندان از راه دور با گروه همکاری می‌کنند. این مطالب به این معنا نیست که در مراحل اولیه تشکیل گروه – طبق آنچه تاکر گفته است – دچار مشکل خواهید شد. اگر اولویت شما به کارگیری کارمندان جدید از راه دور باشد، حتی ممکن است دو مرحله نخست را یک جا پشت سر بگذارید. به خاطر داشته باشید، اگر اعضای جدید گروه هرچه زودتر بتوانند سایر افراد گروه را مانند اعضای خانواده خود ببینند، زودتر و بهتر به موفقیت خواهید رسید.

منبع: business/bazdeh

کشتیرانی در واکنش به شیوع ویروس کرونا اقدام به ترک برخی از ترندهای همیشگی در کسب و کارش کرد.

توجه به سلامت بارها

شرکت‌های کشتیرانی برای کاهش ضررهای احتمالی سرمایه‌گذاری قابل ملاحظه‌ای بر روی سلامت کشتی‌ها و بارهای‌شان کرده‌اند. این امر اهمیت بسیار زیادی از نظر تامین مالی ناشی از ضررهای هنگفت دارد. برخی از شرکت‌های کشتیرانی تا ماه‌ها پس از پایان اعتبار بیمه یا قراردادشان با موسسه‌های ارزشیابی سلامت کارکنان اقدام به ادامه فعالیت می‌کنند. این امر خطرهای بسیار زیادی پیش روی آنها قرار می‌دهد. شاید در دوران پیشاکرونا پذیرش چنین ریسک‌هایی طبیعی قلمداد می‌شد، اما اکنون وضعیت بفرنجی برای کسب و کارها ایجاد می‌کند.



رعایت نکات مربوط به حفظ سلامت کارکنان، کشتی‌ها و بارهای محوله در کانون توجه برندها قرار دارد. این امر کمک شایانی به آنها برای کاهش ریسک‌های مالی و تضمین سود نهایی می‌کند. شیوع ویروس کرونا کسب و کارها را نسبت به پذیرش ریسک آسیب‌پذیر ساخته است بنابراین پذیرش ریسک‌های عادی در بسیاری از کسب و کارها مورد بازنگری اساسی قرار گرفته است. صنعت کشتیرانی نیز در این میان بازنگری‌های اساسی در وضعیت کاری‌اش لحاظ کرده است.

استفاده از فناوری‌های خودکارسازی

شیوع ویروس کرونا دغدغه‌های بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد کرده است. ارتباط میان افراد در محیط کاری امری طبیعی محسوب می‌شود. ویروس کرونا چنین ارتباط‌هایی را با تهدیدهای جدی مواجه ساخته است. بر این اساس برندها باید بازنگری اساسی در نحوه تعامل میان کارمندان‌شان نمایند. اغلب برندهای فعال در

ویدئوکنفرانس‌های شرکت حضور داشته باشند تا بتوانند از تمام زیر و به‌های داخل شرکت مطلع شوند و همچنین، با همکاران‌شان ملاقات داشته باشند و از آموزش‌های آنها بهره‌مند شوند.

۲. کتابچه‌ها، دستورالعمل‌ها و رویه سازمان را با نیروهای جدید مرور کنید

در شرایط عادی، یعنی زمانی که همه کارمندان در محیط کار در کنار یکدیگر مشغول به کار هستند، احتمالا زمان چندانی را جهت بیان سیاست‌ها و رویه کاری سازمان برای کارمندان جدید صرف نمی‌کنید. با وجود این، در شرایط دور کاری نمی‌توانید به این روند ادامه دهید. زمانی را برای ملاقات با نیروی کار جدید اختصاص دهید تا آنها را به طور کامل از انتظارات خود آگاه کنید.

برای مثال، شرح وظایف آنها را مرور کنید و برای‌شان توضیح دهید که در طول هر روز چه انتظاراتی از آنها دارید. نحوه همکاری آنها را بر سرپرست مربوطه مشخص کنید و به آنها بگویید در صورت بروز هر مشکل و ایجاد هر نوع سوال، می‌توانند به چه فردی مراجعه کنند. درباره نحوه برگزاری جلسات و همچنین، انتظاراتی که از یک کارمند ایده‌آل دارید، برای آنها به طور شفاف توضیح دهید و این مسائل را به حدس و گمان آنها واگذار نکنید. جمع کردن همه کارمندان در یک نرم‌افزار مشترک مدیریت پروژه و یک تقویم کاری می‌تواند به همه اعضای گروه کمک کند دقیقا بدانند هر کسی باید چه کاری انجام دهد؛ این کار باعث کاهش اشتکاک ناشی از سوءبرداشت‌هایی می‌شود که همگی قابل اجتناب هستند.

۳. یک برنامه آموزشی ترتیب دهید

بیشتر کارمندانی که وارد یک کسب و کار می‌شوند باید از وجود یک مربی آموزشی که تجربه مناسبی از فضای شرکت دارد، بهره‌مند باشند. اهمیت این مسئله در شرایط دور کاری دوچندان می‌شوند؛ زیرا فرصتی را برای ایجاد ارتباط میان کارمندان جدید با کل مجموعه فراهم می‌کند. برای این کار می‌توانید از یک مربی به صورت رسمی یا غیررسمی استفاده کنید؛ این مسئله دارای یک اثر دوگانه است.

نخست اینکه، این کار فرد قابل اعتمادی را به کارمندان جدید معرفی می‌کند که می‌توانند به وی کمی تعلق خاطر پیدا کنند؛ همچنین، باعث می‌شود حس تازه‌وارد و خارجی بودن را (که تقریبا در همه محیط‌های کاری برای تازه‌واردان وجود دارد) کمتر کند. دوم اینکه، این برنامه آموزشی سازماندهی شده به مربیان (که همان کارمندان قدیمی شرکت هستند) کمک می‌کند مهارت‌های مهم رهبری و ارتباطی را به خوبی بیاموزند. تبدیل شدن یک کارمند باتجربه به مربی، وی را مجبور می‌کند تا به روش‌های خلاقانه‌ای فکر کند و همچنین، هوش هیجانی خود را تقویت کند. فقط باید از این مسئله مطمئن شوید که مربیان برگزیده‌تان افرادی قابل اعتماد، مهربان، مطلع و یاری‌رسان باشند.

۴. از سیاست درهای باز به شکل مجازی پیروی کنید

من شخصا معتقدم یک مدیر باید عملا یک مدیر باشد، نه اینکه

بررسی وضعیت آب شهرستان پارسیان با حضور معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب هرمزگان؛

عملیات اجرایی سایت نمک زدایی آب پارسیان بزودی آغاز می شود

۱۲ کیلومتر لوله برای تکمیل پروژه پیشو و قاسم آباد ، تکمیل و اجرای شبکه توزیع و خط انتقال آب روستای حسین آباد و بازسازی شبکه توزیع شهرها و روستاهای این شهرستان خبر داد، و گفت: تکمیل لوله گذاری خط انتقال مجتمع ساحلی، اجرای خط انتقال آب از روستای اکبری تا تمبو، اجرای عملیات ابرسانی به روستای حسین آباد بوجیر و تکمیل عملیات احداث مخزن شهر دشتی از دیگر پروژه هایی است که برای بهبود وضعیت آب این شهرستان در دستور کار شرکت آب و فاضلاب است. معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب هرمزگان ادامه داد، تکمیل عملیات اجرایی خط انتقال آب دمئیر، اجرای خط انتقال روستای پیشو و قاسم آباد نیز به بهبود وضعیت آب این مناطق کمک شایانی خواهد کرد. گفتنی است، در این جلسه از تلاش های حسن قاسم پور مدیر امور آب و فاضلاب این شهرستان نیز قدردانی شد.



بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب هرمزگان از روند ابرسانی و وضعیت پیشرفت فیزیکی پروژه های شهرستان پارسیان بازدید کرد. به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان، سعید صادقی ضمن بازدید از پروژه ها، در نشست هایی با فرماندار، شهردار دشتی و اعضای شورای روستاها حضور یافت و به بررسی وضعیت آب این شهرستان پرداخت. وی در نشست با فرماندار پارسیان گفت: برای بهبود وضعیت آب شهرستان پارسیان پروژه های مختلفی در دستور کار است که تکمیل آن به پایداری آب این شهرستان کمک شایانی خواهد کرد. معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب هرمزگان به آغاز عملیات سایت نمک زدایی پارسیان اشاره کرد و گفت: احداث این آبشیرینکن با ظرفیت تولید روزانه ۱۳ هزار و ۵۰۰ متر مکعب بزودی آغاز می شود که

بیش از ۳ میلیارد تومان به مددجویان قمی آسیب دیده از کرونا کمک شد

شده اند گفت: به این افراد و دیگر مددجویان آسیب دیده نیز ۵۰۰ میلیون تومان به صورت بلاعوض کمک شد، وی از عقب افتادن اجاره خانه بسیاری از مددجویان در شرایط سخت کرونا خبر داد و اظهار کرد: ۷۲۰ میلیون تومان هم به عنوان یک مرحله اجاره مسکن فوق العاده به آنها پرداخت کردیم، مدیرکل کمیته امداد استان قم، با بیان اینکه تعدادی از مددجویان نیز به این بیماری مبتلا شده اند و حتی بعضی از آنها هم اکنون هم با این بیماری دست و پنجه نرم می کنند افزود: ۹۰۰ میلیون تومان هم برای جبران خسارت درمانی به آنها کمک شد. وی ضمن آرزوی سلامتی برای مردم عزیز کشورمان گفت: با توجه به اینکه مددجویان این نهاد به دلیل مشکلات مالی امکان تقویت سیستم ایمنی بدن خود را ندارند، از مردم نیکوکار و خیران خواستارم تا با افزایش کمک های خود امدادگران کمیته امداد را در خدمت بیشتر به این خالوارها یاری کنند.



اند تصریح کرد: علاوه بر خدمات عمومی مددجویان، ۴۵۰ میلیون تومان هم به این خالوارها پرداخت و از آنها دلجویی شد. میرشکار با اشاره به اینکه کسب و کارهای تعدادی از مجریان طرح های اشتغال نیز در ایام کرونا دچار مشکل

قم – خبرنگار فرصت امروز: کمیته امداد استان قم ۳ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان وجه نقد و ۵۶ هزار ماسک و ۱۹ هزار محلول ضد عفونی کننده به مددجویان آسیب دیده از کرونا کمک کرد. اکبر میرشکار، مدیرکل کمیته امداد استان قم با اشاره به اینکه خوشبختانه پوشش ایران همدل مورد استقبال هم میهنان عزیز به ویژه همشهریان استان قم قرار گرفته است گفت: با افزایش کمک های مؤمنانه مردم، خدمت رسانی این نهاد نیز به خانواده های تحت حمایت مخصوصاً خانوارهای آسیب دیده از کرونا نیز افزایش یافته است. وی با بیان اینکه از ابتدای شیوع بیماری کرونا تاکنون ۵۰۰ میلیون تومان به ۲۲ هزار و ۴۳۲ خانوار تحت حمایت، کمک نقدی شده است گفت: در این مدت ۵۶ هزار ماسک و ۱۹ هزار محلول ضد عفونی کننده نیز بین مددجویان توزیع شده است. وی ضمن ابراز تأسف از اینکه ۶۳ نفر از مددجویان این نهاد در استان قم بدلیل ابتلا به بیماری کرونا جان خود را از دست داده

مدیر مخابرات منطقه گلستان خبر داد:

رشد ۶۴ درصدی فیبررسانی در سال ۹۹



در حوادث طبیعی همچون سیل به هیچ عنوان قطعی ارتباط وجود نداشته و پایداری ارتباطات در آن زمان به عنوان ابزاری برای رسیدگی بهتر به اوضاع آسیب دیدگان در اختیار سایر نهادهادر قرار گرفته بود.همچنین کیفیت شبکه در دوران کنونی و ضرورت داشتن سرویس اینترنت مطلوب ، موجب شده است تا

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: درجلسه مجمع نمایندگان استان گلستان در مجلس شورای اسلامی ، مدیر مخابرات منطقه گلستان از رشد ۶۴ درصدی فیبررسانی در استان خبرداد. مهندس شهرمادی با اعلام این خبر که فیبررسانی به نقاط مختلف استان از رشد ۶۴ درصدی برخوردار بوده است گفت : با توجه به خصوصی شدن مخابرات از سال ۸۸ تا کنون نه تنها تأثیری در کاهش میزان کیفیت خدمات نداشته است بلکه به دور از نگاه اقتصادی و تجاری، خدمت رسانی در لایه های مختلف مشتریان با تلاش بیشتری انجام گرفته بطوریکه میزان فیبررسانی به ۵۰۰۰ کیلومتر رسیده است .وی با اشاره به ویژگی مخابرات منطقه گلستان در ارائه خدمت به هم استانی ها گفت : پایداری شبکه در هر شرایطی علی الخصوص در بحران های طبیعی و جغرافیایی همچنین کیفی شبکه از خصوصیاتی است که به لطف خدا و همت کارکنان به آن می بالیم. مدیر مخابرات منطقه گلستان تأکید کرد :

با حضور دکتر شریعتی استاندار خوزستان

کسبر تبه بر تر شرکت گاز استان خوزستان در جشنواره شهید رجایی

اهواز – شبنم قچالوند: با حضور دکتر شریعتی استاندار خوزستان، عبدالله ابول پور مدیر عامل شرکت گاز استان خوزستان و جمعی از مدیران دستگاههای اجرایی استان، گاز خوزستان موفق به کسب رتبه برتر در جشنواره شهید رجایی شد.

فهد خباز رئیس روابط عمومی گاز خوزستان گفت: از سال گذشته با برگزاری جلسات کمیته صیانت از حقوق شهروندی در نظام اداری در جهت تحقق شاخص های مورد نظر تلاش های فراوانی در شرکت گاز خوزستان صورت گرفت. دبیر کمیته صیانت از حقوق شهروندی افزود: اقدامات مختلفی در این مدت انجام شده است که



ساری – دهقان: فرامرزسپری مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق مازندران با آیت الله معلمی عضو خیرگان رهبری دیدار کرد.

نماینده مردم مازندران در مجلس خبرگان رهبری در این دیدار بیان داشت: بهره گیری از ظرفیت نیروهای جوان و با انگیزه و دارا ی روحیه جهادی در شرایط فعلی ، گذر از مشکلات را در پی خواهد داشت. آیت الله معلمی با اشاره به برنامه های ارائه شده در زمینه خدمت رسانی به مردم مازندران، تأکید کرد؛ مدیریت جدید شرکت توزیع برق مازندران با استفاده از تمامی ظرفیت های موجود در رسیدن به اهداف مطرح شده ؛ خدمت بی منت به عموم مردم و رضایتمندی مشترکین را سرلوحه کارهای خود قرار دهد وی با اشاره به مشکلات و مطالبات صنعت برق ورود مجمع

عصارزاده خبر داد:

افزایش ۵۰ درصدی رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در منطقه سه



و مابقی آنها که خارج از محدوده اختیارات ما بوده به دستگاههای مربوطه اطلاع رسانی شده است.

افزایش یافته که نشان از تلاش مضاعف همکاران و مدیران نواحی چهارگانه منطقه سه است. مدیر شهرداری منطقه سه قزوین ادامه داد: بیشترین میزان رضایتمندی از عملکرد مربوط به ناحیه مهدیه بوده که ۶۴ درصد است. عصارزاده خاطرنشان کرد: عملکرد واحد عمرانی شهرداری منطقه سه در ۶ ماه نخست امسال ۵۴ درصد رضایت بخش بوده که نسبت به سال گذشته ۱۵درصد افزایش پیدا کرده است.

وی بیان کرد: متوسط اقدامات اطلاع رسانی شده در منطقه سه ۴۱درصد بوده در حالی که بیشترین اطلاع رسانی مربوط به واحد اجرائیات به میزان ۵۵ درصد بوده است. وی تصریح کرد: ۵۰ درصد تماس های مردمی که مرتبط به شهرداری منطقه سه بوده، پیگیری

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: مدیر شهرداری منطقه سه قزوین از افزایش ۵۰ درصدی رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری منطقه سه در ۶ ماه نخست امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته خبر داد.

به گزارش روابط عمومی شهرداری منطقه سه قزوین، محمدابراهیم عصارزاده با اشاره به عملکرد واحد اجرایی شهرداری منطقه سه از طریق سامانه ۱۳۷، اظهار کرد: از ابتدای سال ۹۹ تا ۱۰ مهر ماه بیش از ۱۵۵۳ پیام مردمی در سامانه ۱۳۷ منطقه سه ثبت و پیگیری شده است.

وی بیان کرد: براساس ارزیابی ها میانگین رضایت از عملکرد منطقه سه ۵۰ درصد بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته



اخبار

نظارت و بازرسی بر عملکرد جایگاه های سوخت شهرستان ملارد



ملارد – غلامرضا جباری: به گزارش روابط عمومی اداره صمت شهرستان ملارد، این بازرسی از سوی دادستانی شهرستان و با همکاری اداره صمت ، شرکت پخش فرآوردهای نفتی بر گزار و به جایگاه هایی متخلف اخطار داده شد. دکتر داودی رئیس اداره صمت در این خصوص گفت: توصیه می شود که مردم درصورت مشاهده هرگونه تخلف، گزارشات خودرا به شرکت ملی پخش فرآوردههای نفتی و یا با شماره ۱۲۴ شکایات مردمی صنعت معدن و تجارت شهرستان ملارد اطلاع دهند. همچنین در راستای رفع مشکلات پیش روی فعالان تولیدی و کارگاهی این شهرستان، اداره صمت اقدام به بررسی مسائل پیش روی فعالان عرضه قالیبافی سطح شهرستان کردند. به گزارش روابط عمومی اداره صمت ، معدن و تجارت شهرستان ملارد : به منظور بررسی وضعیت قالیبافان شهرستان ملارد ، کارشناسان واحد فرش اداره صمت ، معدن و تجارت با همکاری نمایندگان سازمان تأمین اجتماعی ، پس از حضور در محل فعالیت قالیبافان و بازرسی از بافندگان فعال و شناسایی غیر فعالان ، نکات و تذکرات لازم را به بافندگان ارائه نمودند . خاطرنشان می گردد در طی ۶ ماه نخست سال جاری از تعداد ۲۵۱ بافنده فرش بازرسی بعمل آمده.

مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل خبر داد:

آمادگی شرکت گاز استان اردبیل برای گذر از فصول سرد



اردبیل – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل ، سردار اسماعیلی مدیر عامل این شرکت با اعلام آمادگی کامل واحدهای عملیاتی و ستادی جهت گذر از فصول سرد سال، اقدامات این شرکت در رابطه با رفع مشکل افت فشار گاز و تأمین پایدار انرژی برای مشترکین خانگی و صنعتی در بخشهای شمالی استان را بسیار اثر بخش توصیف نمود و گفت : اتصال خط انتقال ۱۶ اینچ پارس آباد به خط ۳۰ اینچ اردبیل به نیروگاه ، تکمیل لوپ خط تغذیه شهر پارس آباد، تکمیل رینگ دوم خط تغذیه اردبیل و دو طرفه نمودن ایستگاه تقویت فشار گاز سراب نمونه ای از این اقدامات است که منجر به پایداری نسبی شبکه گاز توزیع در استان شده است. وی افزود: علی رغم برودت هواو کاهش دما در استان با تمهیدات و برنامه ریزی های انجام گرفته در این خصوص و با بهره مندی از توان نیروهای مجرب، انشاء الله برای تأمین گاز پایدار ، مستمر و ایمن مشترکین مشکلی نخواهیم داشت. این مقام مسئول همچنین مدیریت مصرف گاز از سوی مشترکین را خواستار شد و افزود: صرفه جویی یکی از اقدامات بسیار مهم است که نیازمند عزم همگانی بوده و هر اندازه مشترکین حضور فعال در مصرف بهینه سوخت داشته باشند به همان اندازه صنایع وابسته به گاز و جایگاههای CNG با محدودیت و قطعی گاز مواجه نخواهند شد.

جلسه شورای پدافند غیرعامل مخابرات منطقه مر کزی بر گزار شد



اراک – خبرنگار فرصت امروز: جلسه شورای پدافند غیرعامل مخابرات منطقه مرکزی با حضوراعضای این شورا بر گزار شد. به گزارش اداره روابط عمومی مخا برات منطقه مرکزی در آستانه هفته نکوداشت پدافند غیرعامل اولین جلسه شورای پدافند غیر عامل مخابرات منطقه مرکزی با حضور اعضای این شورا در ساختمان شماره یک مخابرات برگزار شد .

بر اساس این گزارش در این جلسه رؤس برنامه هایی که قرار است در این هفته اجرا گردد مورد بحث وبررسی قرار گرفت ومقرر شد توسط

کارگروه های شورا سناریو های مربوطه تهیه وتنظیم و بر اساس آنها مانورهای مصوب اجرا شوند .

وضعیت پیشرفت پروژه های ارتباطات سیار در استان گلستان بررسی شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: در جلسه ای با حضور مدیر کل هماهنگی خدمات ارتباطات سیار شرکت مخابرات ایران ،وضعیت ارتباطات سیار در منطقه گلستان بررسی شد.مهندس بیگی ده آبادی ضمن بازدید از مرکز پیامبر اعظم (ص) گرگان و بررسی تجهیزات ارتباطات سیار در جلسه ای با اشاره به پروژه های در دست اجرا در مخابرات منطقه گفت:برنامه های توسعه،بهینه سازی و نگهداری ارتباطات سیار در استان بسیار اهمیت دارد و همه در راستای ارتقاء شبکه و افزایش کیفیت خدمات و سرویسهای تلفن همراه بوده بنابراین باید با هماهنگی شرکت ارتباطات سیار و براساس برنامه ریزی های انجام شده زمانی انجام گیرد و آمادگی داریم در این زمینه حمایت ها و هماهنگی های لازم صورت پذیرد. همچنین مهندس غلامعلی شهرمادی مدیر مخابرات منطقه گلستان با تشریح اقدامات انجام شده در راستای توسعه ارتباطات سیار استان گفت: چالش هایی در حوزه شبکه وجود دارد که موجب تاخیر در رفع خرابیها شده که اگر ترافیک استان کاملاً به زیرساختهای مخابراتی انتقال یابد این مشکل بر طرف شده و می توانیم خدمات بهتری ارائه دهیم.وی گفت: در عملیات فاز هشت هیچگونه عقب ماندگی در ارتقاء تکنولوژی سایت های تلفن همراه وجود ندارد و با تأمین به موقع تجهیزات مورد نیاز از سوی شرکت ارتباطات سیار ایران می توانیم برنامه های توسعه ای را بیش از پیش با موفقیت و تکیه بر دانش کارشناسان مخابرات منطقه گلستان در بخش مدیریت ارتباطات سیار اجرا نموده و در زمینه ارتقاء کیفیت سرویسهای تلفن همراه کار بر داریم.

سرپرست شهرداری رشت در جلسه ستاد بحران شهرستان رشت مطرح کرد:

تعیین شهرستان های معین در برنامه کلان مدیریت شهری

رشت-مهناز نوپری: مهندس عطایی در این جلسه اظهار کرد: نزولات جوی نعمت الهی هستند که به دلایل مختلف از جمله عدم تاب آوری شهرها تبدیل به بحران می شوند.وی تصریح کرد: عمده ترین نقاط ضعف در مدیریت بحران عدم هماهنگی و هم گرایی بین دستگاهی است و باید تفکر جزیره ای را کنار بگذاریم. سرپرست شهرداری رشت اضافه کرد: کمبود امکانات، فرسودگی ماشین آلات و محدودیت منابع مالی از مواردی است که هنگام نزولات جوی باعث بروز مشکلات می شود.وی با اشاره به اینکه در سنوات گذشته سازمان خدمات موتوری مسئولیت نگهداری و تأمین ماشین آلات شهرداری را بر عهده داشت، مطرح کرد: انحلال سازمان خدمات موتوری مشکلات شهرداری را مضاعف کرده.مهندس عطایی در ادامه پیشنهاد داد: استفاده از ظرفیت ماده ۱۵ قانون مدیریت بحران و استفاده از ظرفیت بخش خصوصی کمک خوبی خواهد بود.سرپرست شهرداری رشت با اشاره به اینکه شهرداری رشت برای اداره خوب شهر در شرایط بحران به ۱۲۰ دستگاه آماده به کار نیاز دارد بیان کرد: در حال آماده سازی ۴۰ دستگاه هستیم و بیش از ۷۰ دستگاه نیز می بایست اجاره و یا از ظرفیت بخش خصوصی استفاده کنیم.

مدیر کل آموزش فنی و حرفه ای استان بوشهر:

طرح مهارت آموزی زنان سرپرست خانوار در استان بوشهر توسعه می یابد



بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل آموزش فنی و حرفه ای بوشهر از اجرای طرح توسعه مهارت آموزی زنان سرپرست خانواربد سرپرست و بی سرپرست در راستای کاهش آسیب های اجتماعی در استان خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان بوشهر، عبدالمجید دراهکی در نشست برنامه ریزی آموزش های مهارتی در حوزه آسیب های اجتماعی استان

بوشهر، اظهار داشت: جایگاه مهارت در جامعه ضعیف بوده و باید یک وضع اجتماعی به مهارت دهیم و به یک نهضت اجتماعی تبدیل کنیم و مهارت را به یک فرهنگ تبدیل کنیم. وی با بیان اینکه طبق فرمایش مقام معظم رهبری لازمه افزایش تولیدات داخلی و بالا بردن بهره وری ارتقای آموزش فنی و حرفه ای است، اضافه کرد: اکنون که در بحران اعتباری تحریم و کرونا قرار داریم آموزش های فنی و مهارتی و ارتقای کیفیت تولیدات داخلی می تواند در جهت تحقق شعار سال مقام معظم رهبری مبنی بر جهش تولید موثر باشد. دراهکی با اشاره به اهمیت فراهم کردن زمینه فعالیتهای اقتصادی برای بانوان سرپرست خانواربی سرپرست و بد سرپرست و هدایت آنان به سوی کار آفرینی و اشتغالزایی ادامه داد: متولی اصلی آموزش و تربیت نیروی انسانی ماهر اداره کل فنی و حرفه ای بوده که آموزشها جهت پرورش نیروی انسانی ماهر، اساس و پایه جهش تولید شعار امسال است. وی با بیان اینکه ۴۶۳ نفر از زنان سرپرست خانوار در سال جاری با آموزش های مهارتی توانمند شده و نسبت به راه اندازی مشاغل خانگی اقدام کرده اند، افزود: در راستای کاهش آسیب های اجتماعی ۴۶۳ نفر در حوزه آسیب های اجتماعی ۲۰۷ نفر در حوزه معتادین بهبود یافته و ۱۰۰ نفر نیز در حوزه های زنان خانه دار و معلولین در سال جاری با فراگیری آموزش های فنی و حرفه ای توانمند شده اند.

چطور از کارمندان مان بخواهیم فقط روی کارهای خودشان تمرکز کنند؟



نیاز دارد، می‌توانید چند دقیقه صبر کنید. به او دستمال تعارف کنید، یک لیوان آب برایش بریزید یا هر کاری را که به او حسی از اهمیت بدهد، انجام دهید و بعد مکالمه‌تان را ادامه دهید.

اگر او دوباره گفت که دیگر کاری خارج از وظایفش انجام نخواهد داد، به او بگویید: «این چیزی نیست که من می‌خواهم. خواسته من این است که دیگر کار سایر کارمندان را انجام ندهی؛ چون این عمل باعث تضعیف روحیه دیگران می‌شود و ممکن است جریان کاری ما را مختل کند. من تنها از تو می‌خواهم که روی وظایف خودت متمرکز باشی. من از اینکه بخواهی در حوزه تخصصی خودت تجربه‌های جدید به دست بیاوری استقبال می‌کنم، اما خواسته‌ای که دارم این است که وارد حیطه وظایفی نشوی که به دیگران محول شده است.»

در ضمن، فکر می‌کنم بهتر باشد درباره توصیف سارا به‌عنوان «کارمند نمونه» بیشتر فکر کنید. اگر به یک کارمند نمونه بگویید که از انجام دادن وظایف همکارانش دست بردارد، حرفی نمی‌زند که موجب رنجش آنها شود یا اگر نتوانند پروژه‌ای را کامل کنند، مرخصی نمی‌گیرند و طوری رفتار نمی‌کنند که انگار شتر دیدی، ندیدی! قطعاً کارمندان نمونه هم بدون عیب نیستند، اما قانون کلی این است که آنها به بازخورد گوش می‌دهند و برای بهبود عملکرد تلاش می‌کنند. در حال حاضر، سارا یک کارمند نمونه به حساب نمی‌آید، شما هم با طفره رفتن از داشتن این مکالمه مهم با او، هیچ کمکی به این موقعیت و کارمندان نکرده‌اید (و در نهایت خشمی که درباره این موضوع داشتید، باعث رخ دادن آن اتفاق شد). اگر دیدگاه‌تان را با او درباره این موضوع و تغییراتی که لازم است رخ دهد در یک مکالمه آرام، بی‌پرده، با لحنی مهربان اما قاطع مطرح کنید و بتوانید او را در برابر قولی که می‌دهد متعهد کنید، لطف بزرگی به او خواهید کرد.

آیا شما هم تجربه مشابهی در این زمینه دارید؟ اگر شما چنین کارمندی داشتید یا در موقعیت سارا بودید، چه برخوردی را مناسب می‌دانستید؟

منبع: inc.chetor

و روشن به آن پرداخته می‌شد، هرگز چنین اتفاقاتی پیش نمی‌آمد. رفتار شما در آخرین موقعیتی که با کارمندان داشتید مناسب نبود. حدس می‌زنم شما از قصد، کارمندان را در موقعیتی قرار دادید که موجب شکست او شود. شما به او نشان دادید که هیچ حس مسئولیت‌پذیری در این ماجرا وجود ندارد (به او اجازه داده شد که خودش را از موقعیت خارج کند و طوری رفتار کند که انگار هرگز چنین اتفاقی نیفتاده است) و احتمالاً به نظر می‌رسد که او در مقابل رئیس شما ضعیف دیده شده است. خروج شما با ناراضیاتی آشکارتان از آن مذاکره رفتار خوبی نبود.

من کاملاً متوجه حس ناراضیاتی شما از آن موقعیت هستم، اما کسی که می‌تواند این موقعیت را درست کند، خود شما هستید. وقتی راه‌حل ساده‌تر، شفاف‌تر و آرام‌تری در دست دارید، عصبانی شدن شما معنا ندارد. این دقیقاً همان اتفاقی است که وقتی مدیرها مشکلات مربوط به کارمندان را به‌درستی حل نمی‌کنند، رخ می‌دهد: آنها قدرت حل کردن چنین موضوعی را خیلی پیش‌تر از اینها دارند، اما تا جایی پیش می‌روند که بسیار ناراحت می‌شوند و خونسردی‌شان را از دست می‌دهند.

خب، شما باید این موضوع را حل کنید. راه‌حل آن هم صحبت کردن با قاطعیت با کارمندان درباره موقعیت‌های درست و غلط است. اگر او واکنش احساسی از خود نشان داد، نباید عقب‌نشینی کنید.

در یک مکان آرام، کنار او بنشینید و اینها را بگویید: «ما قبلاً درباره قطع کردن مکالمه دیگران یا انجام دادن وظایف همکاران بدون هماهنگی قبلی صحبت کرده‌ایم. تو این موارد را چند هفته رعایت کردی، اما دوباره می‌بینم که همان اتفاق‌ها در حال تکرار شدن است. به‌خاطر موفقیت خودت و البته رابطات با همکاران، باید برای این موضوع به‌دنبال راه‌حل باشیم. دفعه پیش که باهم صحبت کردیم، فکر می‌کردم که به توافق رسیده‌ایم. موضوعی هست که من از آن خبر نداشتم باشم؟»

اگر او احساساتی شد و شروع به گریه کرد، اجازه ندهید شما را تحت‌تأثیر قرار دهد. از او بپرسید اگر برای ادامه مکالمه به کمی زمان

کنم، اما نتیجه مذاکره زیاد خوب نبود. او به صحبت‌هایم گوش می‌کرد، سپس به گریه می‌افتاد و می‌گفت که برنامه‌اش را تغییر می‌دهد و دیگر روی هیچ پروژه اضافی کار نخواهد کرد. باوجوداین، با گذشت ۲ یا ۳ هفته، دوباره همان آش و همان کاسه بود.

به تازگی، این موضوع شدیدتر شده است. زمانی که با رئیس مشغول صحبت درباره پروژه‌ای بودم که در دست داشتم، سارا مدام میان صحبت‌های من می‌پرید یا به جای من به رئیس پاسخ می‌داد. طی چند دقیقه، او رئیس‌م را متقاعد کرد که روش متفاوتی با شیوه‌ای که من کار می‌کردم اتخاذ کنیم؛ این در حالی بود که او هیچ مشارکتی در آن پروژه نداشت. در آن لحظه گفتم: «من سه هفته روی این پروژه کار کرده‌ام. ما تنها یک روز تا تحویل کار به کارفرما فرصت داریم. این‌طور که مشخص است تو بهتر می‌دانی چه کاری درست است و نیازهای مشتری را می‌شناسی. پس چرا تو این کار را انجام نمی‌دهی؟» و اتاق را ترک کردم. شاید بهتر بود جلسه را ترک نمی‌کردم، اما دیدن چنین برخوردهایی از جانب سارا، آن هم در حضور رئیس، حسایی من را به هم ریخته بود.

باقی روز، سارا مدام می‌گفت: «من نمی‌دانم از کجا شروع کنم؟ تحویل پروژه برای فرداست.» من زودتر از وقت اداری به خانه رفتم و نتوانستم کمکی کنم. می‌دانم که به‌عنوان یک مدیر رفتار درستی نداشتم، اما واقعا می‌خواستم که سارا متوجه عواقب رفتارش بشود. روز بعد که روز تحویل پروژه بود، او گفت که سردرد دارد و درخواست مرخصی داد. ما هم از همان کارهایی که من طی سه هفته انجام داده بودم استفاده کردیم. روز بعد سارا سر کار حاضر شد و جوری رفتار کرد که انگار هیچ اتفاقی نیفتاده است.

توصیه شما درباره برخورد صحیح با چنین کارمندی چیست؟

پاسخ:

این یک مثال عالی از زمانی است که مدیرها چگونه باید در مواقع لزوم با مسائل کاری به‌صورت مستقیم برخورد کنند. گاهی چنین موقعیت‌هایی آنقدر پیچیده می‌شوند که اگر زودتر به شکلی صریح

داشتن کارمندان نمونه، متعهد و سخت‌کوش برای پیشرفت هر مدیر و شرکتی بسیار ضروری است. این کارمندان می‌توانند تأثیر زیادی روی هدف‌های کاری خود، محل کار و حتی همکاران‌شان داشته باشند، اما اگر کارمندی بیش از حد کار کند و تا جایی پیش برود که حتی وظایف دیگران را هم برعهده بگیرد، آیا باز هم موجب رضایت رئیسش خواهد شد؟ با ما همراه باشید تا با یک نمونه واقعی و پاسخ کارشناسان به این سؤال، روش برخورد مناسب با چنین کارمندانی را بررسی کنیم.

«الیسون گرین» (Alison Green) درباره مسائل کاری و مدیریت مقاله می‌نویسد. او در سایت inc.com به سؤالاتی که در این زمینه از او پرسیده می‌شود، پاسخ می‌دهد. یکی از خوانندگان وبسایت، سؤال زیر را مطرح کرده و در ادامه، گرین او را راهنمایی کرده است.

سؤال:

من یک کارمند نمونه و همه‌فن‌حریف به نام سارا دارم که با ذهن خلاق خود، راهکارهای جالب و کاربردی ارائه می‌دهد. مشکل اینجاست که او گاهی کارهای مربوط به دیگران را هم انجام می‌دهد و در جواب می‌گوید: «آخه به‌نظرم این کار برای من آسان‌تر بود» یا با زبان طنزی که دارد می‌گوید تنها قصدش این بود که کار به درستی انجام شود. چندین بار شده که او را حین انجام دادن وظایف دیگران دیده‌ام. حتی گاهی متوجه شده‌ام که سارا تا دیروقت مشغول به‌پایان رساندن کارهایی است که مهلت تحویل آنها هفته‌های آینده است. من از او درباره علت رفتارش پرسیده‌ام و باز هم با همان جواب مشابه روبه‌رو می‌شوم: «آخه حسایی سرگرم کار بودم که فکر کردم تمام کارهای دیگر را هم انجام دهم.» مدتی بعد، متوجه می‌شوم که سارا به صورت غیرمستقیم از اینکه روی پروژه‌های متعدد کار می‌کند شکایت دارد. همچنین، اگر کسی وارد بخش اداری ما شود و سؤالی داشته باشد، با اینکه من مدیر هستم، او زودتر از من می‌خواهد به سؤالات مراجعه‌کننده پاسخ دهد.

من پیش از این سعی کردم با دقت و وسواس خاصی که منجر به دلخور شدن چنین کارمند بی‌نظیری نشود، با او در این باره صحبت

راهکارهای ارتقای وفاداری مشتری از طریق شبکه‌های اجتماعی

 به قلم: انجمن کار آفرینان جوان
 مترجم:امیر آل علی

شبکه‌های اجتماعی امروزه به مهمترین بستر فعالیت برندها تبدیل شده است. درواقع امروزه هیچ روش بازاریابی توان رقابت با آنها را ندارد. در این راستا آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که چگونه می‌توان از این طریق، وفاداری مشتریان را نیز افزایش داد. اگرچه ممکن است کمی عجیب به نظر برسد، با این حال این خواسته مهم، به سادگی توسط چند اقدام کوچک در شبکه‌های اجتماعی، امکان پذیر خواهد بود که در ادامه چند مورد از آنها را بررسی خواهیم کرد.

۱- مزعجه صدای خود غافل نشوید / کریستین کیمبرلی مدیر شرکت Marquet Media

یکی از اقدامات اشتباه برندها در استفاده تجاری از شبکه‌های اجتماعی این است که از نمایش خود، غافل می‌شوند. در این راستا تنها ارسال تصاویر کافی نبوده و افراد باید شنونده صدای شما نیز باشند. در این راستا توصیه می‌شود که ویدئو و یا ویس خود را ارسال نمایید. این امر باعث خواهد شد تا امکان ایجاد ارتباط دوستانه، مهیاتر باشد. در این راستا لحن و شیوه بیان نیز بسیار مهم بوده و در صورت نیاز، بهتر است که در دوره‌های فن بیان شرکت نمایید. درواقع در راستای ایجاد وفاداری، بهبود ارتباط نقشی اساسی را خواهد داشت. بدون شک شبکه‌های اجتماعی، قدرت اتصال شما را به میلیون‌ها نفر، به وجود می‌آورد که این قدرت در هیچ رسانه و فضای دیگری پیدا نمی‌شود.

۲- یک تیم تخصصی ایجاد نمایید / توماس گریفین مسئول بخش بازاریابی شرکت OptinMonster
مدیریت درست و ایجاد ارتباط با هزاران نفر، بدون شک نیاز به یک تیم تخصصی خواهد داشت. در این راستا توصیه می‌شود که شما به عنوان مدیر شرکت، تنها به عنوان ناظر کلی و تعیین‌کننده وظایف عمل کرده و سایر اقدامات را به تیمی حرفه‌ای واگذار نمایید. بدون شک این افراد می‌توانند بهترین عملکرد ممکن را داشته باشند. در این راستا نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که با توجه به اهمیت بسیار بالای شبکه‌های اجتماعی، ایدا نباید از ایجاد بودجه برای آن واهمه داشته باشید.

۳- به دنبال تعامل بیشتر باشید / جان هال مدیر بخش طراحی و توسعه شرکت Calendar

یکی از سوالات اصلی افراد این است که تا چه حد با مخاطب باید در شبکه‌ای اجتماعی تعامل داشت؟ در این رابطه بهترین پاسخ این است که تا سطحی که می‌توانید، ضروری است تا در این رابطه قدرتمند اقدام نمایید. درواقع محدود کردن خود، زمینه شکست را به همراه خواهد داشت. در این راستا شما باید روش‌های متنوعی نیز داشته باشید تا امکان جذب حداکثری و جلب رضایت افراد مختلف، وجود داشته باشد. ساده‌ترین اقدامی که شما باید انجام دهید این است که سرعت پاسخ‌دهی بالایی را داشته باشید. این امر بدون شک نیاز به چندین آدمین خواهد داشت، با این حال شما هیچ‌گاه نباید منتظر واکنش مخاطب خود بمانید.

۴- از قابلیت استوری بیشترین استفاده را داشته باشید / فیراس کیتانه مدیر فروش برند Zoma Mattress
امروزه قابلیت استوری در اکثر شبکه‌های اجتماعی مطرح جهان وجود دارد. این بخش به علت سهولت بالایی که برای بازدیدکنندگان به همراه دارد، معمولا بیشتر و سریع‌تر از پست‌های اصلی دیده می‌شوند. راحتی کار باعث می‌شود که حتی مشاهده ۱۰ مورد از آنها در طول یک روز نیز با احساس بدی همراه نباشد. این امر در حالی است که حتی ۴ پست در روز، زیاد خواهد بود. به همین خاطر نیز شما باید تمرکز اصلی خود را بر روی این بخش قرار دهید. بدون شک فعالیت بیشتر در استوری، زمینه تعامل بالاتر را نیز مهیا خواهد کرد، با این حال برای این امر که نتایج اقدام خود را افزایش دهید، توصیه می‌شود که حتما از بخش‌هایی نظیر نظرسنجی که ابزار لازم آن در خود بخش استوری قرار دارد، استفاده نمایید.

۵- محتوای خود را ارزشمند نمایید / جردن ادلسون عضو هیأت مدیره شرکت Mobile LLC

در هر زمینه‌ای می‌توان انواع محتواها را ایجاد کرد، با این حال آیا تمامی آنها نیاز اصلی مخاطبان محسوب می‌شود؟ درواقع اشتباه بزرگ بسیاری از صفحات موجود این است که خود را درگیر مواردی می‌کنند که در اولویت حال حاضر قرار نداشته و این امر باعث می‌شود تا نتیجه لازم را به دست نیاورند. در کنار این موضوع نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید قبل از انتخاب بهترین محتواها، بهترین شبکه‌ها را برای فعالیت خود انتخاب نمایید. درواقع واقعیت این است که شما فرصت کافی برای توجه به تمامی گزینه‌ها را نداشته و لازم است که حداکثر ۳ مورد را انتخاب کنید. در غیر این صورت در هیچ یک از آنها نمی‌توانید فعالیت درست و عمیقی را داشته باشید.

۶- مسئولیت‌پذیری بالایی را داشته باشید / نیکول مونز بازاریاب

در کنار تمامی توصیه‌ها اگر بخواهیم شاه کلید اصلی موفقیت را نام ببریم، ایجاد حس مسئولیت‌پذیری بالا نسبت به مخاطب بهترین گزینه ممکن خواهد بود. در این راستا شما باید مخاطب را در اولویت اصلی قرار دهید. تحت این شرایط هیچ‌گاه ارزش کار خود را برای منافع کوتاه‌مدت اقتصادی، ناپود نخواهید کرد. درواقع مخاطب با توجه به این امر که گزینه‌های متعددی برای انتخاب و دنبال کردن محتواهای آنها دارد، شما باید فراتر از انتظارات باشید. همچنین صرفا خود را به شبکه‌های اجتماعی محدود نکرده و آنها را پلی برای ارتباط بهتر بدانید.

۷- نظرات مثبت را در معرض نمایش قرار دهید / ماریو پشیو مدیرعامل شرکت DevrIX

اگرچه همواره توصیه می‌شود که تمامی نظرات را در معرض دید افراد قرار دهید، با این حال تا چه اندازه نسبت به واقعی بودن تمامی آنها اطمینان دارید. درواقع ممکن است برندهای رقیب، از این طریق اقدامات سودجویانه خود را انجام دهند و در تلاش برای ناپودی اعتبار برند شما باشند. تحت این شرایط ضروری است تا به دنبال ایجاد وجهه‌ای خوب از برند خود باشید. با این حال برای این امر که مخاطب به درک واقعی‌تر دست پیدا کند، بهتر است که خودتان، بزرگ‌ترین منتقد باشید و در نقد و بررسی محصول، به عیب‌های موجود نیز بپردازید. درواقع صداقت در تجارت، رمز اصلی نفوذ بر قلب مشتری خواهد بود.

۸- مخاطب را صرفا بازدیدکننده تصور نکنید / سالامون تیموتی مدیرعامل شرکت OneIMS

یکی از اشتباهات بزرگ این است که برندها مشتری را درگیر اقدامات خود نمی‌کنند. در این راستا شما باید با ایجاد مسابقات و چالش‌های متعدد، به دنبال ایجاد ارتباط در سطوح بالاتر باشید. همچنین در شبکه‌های اجتماعی به جای تبلیغ خود، لازم است تا به دنبال رفع مشکلات و افزایش سطح اطلاعات مخاطبان خود باشید.

۹- امکان ارتباط مخاطبان با یکدیگر را نیز مهیا سازید / بلیز ویلیامز مدیر بخش بازاریابی شرکت MemberPress
با توجه به این امر که در تمامی شبکه‌های اجتماعی امکان ایجاد گروه وجود دارد، توصیه می‌شود که برای مشتریان خود، چنین گروه‌هایی را ایجاد کنید. این امر باعث خواهد شد تا آنها بتوانند سوالات موردنیاز را از یکدیگر پرسیده و در مدت زمانی به مراتب کمتر، به اعتماد لازم برای خرید از شما برسند. این موضوع باعث خواهد شد تا به علت تعامل مداوم افراد، برند شما همواره در ذهن آنها باقی بماند.

۱۰- آموزش‌دهنده باشید / کیزلی دیوموند اینفلوئنسر

هیچ چیز به اندازه محتواهای آموزشی، مورد توجه افراد قرار نخواهد گرفت. در این راستا توصیه می‌شود که در حوزه خودتان، آموزش‌های حرفه‌ای و مبتنی بر فیلم داشته باشید. این امر کمک خواهد کرد تا در بهترین سطح ممکن قرار گیرید. نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه ویژه‌ای داشته باشید این است که باید اکثر آموزش‌های شما رایگان باشد تا نتیجه لازم را به دست آورید. در این راستا حتی می‌توان دوره‌های آموزش را نیز تعیین کرد.

منبع: **allbusiness.com**

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| دوشنبه | ۲۱ مهر ۱۳۹۹ | شماره | ۱۶۴۳ | 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، پلاک۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۹ عبارت تاکیدی مثبت برای تقویت روحیه کاری

است. هنگامی که ذهنیت خود را در مورد اهمیت موانع رشد شخصی تغییر بدهید، متوجه می‌شوید که استرس‌ها و احساسات منفی تاثیر چندانی روی میزان انگیزه شما ندارند.

۴. من نمونه‌ای از صداقت هستم، حتی وقتی کسی به دنبال آن نیست

بدون شک، صداقت صفتی است که ارزش زیادی در تعاملات انسانی دارد. ایده‌های عالی، مجموعه مهارت‌های بی‌نظیر و همه ارتباطات مناسب شما را به سطح مناسبی از موفقیت می‌رسانند، اما آنچه واقعاً آدم‌ها را به جلو سوق می‌دهد شخصیت است – به این معنا که آنها کار درست را انجام می‌دهند حتی وقتی کسی به دنبال آن نیست و کنکاشی در موردشان ندارد.

لازم به ذکر است که انجام کار درست همیشه آسان نیست. به خود یادآوری کنید که صداقت بازدهی عظیم دارد – حتی اگر در حال حاضر چنین چیزی به نظر نرسد و حتی اگر سایر اطرافیان شما با همان صداقت و ارزش‌ها با شما رفتار نکنند. مرتباً درباره اهمیت صداقت و درستی برای خودتان سخنرانی کنید.

۵. وقتی برای مراقبت از خودم کمی استراحت می‌کنم، اثربخشی بیشتری دارم

استرس یک تجربه معمول و مورد انتظار در هر شغلی است، اما بین استرس و فرسودگی مرز باریکی وجود دارد. وقتی استرس تمام انرژی و جان آدم را می‌گیرد و جای خود را به بدبینی و نفرت نسبت به شغل می‌دهد، دیگر آدم کارآمد و موثری نخواهید بود.

برای جلوگیری از استرس و فرسودگی شغلی، به خود یادآوری کنید که اختصاص دادن زمانی برای مراقبت از خود (یا صرفاً داشتن استراحت‌های کوتاه در میانه روز کاری) تنبلی یا خودخواهی نیست، بلکه یک روش مهم برای اطمینان از ادامه کار با کیفیت عالی است. عبارت تاکیدی مثبت تا حد زیادی به جلوگیری از فرسودگی شغلی کمک می‌کنند.

۶. من به خاطر کاری که انجام می‌دهم شور و اشتیاق دارم، نه برای اثبات چیزی

همه ما سخت‌خواهان این هستیم که مورد تایید دیگران قرار بگیریم و همه ما مافوق، همکار و آدم‌های دیگری در زندگی‌مان داریم که می‌خواهیم آنها را تحت تاثیر قرار دهیم، اما وقتی انگیزه ما «تحت تاثیر قرار دادن دیگران» یا خشنودی آنها باشد، کارمان اصیل نخواهد بود – و در نتیجه، انقدرها هم موثر نخواهد بود.

وقتی وسوسه می‌شوم که خودم را به دیگران ثابت کنم، کمی زمان می‌گذارم و به خودم یادآوری می‌کنم که فلان کار را شروع کردم زیرا علاقه زیادی برای کمک به مردم توسط محصولی که ارائه داده‌ام، دارم. معمولاً ایسن تأیید و تاکید من را به هدف اصلی‌ام برمی‌گرداند و به من قدرت می‌دهد تصمیمات عاقلانه‌تری بگیرم و سبب می‌شود که در درازمدت، بسیار شادتر باشم.

۷. من فروتنی لازم را برای پرسیدن سوال و ادامه

یادگیری دارم

هر گز فکر نکنید به جایی رسیده‌اید که دیگر نیازی به پرسیدن سوال ندارید.

بنابراین بهتر است پرسیدن سوالات را راجع به هر چیزی

که باعث کنجکاوی‌تان می‌شود، اولویت قرار بدهید، حتی اگر این کار امکان‌به نظر برسد. انجام این کار کمک بزرگی به زندگی حرفه‌ای‌تان می‌کند، خصوصاً وقتی احساس می‌کنید جایی گیر افتاده‌اید یا انگیزه ندارید!

خواه در مورد چگونگی انجام کار کنجکاو باشید و خواه دستورالعمل‌های کسی را متوجه نشده‌اید، به یاد داشته باشید که پاسخ سوال شما می‌تواند شکاف بین شما و اهداف شغلی‌تان را برطرف کند و از بین ببرد.

بنابراین، یک تمرین منظم انجام دهید و تأیید کنید که فروتنی ضعف نیست، بلکه نشانه این است که شما انگیزه یادگیری و رشد و تبدیل شدن به فردی را که می‌خواهید، دارید.

۸. هیچ‌کس در کار من از من بهتر نیست

به لطف لینکدین و سایر رسانه‌های اجتماعی، پیگیری هم اتاقی دانشگاه یا همکار قدیمی شما کار بسیار آسانی است و این یعنی شما به راحتی می‌توانید در دام مقایسه گرفتار شوید و به این نتیجه برسید که ابدا در جای درست و روی خط موفقیت نیستید. سندرم ایمپاستر یکی از نمونه‌های بروز این احساس نامنی است. اگر تا به حال با سندرم ایمپاستر دست و پنجه نرم کرده‌اید – احساس می‌کنید لیاقت نقش خود را ندارید یا بدتر از آن، فکر می‌کنید شخص دیگری در این زمینه بهتر است – بر تأیید اینکه دقیقاً همان جایی هستید که باید باشید، تمرکز کنید. به خود یادآوری کنید که به یک دلیلی در این نقش قرار دارید و تجربیات، مهارت‌ها و روابطی که ایجاد کرده‌اید شما را به بهترین فرد برای این شغل تبدیل می‌کند، مهم نیست که آدم‌های دیگر پیرامون‌تان به چه کاری مشغول هستند.

۹. کار من هدف دارد و زندگی مردم را دگرگون می‌کند

فراموش کردن دلیل مهم بودن کار شما آسان است، اما عبارات تاکیدی مثبت می‌تواند به شما کمک کند که دوباره به مسیر درست بازگردید. این قطع ارتباط می‌تواند منجر به از بین رفتن انگیزه و در نهایت ناراضایی در محل کار شود. با یادآوری همه اثرات مثبتی که کار شما روی آدم‌ها دارد، شور و اشتیاق خود را پس بگیرید. شاید شما در تیمی هستید که برای کارآمدتر کردن زندگی مردم محصولی را ایجاد می‌کنید. شاید شما با سرو قهوه یا غذا روز مردم را بهتر و زیباتر می‌کنید. در هر صورت، شما به طور ملموسی به کسی کمک می‌کنید و یادآوری این نکته اهمیت زیادی دارد. انجام منظم این کار می‌تواند به تازه‌سازی ذهنیت «هدفمند» شما کمک کند و به نوبه خود باعث شود تا در کارتان پرشور، نوآور و متعهدتر شوید – همه اینها به شما کمک می‌کنند تا به سمت اهداف خود گام بردارید و پیش بروید.

کلام پایانی

همه آدم‌ها در زندگی و محل کار با مشکلاتی روبه‌رو می‌شوند و بیشتر افراد ممکن است در برهه‌ای از زمان روحیه خود را از دست بدهند، اما نکته مهم این است که چگونه با مشکلات خود روبه‌رو می‌شوید. این عبارات تاکیدی مثبت برای تقویت روحیه کاری، نقطه شروع بسیار خوبی برای بازیابی انگیزه و روحیه هنگام مواجه شدن با مشکلات و حتی شکست خوردن است.

منبع: **lifehack/bazdeh**