



چگونه یک ماجراجویی به تاسیس واتساپ انجامید؟

ماجراجویی واتساپی

وقتی پای موفقیت و شکست در میان باشد، همیشه یکی از شنیدنی‌ترین داستان‌هایی که از دنیای کسب‌وکار و استارت‌آپ‌های تکنولوژی گفته می‌شود، ماجرای تاسیس شرکت واتساپ و مهم‌تر از آن شیوه و نگاه موسس آن است: بریان اکتون. نشریه «مدیوم» در گزارشی نگاهی کرده است به مفهوم تجربه که آن را جایگزین کلمه شکست می‌داند و به همین بهانه بخش‌هایی از تجربه‌های کسب‌وکار اکتون را روایت کرده است که در ادامه می‌خوانید.

«شاید شما هم مثل من این جمله رابین شارما را بارها خوانده باشید که: «در زندگی چیزی به نام اشتباه یا شکست وجود ندارد، تنها چیزی که هست، درس‌هایی است که می‌توانیم از وقایع تاسفبار بیاموزیم.» پذیرفتن این جمله زمانی که در اوج موفقیت قرار داشته باشیم، بسیار راحت است، اما در زمان سختی‌ها چندان ساده نیست که به این شیوه عمل کنیم. وقتی به ته خط می‌رسید و شکست می‌خورید، حتی اگر بدانید شکست بخشی از پروسه‌ای است که منجر به موفقیت می‌شود، شاید سخت باشد که به خاطر بسپارید این یک موقعیت ممتاز برای یادگیری است. خوشبختانه آدم‌های واقعی در دنیا هستند که نشان داده‌اند این جمله می‌تواند واقعیت داشته باشد. یکی از این آدم‌ها، بریان اکتون است. سال ۲۰۰۹ بریان اکتون، یک برنامه‌نویس مثل کلی برنامه‌نویس دیگر تصمیم گرفت شانس‌اش را برای استخدام در شرکت فیس‌بوک امتحان کند. پروسه جذب توسط این شرکت‌های غول بسیار طولانی و دشوارند. پس از طی چند مرحله، اکتون عاقبت رد شد. بریان اکتون که هنوز نام ناشناسی بود تصمیم گرفت توییتی بنویسد و این اولین شکست را ثبت کند: «فیس‌بوک من را رد کرد. این فرصت بزرگی برای آشنا شدن با برخی از آدم‌های بی‌مانند بود. برای ماجراجویی بعدی زندگی آماده‌ام.» بعد از این شکست تلاش او برای استخدام در تویتیر هم ناکام ماند. اکتون در آن زمان ۲۷ ساله بود. در چنین موقعیتی بسیاری از برنامه‌نویسان تصمیم می‌گرفتند که رویای‌شان را رها کنند. طبیعی است؛ تصور کنید که نزدیک ۴۰ سال‌تان

شده و تنها دستاورده‌تان چندین شکست در پیوستن به غول‌های حوزه وب بوده است، اما اکتون این کار را نکرد. از همان توییت پس از رد شدن در روند استخدام فیس‌بوک هم معلوم بود، در موقعیتی که احتمالاً بسیاری از آدم‌ها وقت‌شان را صرف گلایه می‌کردند، او نوشته بود که منتظر آینده است. درست همان زمانی که اکتون درگیر این رد شدن‌ها بود، دوستش جان کوم هم داشت تجربه مشابهی را از سر می‌گذراند. این دوستان دیرین بعد در کنار هم به ایده راه‌اندازی استارت‌آپی به نام واتساپ افتادند. از آنجایی که فیس‌بوک و تویتیر، هیچ کدام‌شان این دو نفر را نخواسته بودند، آنها تصمیم گرفتند استارت‌آپ خودشان را راه بیندازند و اپلیکیشن پیام‌رسانی برای گوشی‌های هوشمند طراحی کنند. موفقیت این اپلیکیشن بسیار سریع و عظیم بود. نکته جالب توجه این بود که این موفقیت مدام سرعت بیشتری می‌گرفت. در اوایل سال ۲۰۱۱، واتساپ جزو ۲۰ اپلیکیشنی بود که بیشترین میزان دانلود در آمریکا را به خود اختصاص داده بود. فوریه سال ۲۰۱۳ این برنامه به عدد ۲۰۰ میلیون کاربر فعال رسید؛ در آن زمان این استارت‌آپ تنها ۵۰ کارمند داشت. سپس تا پایان همان سال عدد کاربران واتساپ به ۳۰۰ میلیون نفر رسید. یکی از نقاط اوج داستان اکتون و فیس‌بوک اینجاست که سرانجام مارک زاکربرگ دست به خرید واتساپ زد؛ خریدی که تا آن زمان بزرگ‌ترین خرید این شرکت محسوب می‌شد. اکتون که روزگاری قرار بود یکی از کارمندان استخدمای فیس‌بوک باشد و به این آرزو نرسیده بود حالا توانست به مرحله مذاکره با مدیرعامل آن برسد، آن هم زمانی که خودش به عنوان مدیر یکی از موفق‌ترین استارت‌آپ‌های سیلیکون ولی به شمار می‌رفت. این همان آینده‌ای بود که اکتون نوشته بود در انتظارش می‌ماند.»

محققان امنیتی گوگل، یک آسیب‌پذیری را در سیستم‌عامل ویندوز افشا کرده‌اند که با آسیب‌پذیری روز صفر گوگل کروم شروع می‌شود و به هکرها اجازه اجرای کد داخل کروم را می‌دهد. آسیب‌پذیری روز صفر به این معناست که تاکنون هیچ راهکاری برای آن ارائه نشده و یا شما صفر روز فرصت پیدا کردن راهکار دارید. یکی از ملاک‌های حمایت از بافزارها، تعداد بالای روز صفری است که در آن پشتیبانی می‌شوند.

طبق گزارش مرکز ماهر، محققان امنیتی گوگل، یک آسیب‌پذیری روز صفر را در سیستم‌عامل ویندوز که در حال حاضر به صورت گسترده اکسپلویت می‌شود، افشا کرده‌اند. مایکروسافت هنوز وصله‌ای برای این آسیب‌پذیری منتشر نکرده است. براساس گفته بن هاوک، مدیر تیم تحقیقات آسیب‌پذیری گوگل (Project Zero)، انتظار می‌رود تا روز دهم ماه نوامبر سال جاری برای این آسیب‌پذیری وصله‌ای ارائه شود.

این حمله، یک حمله دوجانبه است که با آسیب‌پذیری روز صفر گوگل کروم شروع می‌شود. آسیب‌پذیری گوگل کروم به هکرها اجازه اجرای کد داخل کروم را می‌دهد. سپس آسیب‌پذیری روز صفر ویندوز در بخش دوم حمله به مهاجمان امکان دور زدن container امن کروم را می‌دهد تا بتوانند کد خود را در سیستم‌عامل اجرا کنند. متخصصان امنیت این اتفاق را فرار از سندباکس (sandbox escape) می‌نامند.

تیم Project Zero گوگل هفته گذشته این آسیب‌پذیری را به مایکروسافت اطلاع داده و هفت روز به این شرکت مهلت داد تا این باگ را وصله کند. در نهایت این تیم پس از اتمام زمان اختصاص داده‌شده، درحالی که هنوز مایکروسافت وصله‌ای را ارائه نکرده بود، جزئیات این آسیب‌پذیری را منتشر کرد. طبق گزارش گوگل، آسیب‌پذیری روز صفر یک باگ در هسته ویندوز است که می‌تواند برای ارتقای مجوز دسترسی مورد استفاده قرار گیرد. براساس گزارش، آسیب‌پذیری مذکور تمامی نسخه‌های ویندوز بین ویندوز ۷ و ویندوز ۱۰ تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.

هاوکز جزئیاتی درباره اینکه چه کسانی از این دو آسیب‌پذیری روز صفر استفاده می‌کنند، ارائه نکرده است. با وجود این، اغلب آسیب‌پذیری‌های روز صفر توسط گروه‌های هکر تحت حمایت دولت‌ها یا گروه‌های تروریستی بزرگ کشف و مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرند. این حملات توسط دیگر تیم امنیتی گوگل، تیم تحلیل تهدید گوگل (TAG) نیز تایید شده است. آسیب‌پذیری روز صفر کروم در نسخه ۸۶.۰.۲۴۴۰.۱۱۱ وصله شده است. این دومین بار است که گوگل یک حمله براساس دو آسیب‌پذیری را فاش می‌کند که شامل آسیب‌پذیری روز صفر ویندوز و کروم است. پیش از این گوگل در مارس ۲۰۱۹ اظهار داشته بود که مهاجمان یک آسیب‌پذیری روز صفر کروم (CVE-2۰۱۹-0۸۷۸) را با آسیب‌پذیری روز صفر ویندوز (CVE-2۰۱۹-0۸۰۸) ترکیب کرده‌اند. با توجه به اینکه مایکروسافت هنوز وصله‌ای برای این آسیب‌پذیری منتشر نکرده است، توصیه می‌شود که کاربران برای پیشگیری از این حمله گسترده از به‌روز بودن مرورگر گوگل کروم خود اطمینان حاصل کنند.

گزارش «گاردین» از داستان‌های ناگفته درباره فراز و فرود اینستاگرام

جشن ۱۰ سالگی اینستاگرام



و پادش دارد).

ما خود را در حلقه بازخورد توجه‌طلبانه‌ای گیر انداختیم که در آن احساسات ما از تغلمان به تلفن‌مان و بالعکس هدایت شد. توییتر درباره قبیله شماست؛ فیس‌بوک درباره خانه و خانواده است، اما اینستاگرام قصه عاشقانه‌ای است بین فقط شما و موبایلتان.

وقتی «جاستین بiber» در سال ۲۰۱۱ عضو اینستاگرام شد، اولین پستش نمونه‌ای از عکس‌های «یهویی» اینستاگرام بود: عکسی از ترافیک آزادراه که برای ایجاد حال‌وهوای سفری جاده‌ای در دهه ۷۰ دستکاری شده بود؛ با این کپشن: «ترافیک لس‌آنجلس خیلی بده».

سرورهای اینستاگرام زیر بار عضویت «بلیبر»ها (طرفداران جاستین بiber) و کامنت‌های‌شان مکرراً از کار افتادند. از راه رسیدن یکی از بزرگ‌ترین ستاره‌های پاپ جهان و پست‌کردن چیزی که از پنجره ماشین شاسی‌بلندش دیده بود، نقطه‌عطفی بود در تبدیل اینستاگرام از چیزی گذرا به موجودیتی عظیم در فرهنگ عامه. در عرض هشت ماه بiber تبدیل به اولین سلبریتی‌ای شد که یک میلیون فالوور داشت و سابقه تسلیحاتی اینستاگرام آغاز شده بود.

سال ۲۰۱۲ بود که همه‌چیز تغییر کرد. دو اتفاق افتاد: فیس‌بوک اینستاگرام را خرید. این اتفاق نشان‌دهنده پولسازی اینستاگرامی بودند که تا آن زمان مدل کسب‌وکار مشخصی نداشت. معامله‌ای که فیس‌بوک کرد، ابعاد و اهمیت راهبردی فضایی که اینستاگرام داشت در زندگی ما اشغال می‌کرد را با پول سخت و بی‌روح نشان داد.

چیدمان اینستاگرام به شکل کنهاله‌ای از عکس‌های هم‌اندازه، همه ما را به سلبریتی تبدیل کرد. تنها بلندآوازی (یا بدنامی) می‌تواند چهره شما را به صفحه اول یک روزنامه یا یلبورد ببرد اما در صفحه اینستاگرام‌تان، سلفی‌ای که در تعطیلات گرفته‌اید درست همان‌دازه سلفی «گوئیئت پالترو» است و حساب مهمانی پسرخاله شما با بلیارد بازی کردن «جیفر ایوضن» و «کورتنی کاکس» برابری می‌کند؛ هر کس ۱۵ دقیقه خودش را دارد. تا همین اواخر دکمه ری‌پست (انتشار مجدد) شیه به ریتوییت توییتر وجود نداشت و شما برای مشارکت در اینستاگرام باید محتوای خودتان را درست می‌کردید. هنوز هم دیدن اینکه سلبریتی‌ها در اینستاگرام در کنار ما شهروندان عادی زندگی می‌کنند جذاب است اما همین موضوع برای بسیاری از مردم اثرات زیانباری داشته است؛ زیبایی و تجمل مانع بلندی است و فرصت‌های زیادی هم برای مقایسه هست.

به لطف اپلیکیشن‌هایی مانند فوتشاپ که ابزاری به نام «مجیک‌وند» دارد که با آن می‌شود دندان‌ها را سفید یا خطوط چانه را تیزتر کرد یا لک‌پوس‌ها را از بین برد، دیگر آن فیلترهای آشکار و زمخت اولیه کنار گذاشته شده‌اند. استفاده از فیلتر که زمانی جلوه‌ای هنری بود، حالا به شدت روی خودسنجایی متمرکز شده است. این روزها اینستاگرام دائماً در آینه نگاه می‌کند؛ حتی وقتی که به نظر می‌رسد در حال تفریح است.

فیلترهای کارتونی‌ای که برای مقابله با تهدید اپلیکیشن «اسنپ‌ت» ارائه شدند و در میان کاربران جوان‌تر محبوبند، می‌توانند گوش و دماغ حیوانات بامزه را روی تصویر شما ظاهر کنند، اما در عین حال این فیلترها می‌توانند چشم‌های بادامی بزرگ، صورتی مثل قلب با استخوان‌های گونه‌ای پهن‌تر به شما عطا کنند. آنها صورت همه را به شکلی درمی‌آوردند که مقاله‌نویس نشریه نیویورکر آن را «صورت اینستاگرامی» می‌نامد: ملغمه‌ای از زیبایی مدرن که سفیدپوست و در عین حال به طور مبهمی یادآور اقوام مختلف است.

سلبریتی‌هایی که به اینستاگرام کشیده شدند شروع به دریافت پول از برندها کردند تا محصولات‌شان را ترویج کنند؛ اغلب این واقعیت را نادیده می‌گرفتند یا به طور مبهمی به آن اذعان می‌کردند که پول در حال تغییر اوضاع بود. اثرگذاری این موضوع، با دستیابی به مشتری‌ها که روش‌های سنتی بازاریابی برای داشتن آنها تقلا می‌کرد، به طور خارق‌العاده‌ای اثبات شد و صنعت جدیدی – «اثرگذاری» (influencing) – متولد شد.

در سال ۲۰۱۳ محورهای بازرگانی اینستاگرام تکمیل شد و همان زمان بود که این پلتفرم شروع به راه‌انداختن آگهی بازرگانی کرد. «سارا فرایر» در کتابش با عنوان «بدون فیلتر: اینستاگرام چگونه کسب‌وکار، سلبریتی‌ها و فرهنگ ما را دگرگون کرد؟» می‌گوید که چگونه «کوبن سیستروم» مدیرعامل اینستاگرام، اصرار داشت که نخستین تبلیغ‌ها بدون درج هیچ نوشته‌ای روی عکس، منمکنس‌کننده پست‌های عادی باشند. الگوی او نحوه تبلیغات مجله مد «ووگ» بود که در آن برندها همان عکاسان و مدل‌های مجله را به خدمت می‌گیرند و آگهی‌های‌شان در صفحات اصلی مجله ادغام و با آنها یکپارچه می‌شود.

«جسیکا زولمن» به عنوان پنجمین کارمندی که به استخدام

اینستاگرام درآمد، نسبت به آنچه بر سر این پلتفرم می‌رفت آگاهی عمیقی داشت. این دانش چنان دارای ارزشمندی بود که در سال ۲۰۱۳ او کار در اینستاگرام را رها کرد و با ساخت محتوای دارای نشان تجاری (branded content) کاری کرد که اینستاگرام برای او کار کند، اما بعد از اینکه به عنوان اینفلوئنسر «مقدار خیلی خیلی قابل توجهی پول» به دست آورد، پس از چهار سال به خاطر رقابت تنگاتنگ و عوارض روانی‌ای که خودش «پرفورمنس بزن و برقص» اینستاگرام می‌نامد، کارش را رها کرد.

در سال ۲۰۱۵ «اسنا انیل» اینفلوئنسر ۱۸ساله استرالیایی که بیش از نیم‌میلیون فالوور دارد، تمام ۲ هزار عکسی که پست کرده بود را پاک کرد و گفت آنها «هیچ هدفی جز خودنمایی نداشتند.» او ویدئویی در یوتیوب پست کرد که توضیح می‌داد چطور واقعیت زندگی‌اش صرف گرفتن بی‌پایان عکس‌هایی با «شکم تورفته و ژست‌های به خصوص» شد که با عطشی برای کسب اعتبار از شبکه‌های اجتماعی، او را «مصرف» کردند.

گزارش سال ۲۰۱۷ انجمن سلطنتی بهداشت عمومی با نظرسنجی از ۱۵۰۰ جوان بریتانیایی از آنها خواست توضیح دهند که پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی چه تأثیری بر سلامت روان و تندرستی آنها داشته‌اند و دریافت که اینستاگرام بیشترین تأثیر منفی را داشته است. همچنان که اینستاگرام پیرتر می‌شود، کاربرانش جوان‌تر می‌شوند؛ برای ادامه کار، حال‌وهوای آرام و گالری‌مانند اولیه اینستاگرام، به آهنگی پرشورتر از همیشه تغییر پیدا کرد. در سال ۲۰۱۶ قابلیت استوری اینستاگرام با تقلید از فضای کمتر دیده‌شده و آزادانه‌تر اسنپ‌چت عرضه شد. اسمال هم معرفی قابلیت «پلز» که پلتفرمی برای کاربران فراهم می‌کند تا ویدئوهای احقانه‌ای که بسیار محبوبند درست کنند، تلاشی است برای خنثی کردن تهدید اپلیکیشن «تیک تاک».

از همان ابتدا فالوورهای جوان‌تر به روش خود با اینستاگرام ارتباط برقرار کردند. نوشته‌شده جای خود را به ایموجی داد. پست‌کردن درون ساختار اجتماعی آنان جا پیدا کرد و فالو در ازای فالو به یک رسم تبدیل شد: بدهستان چاپلوسی‌های وقت‌انگیز دونفره.

و بالاخره سال ۲۰۲۰ از راه رسید؛ با ظهور پاندمی کرونا نان اینستاگرام به آجر تبدیل شد و یک‌شبه گزینه «فرار از واقعیت» اشتباه به نظر رسید: «آریلا چارناس» اینفلوئنسر حوزه مد که در پی کووید-۱۹ تصمیم گرفت از نیویورک به همپتونس (منطقه‌ای بیلابی در سواحل اقیانوس اطلس) برود، به خاطر «به رخ کشیدن امتیازاتش» با واکنش‌های تندى روبه‌رو شد. برندها ناگهان همکاری‌شان را با او قطع کردند و روزنامه نیویورک پست او را «کوژدن» نامید (ترکیب کووید و کودن؛ کنایه از اینکه در زمان شیوع کووید-۱۹ مرتکب حماقت شده). چارناس گزارش داد که حتی تهدید به مرگ هم شده است.

در قرنطینه، بدون مهمانی و عروسی و تعطیلات در ساحل، اینستاگرام در بیشتر طول بهار سوت‌و‌کور بود. سپس یک هفته بعد از قتل جرج فلوید، هشتگ سه‌شنبه خاموشی از راه رسید؛ زمانی که ۲۸ میلیون نفر در اینستاگرام‌شان مربع‌های سیاه پست کردند که نشان دهند از جنبش «جان سیاه‌پوستان مهم است» حمایت می‌کنند. آدم‌های جوانی که توسط آن جنبش به تکاپو افتاده بودند، در فضایی که رشد کرده بودند ابراز وجود می‌کردند. همچنان که آنان سیاسی می‌شدند اینستاگرام مثل همیشه، یک آینه بود و از نظر نسلی که مسئله شخصی برایش همان مسئله سیاسی است، هیچ منافاتی ندارد که یک روز عکس سلفی پست کند و روز دیگر فراخوان سیاسی. نماینده حساب اینستاگرامی «عدالت برای جرج» که به مرکز اطلاع‌رسانی درباره اعتراضات و کمک‌های مردمی تبدیل شده می‌گوید: «موضوع بر سر دستیابی به مخاطب گسترده‌تر است؛ ما ناچاریم به جایی برویم که مردم هستند و اینستاگرام همانجاست.»

چند ماهی با دور تنسد جلو برویم؛ به هر حال، به نظر می‌رسد که اینستاگرام کاملاً به خود پرزرق‌وبرقش آمده؛ یکی دو ماسک گلدار برای خود جور کنید. خبر بزرگ ماه اوت افشای حاملگی «کریسی تایگن» بود؛ ویدئوی کوتاهی که در آن برجستگی شکمش در لباس ورزشی مشخص بود و با خنده می‌گفت: «بچه سوممو ببینید!»

یک پرتزه از «کریستیانو رونالدو» و همسرش «جرجینا رودریگز» ۱۳ میلیون لایک گرفت و رفت بین ۲۰ پستت پرلایک تاریخ؛ اما دو هفته بعد با سلفی «کایلی جنر» در یک لباس نیم‌تنه نقره‌ای از این جدول بیرون انداخته شد. اینستاگرام دنبایی است که در آن آدم‌های خوشگل حکمرانی می‌کنند، با این حال، اینستاگرام همیشه جای خوشگلی نیست.

نگاه

میزان تاب‌آوری اقتصاد ایران در برابر شوک‌ها چقدر است؟

ایران یکصد و پنجمین اقتصاد تاب‌آور جهان

شوکه‌های بیرونی می‌توانند اقتصاد داخلی کشورها را تحت تأثیر قرار دهند اما میزان این تأثیرگذاری در کشورهای مختلف، تفاوت دارد. برخی کشورها تاب‌آوری بیشتری داشته و با سرعت بیشتر و هزینه کمتری شوکه‌های بیرونی را پشت سر می‌گذارند. اقتصاد ایران در برابر شوکه‌هایی مانند سیل، تحریم، کرونا و... تا چه میزان تاب‌آور است؟

به گزارش ایرناپلاس، حوادث یک سال گذشته اقتصاد جهان را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. در این میان، عوامل بیرونی که بر اقتصاد کشورمان اثرگذار بوده‌اند نیز قابل بررسی هستند. حوادث طبیعی مانند سیل، عوامل سیاسی مانند تحریم و پس از آن، همه‌گیری کرونا سه شوک بیرونی هستند که در طول یک سال گذشته اقتصاد ایران را متأثر کرده‌اند. در چنین شرایطی توانایی بهبود اقتصاد پس از مواجهه با شوکه‌های بیرونی اهمیت پیدا می‌کند. علاوه بر این، توانایی خانوارها و بنگاه‌های اقتصادی برای بهبود پس از روبرو شدن با شوکه‌های بیرونی موضوع مهم دیگری است که روند آتی اقتصاد را ترسیم می‌کند.

در ادبیات اقتصادی، توانایی روبرو شدن با شوکه‌های بیرونی و بهبود اقتصادی پس از آن با مفهوم «تاب‌آوری» شناخته می‌شود. رویکردهای گوناگونی درباره تاب‌آوری اقتصادی قابل طرح هستند. گاهی منظور از تاب‌آوری اقتصادی رویکردی است که در آن رفاه از دست رفته ناشی از یک شوک بیرونی به حداقل برسد. گاهی نیز منظور از تاب‌آوری، پویایی و سرعت عمل در انطباق با شرایط جدیدی است که به دنبال یک شوک بیرونی ایجاد شده است.

در رویارویی با شوکه‌های بیرونی که به اقتصاد کشور وارد می‌شوند پاسخ به سه پرسش می‌تواند زیان اقتصادی را به حداقل برساند، اقتصاد را با سرعت بیشتری با شرایط جدید سازگار کند و شاخص‌های اقتصادی را به روند قبلی بازگرداند یا حتی آنها را بهبود بخشد. این سه پرسش، «بخش به بخش یا گروه‌هایی متأثر شدند؟»، «چگونه تحت تأثیر قرار گرفتند؟» و «چگونه خواهند توانست در روند قبلی قرار بگیرند؟» هستند.

به‌عنوان نمونه، همه‌گیری کرونا به عنوان یک شوک بیرونی، اقتصاد تمام کشورها را تحت تأثیر قرار داده است. یک اقتصاد تاب‌آور با سرعت بیشتری نسبت به سایر اقتصادها، بخش‌ها و گروه‌هایی را که تحت تأثیر کرونا قرار گرفته‌اند شناسایی می‌کند، شیوه اثرگذاری را تبیین می‌کند و راهکارهایی برای بازگشت به مسیر قبلی یا قرار گرفتن در یک مسیر جدید را ارائه می‌دهد که در نهایت، منجر به بهبود اقتصادی پس از رویارویی با همه‌گیری کرونا به عنوان یک شوک بیرونی می‌شود.

اهمیت تاب‌آوری اقتصادی تا جایی است که نهادهایی مانند صندوق بین‌المللی پول در سیاست‌های اقتصادی مقابله با کرونا توصیه می‌کنند اقدامات بهبوددهنده تاب‌آوری اقتصادی، مورد توجه قرار گیرد. صندوق بین‌المللی پول با تأکید بر اینکه «بحران هنوز به پایان نرسیده است» توصیه می‌کند اقدامات حمایتی که تاکنون مورد توجه قرار گرفته، ادامه یابد زیرا توقف اقدامات حمایتی، آسیب بیشتری به همراه خواهد داشت. در واقع توقف زودهنگام اقدامات حمایتی آسیب‌های معیشتی بیشتری را به مردم تحمیل می‌کند و احتمال ورشکستگی‌های گسترده را افزایش می‌دهد و در نهایت، بهبود پس از بحران را با مخاطره‌هایی مواجه خواهد کرد. در این صورت به احتمال زیاد زخم‌های عمیق‌تری از بحران کرونا باقی خواهد ماند.

در چنین شرایطی پیشنهاد می‌شود سیاست‌های مالی انقباضی کنار گذاشته و پرداخت‌ها در حمایت از خدمات درمان، خانوارها و بنگاه‌های اقتصادی جایگزین شود. در اقتصادهایی که ظرفیت کمتری برای چنین پرداخت‌های حمایتی وجود دارد، باید با اولویت‌بندی دوباره، تضمین کرد که گروه‌ها و بخش‌های آسیب‌پذیرتر، از این حمایت‌ها برخوردار خواهند شد. در کنار سیاست‌هایی که در طول دوران بحران همه‌گیری کرونا مورد توجه هستند، باید برای آینده پس از بحران آماده شد. کشورها به تدریج در حال شناسایی و آشنا شدن با واقعیت‌های دنیای پس از بحران هستند و لازم است سیاست‌های منطبق با شرایط جدید را در پیش بگیرند. در اینجا سیاست‌هایی که با بهبود تاب‌آوری می‌توانند آمادگی بیشتری برای رویارویی با بحران‌های آتی فراهم کنند، مورد توجه قرار می‌گیرند. تقویت سرمایه‌گذاری، افزایش استخدام در بخش‌های در حال گسترش، فراهم کردن فرصت‌های مهارت‌آموزی و بازآموزی برای افراد بیکار می‌تواند بهبود اقتصادی قوی‌تر و پایدارتری را به همراه داشته باشد.

با اینکه به نظر می‌رسد اجرای سیاست‌های پیشنهادی صندوق بین‌المللی پول به طور کلی می‌تواند تاب‌آوری اقتصادی کشورها را بهبود دهد، اما تأثیر آنها در کشورهای مختلف، متفاوت خواهد بود زیرا وضعیت تاب‌آوری کشورها با یکدیگر تفاوت دارد. یکی از راه‌های مقایسه تاب‌آوری کشورها بررسی «شاخص تاب‌آوری جهانی موسسه بیمه داری‌ها» است. این شاخص ۱۲۰ کشور جهان را براساس سطح تاب‌آوری، رتبه‌بندی می‌کند. شاخص تاب‌آوری جهانی دارای سه بخش «اقتصاد»، «کیفیت ریسک» و «زنجیره تأمین» است. از نظر اقتصادی، عواملی مانند بهره‌وری، ریسک سیاسی، نرخ شهرنشینی و شدت نفت که در آن آسیب‌پذیری نسبت به شوکه‌های نفتی، نسبت مصرف نفت به تولید ناخالص داخلی و وابستگی به‌روزی به نفت اندازه‌گیری می‌شود، تأثیرگذارند. رتبه ایران در بُعد اقتصادی شاخص تاب‌آوری در سال جاری میلادی، ۱۱۹ بوده است.

در بخش «کیفیت ریسک»، عواملی مانند قرارگیری در معرض حوادث طبیعی، ریسک حوادث طبیعی، ریسک آتش‌سوزی و همچنین ریسک باقی‌مانده سایبری مورد توجه هستند و رتبه ایران در این بعد ۱۲۴ بوده است.

کنترل فساد، کیفیت زیرساخت‌ها، حاکمیت شرکتی و قابلیت رصد زنجیره تأمین، عواملی هستند که در بخش «زنجیره تأمین» تأثیرگذارند و ایران در این بعد، رتبه ۱۱۱ را دارد. در مجموع، امتیاز شاخص تاب‌آوری ایران که از ترکیب امتیاز هر سه بخش «اقتصاد»، «کیفیت ریسک» و «زنجیره تأمین» به دست می‌آید ۲۱.۱ بوده و رتبه ۱۲۵ را برای کشورمان به همراه داشته است. کاهش امتیاز ایران در این شاخص از ۲۴.۵ به ۲۱.۱ می‌تواند نشان‌دهنده تأثیر همه‌گیری کرونا بر تاب‌آوری باشد. اگرچه کرونا، تاب‌آوری کسب‌وکارها را در سطح جهان در معرض آزمون قرار داده، اما اثر همه‌گیری کرونا به‌صورت مستقیم توسط شاخص تاب‌آوری جهانی اندازه‌گیری نشده است، و این حال می‌تواند تاب‌آوری محیط کسب‌وکار کشورها را بیستر قابل اعتمادی تعریف کرد که زمینه‌ساز تغییر مسیر کسب‌وکارها و حذف آثار ویروس کرونا بر آنها باشد آیا امیدوی به این تغییر مسیر در کسب‌وکارهای ایرانی وجود دارد؟ آخرین پیش‌بینی بانک جهانی از رشد اقتصادی ایران نشان می‌دهد به دلیل شوک ارزی، اثر تحریم‌ها و شیوع کرونا، امسال را با رشد منفی ۴.۵ درصد به پایان بریزد، اما پیش‌بینی رشد اقتصادی ۱.۵ و ۱.۷ درصدی برای ۲ سال آینده می‌تواند به معنای بازگشت کسب‌وکارها به شرایط پیش از شیوع کرونا باشد بنابراین آمورتی بعدی اقتصاد ایران را می‌توان بهبود تاب‌آوری اقتصادی و آمادگی بیشتر برای رویارویی با شوکه‌های احتمالی بعدی تعریف کرد.

چند نفر از جویندگان کار در سال گذشته توسط مراکز کاراییی شاغل شدند؟

کاریابی ۲۲ درصدی موسسات کاریابی



اسمال نسبت به بهار سال گذشته ۲.۲ درصد کاهش یافته و ریزش ۶۶ هزار نفری نیروی شاغل در این بخش را به دنبال داشته است.

این گزارش نشان می‌دهد تعداد شاغلان در سال ۱۳۸۴ حدود ۲ میلیون و ۱۴۳ هزار نفر بوده که تا سال ۱۳۹۳ روند صعودی داشته و به طور متوسط در هر سال بین ۱۴ هزار تا ۲۲۵ هزار نفر به جمعیت شاغلین افزوده شده تا به رقم ۲ میلیون و ۲۰۲ هزار نفر در سال ۱۳۹۳ رسیده است؛ با این حال در فاصله سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۴ با ریزش ۲۵۳ هزار نفری در این بخش روبه رو بوده‌ایم که به نظر می‌رسد رکود بخش مسکن و کاهش ساخت و سازها بی‌تأثیر نبوده است.

در سال ۱۳۹۵ اگرچه افزایشی جزئی در تعداد شاغلان این بخش رخ داده اما از سال ۱۳۹۷ تا بهار ۱۳۹۹ به تدریج روند نزولی و ریزش نیروی شاغلان آغاز شده است به نحوی که از کاهش ۱۰ هزار نفری در سال ۱۳۹۷ به کاهش ۶۶ هزار نفر در بهار ۱۳۹۹ رسیده و جمعیت شاغلان این بخش از ۲ میلیون و ۵۰ هزار نفر در سال ۱۳۹۷ به ۲ میلیون و ۹۵۰ هزار نفر در بهار ۱۳۹۹ کاهش یافته است.

به موجب این گزارش تعداد شاغلان بخش ساختمان تا سال ۱۳۹۲ تحت تأثیر پروژه‌هایی مثل مسکن مهر روند صعودی داشته اما پس از آن روند نزولی پیدا کرده است. افزایش یکباره ساخت و سازها در فاصله سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۲ با جامع‌نگری لازم صورت نپذیرفته و صنایع تولیدکننده محصولات مورد نیاز این بخش رشد لازم را به دست نیاوردند. در نتیجه ورود مصالح ساختمانی از خارج کشور توسعه یافته است، از سوی دیگر افزایش مصالح ساختمانی تحت تأثیر دلالتان موجب شده تا قیمت ساخت و ساز و به تبع آن قیمت مسکن روند افزایشی خود را طی کند و بر همین اساس با رکود در بخش ساختمان روبه رو بوده‌ایم. با توجه به شیوع کرونا، کاهش ۲.۲ درصدی تعداد شاغلان بخش ساختمان در بهار ۱۳۹۹ نسبت به بهار ۱۳۹۸ را نمی‌توان ناشی از این تبعات کرونا دانست چراکه قبل از آن هم در برخی سال‌ها ساخت و ساز رشد چندانی نداشته است.

طبق آمارهای وزارت کار، در سال گذشته یک هزار و ۱۳ واحد کاریابی در کشور فعال بودند که ۵۸ واحد دولتی و بقیه خصوصی بوده‌اند. دفاتر کاریابی به عنوان حلقه واسطه جوینده کار و کارفرماست و نقش موثری در معرفی آنها به یکدیگر دارد که در سال ۹۸ تعداد این دفاتر در مقایسه با سال قبل از آن ۳۸ واحد کاهش یافته است و این خود جای بررسی دارد. تهران با ۱۶۵ واحد بیشترین و خراسان شمالی و کهگیلویه و بویراحمد با ۹ واحد کمترین دفتر کاریابی را داشتند. مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار در آخرین سالنامه آماری، اطلاعاتی از وضعیت نیروی کار در سال گذشته منتشر کرده است. براساس این اطلاعات سال گذشته ۳۹۱ هزار و ۲۸۰ نفر جوینده در کاریابی دولتی و خصوصی به عنوان متقاضی شغل درخواست خود را ثبت کرده‌اند. از میان ۳۹۱ هزار و ۲۸۰ جوینده کار، تعداد ۳۶۷ هزار و ۶۱۶ نفر در دفاتر کاریابی خصوصی ثبت‌نام کرده‌اند که از این تعداد ۲۱ درصد معادل ۷۷ هزار و ۱۹۹ نفر وارد بازار کار شدند. همچنین ۲۳ هزار و ۶۶۴ نفر جویندگان کار در مراکز خدمات اشتغال ثبت‌نام کرده‌اند که ۱۲ هزار و ۳۱۶ نفر از آنها (۵۲.۰۴ درصد) به کار گمارده شده‌اند.

کنکته جالب در آمار وزارت کار این است که تعداد جویندگان کاریابی در سال ۹۸ به مراکز خدمات اشتغال مراجعه کردند در مقایسه با سال قبل از آن به ۳۰ هزار و ۳۷۹ نفر کاهش یافته است. بررسی جدی‌تر نشان می‌دهد که در سال ۹۶، ۶۷ هزار و ۴۵۳ نفر به مراکز خدمات اشتغال معرفی و ۱۸ هزار و ۴۰۶ نفر شاغل شدند. سال بعد از آن ۵۴ هزار و ۴۳ نفر به این مراکز مراجعه و ۲۱ هزار و ۲۰۱ نفر وارد بازار کار شدند.

ریزش شاغلان بخش ساختمان در بهار امسال

در بخش دیگر این گزارش به بررسی روند تعداد شاغلین بخش صنعت ساختمان طی سال‌های ۱۳۸۴ تا بهار ۱۳۹۹ پرداخته شده است و آمارها نشان می‌دهد که تعداد شاغلان بخش ساختمان در بهار

فرصت امروز: آمارهای وزارت کار نشان می‌دهد سال گذشته ۳۹۱ هزار و ۲۸۰ نفر جوینای کار در مراکز کاریابی ثبت‌نام کرده‌اند که از این تعداد ۸۹ هزار و ۵۱۵ نفر وارد بازار کار شده‌اند. مراکز کاریابی در سال‌های اخیر به یکی از کانون‌های اصلی جذب و هدایت جوانان جوینای کار تبدیل شده‌اند؛ مراکز که با دریافت یک هزینه اندک و ابتدایی برای ثبت نام، هویت و مهارت فرد متقاضی را ثبت می‌کنند و با اعلام نیاز مراکز مربوط، جویندگان کار را به سمت این مراکز هدایت می‌کنند. براساس آمارهای وزارت کار، در سال گذشته ۳۹۱ هزار و ۲۸۰ نفر جوینده کار در دفاتر کاریابی ثبت‌نام کرده‌اند که از این تعداد ۳۶۷ هزار و ۶۱۶ نفر در کاریابی خصوصی و بقیه یعنی ۲۳ هزار و ۶۶۴ نفر در مراکز خدمات اشتغال درخواست خود را ثبت کرده‌اند.

میزان اشتغال‌زایی مراکز کاریابی خصوصی و دولتی

در ادبیات اقتصادی، جوینده کار (کارجو) به فردی گفته می‌شود که با بیکار است و یا شاغلی است که در جست‌وجوی شغل است. این افراد برای جست‌وجوی شغل به مراکز خدمات اشتغال و دفاتر کاریابی به عنوان بنگاه‌های جست‌وجوی شغل مراجعه می‌کنند. مرکز خدمات اشتغال (کاریابی دولت) واحدی سازمانی به شمار می‌رود که تحت پوشش وزارت کار است و خدمات راهنمایی و مشاوره شغلی و کاریابی را به صورت رایگان به جویندگان ارائه می‌کند. در سوی دیگر، دفتر کاریابی (کاریابی خصوصی) کارگزاری خصوصی است که با مجوز از وزارت کار، در ازای دریافت حق‌الزحمه از جوینده کار، خدمات راهنمایی و مشاوره شغلی ارائه می‌کند. دفتر کاریابی ممکن است در داخل کشور فعالیت کند و یا حوزه فعالیت آن محدود به کشورهای تعیین‌کننده از سوی وزارت کار بوده و اقدام به اخذ روایت مرتبط با کار و اعزام نیروی انسانی کند. فرآیند ثبت‌نام هم به این صورت است که افراد جوینای کار با مراجعه به مراکز خدمات اشتغال یا دفتر کاریابی و برابر نیاز کارفرما به هم معرفی می‌شوند و چنانچه با هم به توافق برسند مشغول به کار می‌شوند.

برای مقابله با کرونا چقدر هزینه شده است؟

تقریباً دو ماه بعد (۲۴ تیرماه) نیز ۲۰ میلیون یورو و هفته بعد نیز ۵۰ میلیون و ۶۰۰ هزار یورو به بخش درمان اختصاص یافت. تأمین اعتبار برای بخش سلامت در مردادماه ادامه داشت و ۱۴ این ماه ۲۰ میلیون اعتبار دیگر تأمین شد. در روز پایانی مهرماه (۳۰ مهرماه ۹۹) نیز سازمان برنامه و بودجه ۵۹ میلیون و ۴۰۰ هزار یورو در اختیار بخش سلامت و کادر درمان قرار داد.

یکی از بخش‌هایی که سازمان برنامه و بودجه در اعتبار ۵۰۰ میلیون یورویی مقابله با کرونا به آن توجه داشت پرداخت معوقه کارانه کادر درمان بود. به این صورت که در تیرماه یک هزار میلیارد تومان، مردادماه ۲ هزار میلیارد تومان، شهریورماه ۲ هزار و ۶۰۷ میلیارد تومان و مهرماه ۴۰۰ میلیارد تومان برای این موضوع اختصاص داد.

پرداخت بیش از ۳۵ هزار میلیارد تومان در قالب طرح‌های حمایتی پرداخت تسهیلات بانکی به شکل وام قرض‌الحسنه یک میلیون تومانی به خانوارهای یارانه‌بگیر از مصوبات حمایتی دولت بود. در این مصوبه خانوارهایی که یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومان دریافت می‌کنند مشمول این مصوبه بودند. در این طرح به ۲۳ میلیون خانوار وام یک میلیون تومانی پرداخت شد و در مجموع دولت ۲۳ هزار میلیارد تومان پرداخت کرد.

حمایت از خانوار و اقشار آسیب‌پذیر از جمله اقدامات دولت از خانواده‌هاست که از جمله آن می‌توان به پرداخت مبلغ ۲۰۰ الی ۶۰۰ هزار تومان به یک میلیون خانوار با جمعیت ۳ میلیون نفر که عضو

بیش از هشت ماه از شیوع کرونا در کشور می‌گذرد و آمار سازمان برنامه و بودجه نشان می‌دهد که تا پایان مهرماه ۵۰۰ میلیون یورو برای مقابله با کرونا هزینه شده؛ حدود ۳۵ هزار میلیارد تومان نیز برای حمایت از افراد آسیب‌پذیر پرداخت شده است.

به گزارش ایرنا، اوایل اسفندماه بود که خبر ورود ویروس کووید-۱۹ این مهمان ناخوانده به کشور منتشر شد. از همان ابتدا دولت، ستاد ملی مقابله با کرونا و کارگروه ملی مقابله با پیامدهای اقتصادی کرونا را تشکیل داد تا برای جلوگیری از آسیب‌ها برنامه‌ریزی منسجمی داشته باشند. حال پس از گذشت بیش از هشت ماه از شیوع این بیماری در کشور، بحث‌هایی پیرامون میزان هزینه دولت برای مقابله با کرونا مطرح است، سعی کردیم در این گزارش، جزئیاتی از این هزینه‌ها در بخش درمان و طرح‌های حمایتی دولت در قالب تسهیلات کرونایی به بنگاه‌ها، وام یک میلیونی و بیمه بیکاری را تشریح کنیم.

سازمان برنامه و بودجه در آخرین گزارش خود که چند روز پیش منتشر کرد، اعلام کرده بود که تا پایان مهرماه سال جاری ۵۰۰ میلیون یورو بودجه در دوره‌های زمانی مختلف برای مقابله با کرونا تأمین کرده است.

براساس اعلام این سازمان در اردیبهشت‌ماه طی دو دوره ۳۵۰ میلیون یورو اعتبار تأمین شده است به این صورت که در ۱۶ اردیبهشت ماه ۲۰۰ میلیون یورو و یک هفته بعد نیز ۵۰ میلیون یورو دیگر پرداخت شده است.

بانک نامه

بازار ارز تحت تأثیر انتخابات آمریکا

شرایط قطعنامه ۵۹۸ در حال تکرار است

فرصت امروز: بازار ارز در دومین هفته آبان شاهد افت و خیر فراوانی بود و درحالی که قیمت دلار و یورو در ابتدا و میانه هفته اوج گرفته بودند، در انتهای هفته ریزش کردند. نوسان قیمتی در طول هفته‌ای که گذشت، کاملاً قابل مشاهده بود؛ به طوری که در ابتدای هفته دلار و یورو به ترتیب با قیمت ۲۷ هزار و ۷۲۰ تومان و ۳۲ هزار و ۳۵۰ تومان معامله شدند. در روزهای بعد نرخ دلار از کانال ۲۸ هزار تومان فراتر رفت و هر یورو به بیش از ۳۴ هزار تومان رسید.

اما در روز پنجشنبه و تحت‌الشعاع خبرهایی که از نتایج انتخابات آمریکا به بازار ارز می‌رسید، شاهد ریزش شدید نرخ دلار و یورو بودیم به طوری که در صرافی‌های رسمی و معتبر هر دلار با نرخ ۲۶ هزار و ۳۵۰ تومان و هر یورو نیز با نرخ ۳۰ هزار و ۹۰۰ تومان معامله شد. این شرایط سبب شد تا چندهزار تومان از نرخ دلار و یورو در بازار کالسته شود که رکورد عجیبی محسوب می‌شد و به همین سبب روز پنجشنبه بسیاری از شهروندان ترجیح دادند برای فروش ارز اقدام کنند.

شرایطی که به گفته یک عضو شورای عالی بورس، مشابه شرایط قطعنامه ۵۹۸ در بازار ارز در حال تکرار است، چنانچه در صورت برنده شدن بایدن و برگشت او به برجام، سوای حجم و رشد نقدینگی در کشور، سقوط قیمت ارز مشابه شرایط قطعنامه ۵۹۸ حتمی است. شاهین چراغی عضو شورای عالی بورس در تویییتی نوشت: «ترامپ و بایدن هر دو به شدت علاقه‌مند توافق با ایران هستند، با انتخاب ترامپ نگرانی نباشید، فشارهای آرزى بیش از این دیگر جواب نمی‌دهد و مسیرهای جدید برای انتقال ارز ایجاد می‌شود، اما در صورت برنده شدن بایدن و برگشت او به برجام، سوای حجم و رشد نقدینگی در کشور، سقوط قیمت ارز مشابه شرایط قطعنامه ۵۹۸ حتمی است.»

بیت کوین از مرز ۱۴ هزار دلار عبور کرد

بیت کوین در اوج ۳ ساله

بیت کوین در ادامه روند صعودی خود موفق به فتح قله ۱۴ هزار دلاری شد.

به گزارش سی ان بی سی، تمایل معامله‌گران به خرید بیت کوین باعث از سرگیری روند صعودی این ارز شد تا بدین ترتیب بازدهی هفتگی محبوب‌ترین ارز دیجیتالِ جهان به ۷.۶۹ درصد برسد. طی ۲۴ ساعت گذشته بیت کوین با ثبت صعود ۳۰.۹ درصدی به ۱۴ هزار و ۹۵۰.۸۷ دلار رسید. بالاترین رکورد ثبت شده ارزش بیت کوین مربوط به روز هفدهم دسامبر سال ۲۰۱۷ بوده که در آن این ارز به قیمت ۱۹ هزار و ۷۸۳.۰۶ دلار رسید، اما تنها کمی پس از آن این ارز با ریزشی شدید حدود یک سوم ارزش خود را از دست داد.

برخی از نهادهای معتبر جهانی در روزهای گذشته روی خوشی به ارزهای دیجیتالی نشان داده‌اند تا جایی که بانک مرکزی روسیه از آغاز طرح پایلوت روبل دیجیتال در سال آینده و بانک مرکزی چین از موفقیت تراکنش‌های اولیه خبر داده‌اند.

هر چند برخی از منابع از پیشرفت‌های جدید درویی در مقابله با کرونا خبر داده‌اند، با این حال شمار مبتلایان به کرونا در جهان بار دیگر روندی صعودی به خود گرفته است و بسیاری از کارشناسان نگران بروز موج دوم همه‌گیری به صورت جهانی در پاییز هستند. تاکنون بیش از یک میلیون و ۲۲۵ هزار نفر در سراسر جهان جان خود را بر اثر ابتلا به کوید-۱۹ از دست داده‌اند و بیم افزایش محسوس شمار قربانیان با تشدید روند فعلی وجود دارد.

البته صعود قیمت‌ها در بازار ارزهای دیجیتالی محدود به بیت کوین نبود و قیمت بسیاری از ارزهای دیجیتالی دیگر افزایشی بود؛ به گونه‌ای که اتریوم با ۵.۳۱ درصد صعود به ۴۰۱.۴۷ دلار، بیت کوین کش با ۰.۱۲ درصد کاهش به ۲۳۹.۹۰ دلار، لایت کوین با ۲.۷ درصد افزایش به ۵۴.۲۲ دلار، مونرو با ۰.۵۷ درصد جهش به ۱۱۷.۳۴ دلار، دش با ۲۰.۲ درصد صعود به ۶۴.۷۸ دلار، زدکش با ۳.۴۸ درصد افزایش به ۵۲.۸۵ دلار و میکرا با ۰.۹۵ درصد صعود به ۵۲۴.۰۳ دلار رسید.

در واکنش به نتایج انتخابات آمریکا رقم خورد

بزرگ‌ترین ریزش دلار

دلار در برابر بسیاری از ارزهای مهم بیشترین ریزش یک سال اخیر خود را تجربه کرد.

به گزارش ایسنا، افزایش شانس پیروزی جو بایدن، نامزد حزب دموکرات باعث ریزش شدید دلار مقابل سایر رقبا شد. بایدن با پیروزی در ایالت‌هایی نظیر نیویورک، کالیفرنیا، واشنگتن، ایلینوی و نیوجرسی اکنون ۲۶۴ رأی الکترال را کسب کرده و تنها شش رأی دیگر برای راهیابی به کاخ سفید نیاز دارد. از طرف دیگر دونالد ترامپ، رئیس جمهور کنونی با پیروزی در ایالت‌هایی نظیر فلوریدا، تگزاس، اوهایو، میسوری و تنسی ۲۱۴ رأی الکترال را کسب کرده و تنها در صورت پیروزی در تمام ایالت‌های باقی مانده می‌تواند برای دور دوم رئیس جمهور باقی بماند.

اکنون نتایج پنج ایالت: پنسیلوانیا، کارولینای شمالی، جورجیا، نوادا، آلاسکا اعلام نشده است با این حال به احتمال بسیار زیاد تیم انتخاباتی ترامپ تقاضای بازشماری آرا در سه ایالت: میشیگان، آریزونا و ویسکانسین را که بایدن در آنها پیششاز است مطرح خواهد کرد. در بین پنج ایالت فوق به جز نوادا، ترامپ در چهار ایالت دیگر پیش است اما فاصله بایدن با وی به ویژه در جورجیا و پنسیلوانیا به سرعت در حال کم شدن است. همچنین برخی از رسانه‌ها نظیر نیویورک تایمز هنوز آریزونا را جزو ایالت‌های فتح شده توسط بایدن قلمداد نکرده‌اند با این حال در بیشتر رسانه‌ها از جمله فاکس نیوز و بلومبرگ این ایالت به رنگ آبی درآمده است.

علاوه بر انتخابات ریاست جمهوری، انتخابات میان دوره‌ای سنا و انتخابات کنگره نیز بر گزار و نتایج آنها در حال اعلام شدن است که انتظار می‌رود تغییر در وضعیت گذشته ایجاد نشود و اکثریت در سنا کماکان در اختیار جمهوریخواهان و در کنگره به اختیار دموکرات‌ها باشد.

www.forsatnet.ir

«تسهیلات تکلیفی» چطور بانک‌ها را به سمت قهقرا سوق می‌دهد؟

بایدها و نبایدهای «تسهیلات تکلیفی»

تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج به زوج‌هایی که تاریخ عقد ازدواج آنها بعد از مورخ ۱۳۹۶/۰۱/۰۱ است و تاکنون وام ازدواج دریافت نکرده‌اند، با اولویت نخست پرداخت کند. تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج برای هر یک از زوج‌ها در سال ۱۳۹۹ پانصد میلیون (۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰) ریال با دوره بازپرداخت هفت‌ساله با اخذ یک ضامن معتبر و سفته است.

ب- در اجرای بند (ب) ماده (۸۲) قانون برنامه ششم توسعه و ماده (۵۲) قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مکلف است از طریق بانک‌های عامل مبلغ هشتاد هزار میلیارد (۸۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰) ریال از محل منابع سپرده‌های پس‌انداز و جاری قرض‌الحسنه نظام بانکی را به تفکیک چهل و نه هزار میلیارد (۴۹،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰) ریال به کمیتهٔ امداد امام خمینی (ره) و بیست و یک هزار میلیارد (۲۱،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰) ریال به سازمان بهزیستی کشور با معرفی دستگاه‌های ذی‌ربط به مددجویان و کارفرمایان طرح‌های اشتغال مددجویی با اولویت زنان سرپرست خانوار به صورت تسهیلات قرض‌الحسنه با بازپرداخت هفت‌ساله پرداخت کند. در صورتی که هر یک از دستگاه‌های مذکور نماینده سهمیه مذکور به دیگر دستگاه‌های مشمول تعلق می‌گیرد. مبلغ ده هزار میلیارد (۱۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰) ریال از منابع این بند در اختیار ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره) قرار می‌گیرد. ستاد اجرایی معادل این مبلغ به این منابع اضافه می‌کند و برای اشتغال در مناطق محروم هزینه می‌نماید.

ج- در اجرای ماده (۷۷) قانون الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲) مبلغ دو هزار میلیارد (۲،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰) ریال از منابع قرض‌الحسنه بانک‌ها، در اختیار ستاد مردمی رسیدگی به امور دیه قرار می‌گیرد تا به زندانیان نیازمند با اولویت زندانیان زن و زندانیان بدهکار مهریه پرداخت شود.»

در هر حال، منابع «تسهیلات تکلیفی» غالباً از محل سپرده‌های مردم تامین می‌شود. بنا بر مبانی قانون عملیات بانکی بدون ربا، در نتیجه پرداخت «تسهیلات تکلیفی» به صورت وام قرض‌الحسنه از محل منابع سپرده‌گذاری مدت‌دار، عدم بازگشت اصل و سود معین «تسهیلات تکلیفی» به ضرر سپرده‌گذاران و همچنین صاحبان سهام بانک‌های خصوصی خواهد بود. با دیدی مثبت «تسهیلات تکلیفی» را می‌توان نوعی مدیریت تسهیلات بانکی و جهت‌دهی مناسب آن به سوی اقشار و طبقات اجتماعی هدف دانست. در واقع، مجلس برای مصالح عمومی در پدیده «تسهیلات تکلیفی» به جای بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار تصمیم می‌گیرد و به سیستم بانکی کشور دستور می‌دهد بین اقشار و طبقات هدف به میزان مشخص یا نامشخص «تسهیلات تکلیفی» توزیع شود. از نظر رفاه اجتماعی، توزیع «تسهیلات بانکی» به اقشار و طبقات هدف، سیاستی پس‌بندیده و ستودنی است، اما از نظر بانکی، مداخله قانونگذار در این زمینه با مبانی بانکداری اسلامی و حقوق شرعی و قانون سپرده‌گذاران و سهامداران بانک‌ها چندان سازگاری ندارد و اختیارات قانونی بانک‌ها برای به کارگیری سپرده‌های مردم را محدود می‌سازد و در مرحله اجرا نیز غالباً منتهی به ایجاد نوعی رانت تسهیلاتی خواهد شد. بنابراین بهتر است که استفاده از پدیده «تسهیلات تکلیفی» برای پیشبرد برنامه‌های اقتصادی و فرهنگی دولت محدود به موارد بسیار حساس و ضروری شود و به حداقل کاهش یابد. به جای آن می‌توان پرداخت تسهیلات در شبکه بانکی کشور را ساماندهی و مدیریت کرد و به شورای پول و اعتبار و همچنین بانک مرکزی ماموریت داد که با توجه به وضعیت اقتصادی جامعه سهم بخش‌های تولیدی، کشاورزی، صنعتی و خدماتی را برنامهریزی و مدیریت نمایند و سهم هر بخش از منابع بانکی را مشخص کنند. پرداخت تسهیلات بانکی برای توسعه اقتصادی، رفاه عمومی و رفع مشکلات مالی واحدهای تولیدی بایستی سرلوحه فعالیت بانک‌ها و موسسات اعتباری قرار گیرد، اما دستیابی بدین هدف بایستی با زیان سپرده‌گذاران بانک‌ها همراه باشد. کسر و کمبود اعتبارات دولتی را نباید از محل سپرده‌های بانکی مردم تامین و به صورت «تسهیلات تکلیفی» پرداخت کرد.

اعتبارسنجی مناسب و احراز اطمینان از بازگشت اصل و سود تسهیلات تخصصی می‌یابد و پرداخت می‌شود. لذا بانک پرداخت‌کننده تسهیلات معمولاً توجه کافی به گرفتن وثایق مطمئن در اینگونه تسهیلات ندارد، زیرا چندان امیدی به بازگشت «تسهیلات تکلیفی» پرداخت شده ندارد. است و مطالبات معوق مربوط به اینگونه تسهیلات عمدتاً رقم بالایی در شبکه بانکی به خود اختصاص می‌دهد. به گفته جناب آقای مظاهری، رئیس کل اسبق بانک مرکزی، «دولت‌ها برای تامین نیازهای خود ارائه این «تسهیلات تکلیفی» را به بانک‌ها تحمیل می‌کنند و این مشکلات زیادی را برای بانک‌ها ایجاد می‌کند، چراکه اکثر تصمیمات در زمینه ارائه «تسهیلات تکلیفی» به مبنای نگاه اقتصادی نیست، بلکه سیاسی است و اکثر این تسهیلات به بانک‌ها بازگشت داده نمی‌شود و آنها را به سمت قهقرا سوق می‌دهد.» هر چند رویکرد مجلس در تعیین «تسهیلات تکلیفی»، کمک به اقسشار خاص جامعه و کمک به توسعه صنعتی و ایجاد اشتغال مولد است که در عمل نوعی تضاد با وظایف و ماموریت‌های قانونی بانک مرکزی برای مدیریت نقدینگی و افزایش قدرت پایه پولی کشور است.



اما در سوی مقابل، موافقان «تسهیلات تکلیفی» اعتقاد دارند در «تسهیلات تکلیفی» بخشی از منابع بانکی با نرخ متناسب در اختیار گروه‌های هدف قرار می‌گیرد و صرف ایجاد اشتغال و توسعه پایدار و ایجاد تحولات فرهنگی در جامعه خواهد شد. به عقیده آنها، «تسهیلات تکلیفی» در صورتی که براساس یک رویکرد مثبت منتهی به رفع مشکلات مالی واحدهای اقتصادی شود که به دلیل موجبه متوقف شده‌اند و امکان مالی لازم برای ورود به بازار کار را ندارند، می‌تواند به عنوان یک سیاست موثر و کارآمد محسوب شود. به هر حال، نکته اساسی در مورد «تسهیلات تکلیفی» آن است که تخصیص منابع در «تسهیلات تکلیفی» بنا به اراده و تصمیم بانک مرکزی یا بانک‌های تسهیلات‌دهنده صورت نمی‌گیرد، بلکه شبکه بانکی کشور در مقوله «تسهیلات تکلیفی» فقط مجری تصمیمات مجلس شورای اسلامی است. به دلیل همین اشکالات ساختاری «تسهیلات تکلیفی» است که بند ۳ قسمت «ح» ماده ۱۰ قانون برنامه چهارم توسعه مقرر کرده بود: «افزایش در مانده تسهیلات تکلیفی بانک‌ها طی سال‌های برنامه چهارم به طور متوسط سالانه ۲۰ درصد نسبت به رقم مصوب سال ۱۳۸۳ کاهش می‌یابد»، اما این قانون چندان که باید و شاید رعایت نشد و پرداخت «تسهیلات تکلیفی» در قوانین بودجه سالانه ادامه یافت. در اینجا به نمونه‌هایی از «تسهیلات تکلیفی» در تبصره ۱۶ قانون بودجه سال ۱۳۹۹ اشاره می‌شود:

الف- «به‌منظور حمایت از ازدواج جوانان، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران موظف است از محل پس‌انداز و جاری قرض‌الحسنه نظام بانکی،

افت‌وخیز ۲ میلیون تومانی سکه در یک هفته

بازار سکه سخته کرد

دلار ثبت کرد است. به گفته ابراهیم محمدولی، علاوه بر افزایش قیمت اونس جهانی و همزمان با نوسان نرخ ارز در این هفته، قیمت طلا و سکه هم با افت و خیز فراوانی همراه شد؛ به طوری که هر قطعه سکه طلا در هفته‌ای که گذشت، بیش از ۲میلیون تومان در نوسان بود. در حالی که در ابتدای هفته بهای سکه تمام بهار آزادی (در روز شنبه) به ۱۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان هم رسید، در طول هفته تا ۱۵ میلیون تومان هم پیش رفت و در پایان هفته بر روی رقم ۱۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان آرام گرفت. در مجموع قیمت هر قطعه سکه در پایان هفته نسبت به ابتدای هفته، ۴۰۰ تومان افزایش داشت.

اما در حالی ربع سکه ۲۵۰ هزار تومان و سکه‌های یک گرمی نیز ۱۰۰ هزار تومان رشد یافت که نیم سکه برخلاف سایر قطعات سکه، در طول هفته ۱۰۰ هزار تومان کاهش یافت. در حال حاضر هر قطعه سکه تمام بهار آزادی یک میلیون تومان حباب دارد که نشان می‌دهد نسبت

شیب ریزش قیمت نفت تند تر شد

به گفته جفری هالی، تحلیلگر ارشد بازار در شرکت OANDA، گسترش همه گیری ویروس کرونا در اروپا و آمریکا احتمالاً به مصرف سوخت آسیب خواهد زد. هیچ شواهدی هم از اقدام اوپک پلاس برای معکوس کردن برنامه افزایش تولید از ژانویه وجود ندارد. عدم توازن میان عرضه و تقاضا مانع رشد قیمتی شد که نفت پیش از انتخابات داشت. کمیسیون اتحادیه اروپا در پیش بینی رشد اقتصادی بازبینی و اعلام کرد اقتصاد این بلوک تا سال ۲۰۲۳ به سطح پیش از شیوع همه گیری بازخواهد گشت.

در این بین، شمار آرای انتخابات ریاست جمهوری آمریکا ادامه دارد و نتایج نشان می دهد جمهوری خواهان احتمالاً کنترل سنا را در دست خواهند داشت؛ در حالی که انتظار می رود دموکرات‌ها برتری اندکی در کنگره داشته باشند و به این ترتیب امیدها برای تصویب بسته محرک مالی بزرگ در این کشور ضعیف شده و به کاهش قیمتهای نفت کمک کرده است.

دونالد ترامپ، رییس جمهور آمریکا در ساعات پایانی روز پنجشنبه

نماگر بازار سهام



یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

ورود شرکت‌های بورسی به محدوده جذاب قیمتی

یک کارشناس بازار سرمایه گفت اکنون بورس به محدوده‌ای جذاب برای ورود افرادی رسیده است که نقدینگی‌های در اختیار خود را همچنان وارد هیچ بازاری برای سرمایه‌گذاری نکرده‌اند و اکنون می‌توانند متناسب با ریسک‌پذیری که دارند، سرمایه‌های خود را وارد این بازار کنند.

هومین عمیدی در گفت و گو با ایرنا، به روند معاملات بورس در هفته گذشته اشاره کرد و افزود: بازار سرمایه در هفته‌ای که گذشت، متناسب با ریزش‌ها در مورد سرنوشت سیاسی ریاست جمهوری در کشور آمریکا دچار افت و نوسان شد اما معاملات این بازار روز چهارشنبه در مسیر رشد قرار گرفت.

این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: به نظر می‌رسد صرف‌نظر از دلایل متعدد مطرح شده در مورد ریزش بازار، قیمت سهام به محدوده‌ای جذاب برای ورود افرادی رسیده است که نقدینگی‌های در اختیار خود را همچنان وارد هیچ بازاری برای سرمایه‌گذاری نکرده‌اند. آنها اکنون می‌توانند متناسب با ریسک‌پذیری که دارند سرمایه‌های خود را وارد این بازار کنند.

عمیدی با بیان اینکه با توجه به نوسان قیمت دلار در محدوده ۲۵ تا ۳۰ هزار تومان، می‌توان شرایط را برای رشد ۱۰ تا ۲۰ درصدی بازار سهام، مناسب اعلام کرد، اظهار داشت: با توجه به تحولات مربوط به سیاست‌های خارجی، احتمال بهبود شرایط و حتی بازگشت آمریکا به برجام وجود دارد.

وی با بیان اینکه در چنین شرایطی در بازارهای موازی مانند مسکن، افزایش قیمت‌ها به اوج رسیده است، افزود: به نظر می‌رسد فقط بازار سرمایه در قیمت و حجم معاملات دچار نوسان و افت شده باشد، به همین دلیل در نمادهای موثر بر شاخص بورس باید به مرور شاهد اجماع سهامداران حقوقی و حقیقی برای حمایت از این نمادهای شاخص‌ساز باشیم.

عمیدی بر احتمال اقبال سهامداران به سمت بازار سرمایه تاکید کرد و گفت: ممکن است گزارش‌های مناسب ارائه شده از سوی شرکت‌ها و تایید آن توسط حسابرسان در گزارش ۶ ماهه نخست سال بتواند تا حدودی اطمینان به خرید را در بین فعالان بازار ایجاد کند.

به گفته این کارشناس بازار سرمایه، مسئله اصلی بازار سرمایه، عدم ثبات در روندهای صعودی بازار است که به صورت کوتاه‌مدت و گذرا رخ می‌دهد و در ادامه، اصلاح‌های عمیق ایجاد شده در بازار زمینه افت سنگین شاخص بورس فراهم شد.

وی یادآور شد: طبق دستورالعمل‌های نظارتی، ایجاد هیجان‌های کاذب منفی و همچنین ایجاد صف‌های فروش‌های سنگین به منظور افت قیمت سهام ممنوع اعلام شده است و با متخلفان برخورد خواهد شد.

این کارشناس بازار سرمایه افزود: در این زمینه، باید منتظر ماند و مشاهده کرد که قرار است تا چه میزان با این حجم از تخلف‌ها که در بازار هم، کم نیستند برخورد محکم و مقتدرانه صورت می‌گیرد.

عمیدی با اشاره به اینکه مسئله قانون‌مند شدن عرضه‌ها در بورس کالا و پرهیز از رانت برای عده‌ای خاص و سودجو از نکات مثبت بازار تلقی می‌شوند که باید آنها را مورد توجه قرار داد، گفت: با توجه به سطح عمومی تورم، ممکن است شاهد افزایش نرخ‌هایی در اکثر صنایع باشیم که از زمان اجرا شدن تا دیده شدن اثر آنها در صورت‌های مالی به سه تا شش ماه زمان نیاز است، بنابراین، این تاثیر در صورت‌های مالی سال آینده به چشم خواهد خورد.

این کارشناس بازار سرمایه اظهار داشت: الزام اعلام پیش‌بینی سود شرکت‌ها برای سال مالی پیش‌رو از پیشنهاد‌های مثبت و کمک‌کننده به شفافیت در صورت‌های مالی شرکت‌ها و ارزش‌گذاری سهام تلقی می‌شود که این امر نیز باید مورد مطالعه کلیه فعالان بازار سرمایه قرار گیرد.

کدام کارگزاری‌ها رکورددار بیشترین معاملات در مهرماه بودند؟

کارنامه کارگزاری‌ها در اولین ماه پاییز



این امر سبب شد تا خرید و فروش‌ها در کارگزاری‌ها نیز نسبت به ماه قبل یعنی شهریورماه با روندی نزولی همراه شود. در نهایت نیز مبادلات ۳۸۱ هزار میلیارد تومانی در کارنامه مهرماه کارگزاری‌های ثبت شد. به این ترتیب برآیند ۷ ماه مزیور، خرید و فروش ۳۳۴۵ هزار میلیارد تومانی را برای این نهاد‌های مالی به دنبال داشت.

جزییات خرید و فروش‌های ثبت شده توسط این نهاد‌های مالی در مهرماه امسال نشان می‌دهد که در مجموع ۳۸۱ هزار میلیارد تومانی معامله توسط ۱۱۰ کارگزاری فعال در بازار سرمایه شکل گرفته است. در این میان بیش از ۲۷۸ هزار میلیارد تومانی از این رقم یعنی بالغ بر ۷۳ درصد از کل دادوستدها در اختیار مبادلات آنلاین بوده است.

همچنین بیش از ۱۰۱ هزار میلیارد تومان دیگر نیز حجم معاملات عادی در خرید و فروش سهام در این نهاد‌های مالی بوده است. همچنین بررسی عملکرد این کارگزاری‌ها به تفکیک فعالیت در انواع اوراق و بازار نشان می‌دهد که این نهاد‌های مالی در ماه گذشته درآمدی در حدود ۴ هزار میلیارد تومان در خرید و فروش اوراق در بازار بدهی داشته‌اند. همچنین در بخش بازار اوراق مشتقه نیز معاملات این نهاد‌های مالی به بیش از ۳۲۴ میلیارد تومان رسیده است.

همین راسا ۴۵۸ هزار میلیارد تومان از خرید و فروش کارگزاری‌ها در ماه گذشته مربوط به معاملات صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس بوده است. ارزیابی روند بیشترین خرید و فروش‌های صورت گرفته در این ۱۱۰ کارگزاری، نشان می‌دهد که در صد بالایی از خرید و فروش‌ها تنها در انحصار چند کارگزاری بود، به‌طوری‌که کارگزاری مفید به تنهایی ۲۲ درصد از کل خرید و فروش‌های ثبت شده را در مهرماه به خود اختصاص داد و معاملات این کارگزاری به حدود ۸۳ هزار میلیارد تومان رسید. همچنین این کارگزاری بیشترین فعالیت را

فرصت امروز: شرکت‌های کارگزاری فعال در بازار سرمایه خرید و فروشی بالغ بر ۳۸۱ هزار میلیارد تومان را در کارنامه مهرماه خود ثبت کردند. این عملکرد سبب شد تا این نهاد‌های مالی در ۷ ماهه نخست امسال خرید و فروش ۳۳۴۵ هزار میلیارد تومانی سرمایه‌گذاران را در اوراق بهادار شاهد باشند.

بررسی دقیق‌تر عملکرد کارگزاری‌های بازار سرمایه در این دوره هفت ماهه نشان می‌دهد شرکت‌های کارگزاری در نخستین ماه سال ۹۹ خرید و فروش ۲۰۲ هزار میلیارد تومانی را ثبت کردند. این روند در اردیبهشت ماه امسال به ۴۹۷ هزار میلیارد تومان رسید و خردادماه نیز با خرید و فروش ۳۳۳ هزار میلیارد تومانی این نهاد‌های مالی سپری شد.

در حالی نخستین ماه تابستان، خرید و فروش ۷۷۲ هزار میلیارد تومانی در کارنامه کارگزاری‌ها ثبت شد که این میزان معاملات، رکورد تاریخی فعالیت این نهاد‌های مالی در بازار سرمایه بود؛ به طوری که تا قبل از این تاریخ، چنین میزان خرید و فروش اوراق بهادار را در بازار سهام را شاهد نبودیم. این در حالی است که با بروز نشانه‌های عقب‌نشینی بازار سهام از روند صعودی در میانه مردادماه، کارگزاری‌ها نیز معاملات کمتری را نسبت به تیرماه تجربه کردند، به طوری که در نهایت کارنامه خرید و فروش کارگزاری‌ها در مردادماه با ۶۸۶ هزار میلیارد تومان بسته شد. در ادامه این روند نیز کاهش معاملات در بازار سهام و بالطبع در کارنامه کارگزاری‌ها نقش بسزای داشت. در نهایت این نهاد‌های مالی طی شهریورماه خرید و فروش بیش از ۴۳۳ هزار میلیارد تومانی سرمایه‌گذاران را در کارنامه خود ثبت کردند.

در نخستین ماه پاییز نیز شاهد کاهش قابل توجه نماگرهای اصلی بازار سهام و ایجاد یک رکود نسبی در معاملات بورس و فرابورس بودیم.

رشد کم‌رنگ شاخص بورس در هفته‌ای که گذشت

برندگان و بازندگان هفتگی بورس

بورس تهران پس از دو هفته کاهش قیمت‌ها سرانجام هفته گذشته را با رشد به پایان رساند و نماگر بازار سهام با افزایش ۰.۱۷ درصدی به محدوده یک میلیون و ۲۹۰ هزار واحد بازگشت.

به گزارش سنسنا، نگاهی به عملکرد صنایع بورسی نشان می‌دهد در هفته که گذشت از ۳۸ گروه سهامی، ۱۴ صنعت شاهد رشد میانگین قیمت سهام زیرمجموعه خود بودند و در مقابل ۲۳ صنعت نیز با افت شاخص صنعت خود مواجه شدند. در این میان بیشترین درصد رشد از آن گروه استخراج زغال سنگ با تک نماد «کطبس» شد. این سهم در معاملات هفتگی خود با رشد قیمت ۱۰.۹ درصدی همراه شد.

«کطبس» در تمامی روزهای کاری هفته گذشته سبزیپوش بود و در سه روز پایانی حتی با صف خرید همراه شد اما آنچنان که باید از پس پرکردن حجم مینا و رساندن قیمت پایانی به سقف روزانه برنیامد.

گروه دیگری که در این هفته سبزیپوش بود، گروه کاشی و سرامیک بود که شاهد افزایش ۹.۷ درصدی میانگین قیمت سهام زیرمجموعه خود بود. این گروه در دوره اصلاح بورس تهران نیز تا حدودی از افت قیمت در امان مانده بود. نکته قابل توجه بازگشت نمادهای فلزی-معدنی‌ها به جمع سهام سبزیپوش بورس تهران بود. در این راستا در هفته منتهی به ۱۴ آبان‌ماه، صنعت کانه‌های فلزی با رشد ۶.۲ درصدی و فلزات اساسی با افزایش ۴.۲ درصدی شاخص همراه شدند. گروه چندرشته‌ای صنعتی نیز در غیاب «شستا» شاهد افزایش ۱.۸ درصدی قیمت سهام زیرمجموعه خود بود.

در آن سوی بازار گروه وسایل ارتباطی با افت ۴۹.۳ درصدی، در قعر جدول بازدی هفتگی قرار گرفت. این گروه از تک سهم «پارس» تشکیل شده است، «پارس» پس از افشای اطلاعات بااهمیت گروه الف افزایش ۲۰ درصدی نرخ فروش محصولات در روز سه‌شنبه ۶ آبان با توقف نماد معاملاتی خود مواجه شد و در دو بار بازگشایی کشف قیمت نشد. در بار سوم بازگشایی اما با افت ۴۹ درصدی مواجه شد و این معاملات مورد تایید ناظر بازار قرار گرفت. همین امر سبب شد تا گروه وسایل ارتباطی در هفته گذشته پریزبان‌ترین صنعت بورسی نام گیرد. پس از آن گروه حمل و نقل شاهد کاهش قیمت ۱۱ درصدی و انبوه‌سازی با افت ۸.۸ درصدی مواجه شد.

تولیدکنندگان روغن خوراکی که در هفته‌های گذشته با توجه به کمبود روغن خام با توقف فعالیت مواجه شده بودند این هفته با خبر پهلوگیری کشتی ۳۳ هزار تنی روغن خام خوراکی در بندرعباس مواجه شدند. محموله روغن این کشتی برای کارخانه‌های سراسر کشور فرستاده می‌شود. درخصوص تولیدکنندگان روغن موتور نیز در پایان هفته گذشته خبرهایی درخصوص افزایش قیمت روغن موتور به گوش می‌رسید که رئیس اتحادیه فروشندگان لاستیک و روغن موتور تهران گفت هنوز سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده آن را به طور رسمی اعلام نکرده است و ما منتظر تایید نهایی هستیم. با این حال برخی کارخانه‌ها از عرضه روغن موتور به بازار جلوگیری می‌کنند که علت آن هم افزایش قیمت احتمالی است، همین موضوع باعث کمبود روغن موتور در بازار شده است. قیمت مواد اولیه روغن‌های موتور نیز افزایش داشته است که همین عامل در افزایش قیمت این کالا موثر بوده است.

در گروه خودرو و ساخت قطعات، رسانه‌ها خبری درخصوص افزایش ۲۵ درصد نرخ تمام خودروها در شرکت ایران‌خودرو خبر دادند که

در حوزه معاملات آنلاین داشته است، به طوری که ۸۰.۸ هزار میلیارد تومان از خرید و فروش‌های کارگزاری مفید به صورت آنلاین بوده است. این عدد ۹۷ درصد از کل معاملات ماه گذشته کارگزاری مفید را تشکیل می‌دهد. در ادامه برترین کارگزاری‌ها در مهرماه، کارگزاری آگاه قرار گرفت. این کارگزاری در ماه گذشته دادوستد بیش از ۴۰.۸ هزار میلیارد تومانی را ثبت کرد. سهم این کارگزاری از کل مبادلات به بیش از ۱۰ درصد رسید. در ادامه نیز کارگزاری صبا تامین رتبه سوم را با خرید و فروش بیش از ۱۸ هزار میلیارد تومانی به خود اختصاص داد. البته ۶۵.۵ میلیارد تومان از این رقم بازارگردانی الگوریتمی این کارگزاری در بخش سهام تعلق داشت.

دو کارگزاری مبین سرمایه و فارابی نیز هر کدام معاملات در حدود ۱۱ تا ۱۳ هزار میلیارد تومانی را به خود اختصاص دادند. در این میان خرید و فروش ۱۳.۳ هزار میلیارد تومانی در کارنامه کارگزاری مبین سرمایه و ۱۱.۸ هزار میلیارد تومانی در کارنامه کارگزاری فارابی ثبت شد. کارگزاری بانک پاسارگاد نیز در حالی رتبه ششم را به خود اختصاص داد که معاملات بیش از ۹ هزار میلیارد تومانی را در ماه گذشته تجربه کرد.

کارگزاری‌های خبرگان سهام، حافظ، نهایت نگر، اقتصاد بیدار و صندوق سرمایه‌گذاری مشترک توسعه بازار نیز از دیگر کارگزاری‌های فعال در ماه گذشته که خرید و فروش بیش از ۵ هزار میلیارد تومانی را در کارنامه خود ثبت کردند. البته باید عنوان کرد که کارگزاری صندوق سرمایه‌گذاری مشترک توسعه بازار تنها در دو حوزه فعال بوده است؛ در حالی معاملات این کارگزاری به ۵.۹ هزار میلیارد تومان رسیده است که تنها ۵ میلیارد تومان از این رقم به معاملات بازار اوراق مشتقه تعلق داشته و مابقی خرید و فروش معمولی سهام بوده است.

(کوثر)، شرکت سرمایه‌گذاری سبحان (وسبحان)، توسعه و عمران امید (وامید)، سیمان تهران (ستران)، سیمرغ (سیمرغ)، بیمه معلم (ومعلم)، بانک کارآفرین (وکار)، گروه اقتصادی کرمان خودرو (خکرمان)، ایران ترانسفو (بترانس)، کشتیرانی ایران (حکشتی)، سیمان شرق (سشرق)، توسعه ساختمان (تاخت)، توکاریل (توریل)، کشاورزی و دامپروری ملارد شیر (ملارد)، عمران و توسعه شاهد (تعمر)، بیسکویت گرجی (غگرجی)، ویتانا (غویتا) ف صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس)، پالایش نفت لاوان (شساوان)، فرابورس ایران (فرابورس)، بورس اوراق بهادار تهران (بورس) و نیرو محرکه (حمرکه) از جمله نمادهای منفی معاملاتی در بازار بودند.

نوبت دوم

آگهی مزایده عمومی



شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان

شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان در نظر دارد فعالیتهای مشروحه ذیل را از طریق برگزاری مزایده عمومی به خریداران واجد شرایط واگذار نماید:

ردیف	موضوع	شماره مزایده
۱	فروش مقدار (۱۵۰,۰۰۰) لیتر روغن سوخته شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان	۹۹-۱
۲	مبلغ تضمین شرکت در مزایده: ۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال مدت زمان انجام کار: حداکثر ۷ روز کاری	(تجدید)

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه و مزایده فقط به دو صورت ضمانت بانکی یا واریز وجه نقد مورد قبول می باشد.

لذا کلیه خریدارانی که دارای تجربه، تخصص و تجهیزات لازم بوده؛ می توانند دو روز پس از تاریخ درج آگهی نوبت دوم در روزنامه جهت خرید اسناد مزایده به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند و جهت دریافت اسناد اقدام نمایند.

- خرید اسناد فقط از طریق سامانه ستاد میباشد. (www.setadiran.ir)

- آدرس دستگاه مزایده گزار: بندرعباس - بلوار جمهوری اسلامی - جنب شهرک مسکونی زیتون (نیروگاه قدیم) شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان تلفن: ۰۷۶۳۱۲۰۱۵۹۵ - ۰۷۶۳۱۲۰۱۵۲۵

- به پیشنهاد‌های فاقد امضا، مشروط، مخدوش و پیشنهادهای که بعد از انقضاء مدت مقرر در آگهی واصل می شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.



واکنش کشاورزان به ارائه کشاورز کارت

کشاورزان از ارائه کشاورز کارت برای خرید نهاده و کود استقبال چندانی نکرده و می‌گویند که این‌ کار تحمیل گرانفروشی به تولیدکننده بدون کاهش هزینه‌های تولید است.

به گزارش خبرنگار مهر، چند روز قبل وزیر جهاد کشاورزی از ارائه کشاورز کارت به تولیدکنندگان برای خرید نهاده و کود خبر داد و تاکید کرد که بانک کشاورزی و معاونت امور زراعت طراحی خوبی برای این کارت داشته‌اند تا کشاورزان بتوانند بدون دغدغه و بوروکراسی‌های معمولی بانک، سریعا به این منابع مالی دست یابند.

وی با بیان اینکه طرح کشاورز کارت یک اقدام بزرگ و ملی محسوب می‌شود و باید با جدیت آن را دنبال کنیم، تصریح کرد: با تاثیرگذاری که کود در تولیدات کشاورزی دارد در گام اول این محصول انتخاب شد و در گام دوم آفت‌کش‌ها هستند و ما از منابع مختلف اعتبارات لازم را برای آن تجهیز می‌کنیم.

به گفته خاوازی در گام اول، این کارت در اختیار کشاورزانی که گیاهان استراتژیک مانند گندم، جو و دانه‌های روغنی کشت می‌کنند، قرار می‌گیرد تا دغدغه‌ای برای خرید نهاده و کود نداشته باشند و بتوانند از این کارت استفاده کنند.

کشاورز را وادار می‌کنند نهاده گران بخرد، بدون اینکه هزینه تولید را کاهش دهند

با این حال کشاورزان و فعالان بخش خصوصی چندان از طرح جدید وزارت جهاد کشاورزی استقبال نکردند و به گفته آنان این طرح نمی‌تواند گره‌ای از مشکلات تولیدکنندگان باز کند. در همین زمینه محمد شفیع ملک‌زاده در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، در واکنش به صدور کشاورز کارت برای کشاورزان کشور، گفت: با این اقدام، فقط کشاورز را وادار کردیم تا به هر قیمتی اقدام به تولید کند، غافل از اینکه در کم کردن هزینه تمام‌شده تولید، هیچ حمایتی صورت نگرفته است.

وی ادامه داد: با این کار، خرید نهاده‌های گران قیمت را به کشاورز تحمیل و چیزی شبیه به نقش واسطه‌ها و دلالان سلف‌خر میادین تهرابر، کشاورزان زحمتکش را به بهانه تأمین نقدینگی وادار به خرید نهاده و ادامه تولید کردیم ضمن اینکه در پایان ۱۲درصد سود وام را هم به پای کشاورز می‌نویسیم. **مشکل اصلی کشاورزان بالابودن هزینه تولید است** این‌ فعال بخش خصوصی تصریح کرد: درست است که کشاورز مشکل نقدینگی دارد اما مشکل اساسی کشاورزان، بالابودن هزینه تولید است و با قیمت‌های خرید تضمینی اعلام شده از سوی دولت هیچ‌گونه همخوانی ندارد. اصلا ارزشی ندارد که به کشاورز پول بدهیم و مجبورش کنیم کود را به چندین برابر قیمت خریداری کند و بعد هم بدون در نظر گرفتن خسارات وارده به کشاورز (تفاوت بین قیمت تمام شده و فروش محصول) آن پول را با ۱۲درصد سود پس بگیریم. ملک‌زاده افزود: کشاورز کارت در صورتی ارزش دارد که از طریق آن مابه‌التفاوت قیمت کودهای حمایتی و آزاد به عنوان یارانه مستقیم تولید به کشاورز پرداخت شود و نهاده‌ها هم تک نرخی شوند تا هیچ‌گونه رانت و فسادی ایجاد نشود و البته کشاورزان نباید بازپرداختی داشته باشند.

وی تصریح کرد: در غیر این صورت شک نکنید با این اقدام وزارت جهاد کشاورزی هم اعتبار خود را نزد کشاورزان از دست خواهد داد. در شرایطی که قیمت یک کیسه کود از حدود ۸۰ هزار تومان به ۵۰۰ هزار تومان و حتی بیشتر از این رقم رسیده؛ با پرداخت ۲ میلیون تومانی برای هر هکتار آن هم با نرخ بهره ۱۲ درصد مشکلی از کشاورزان حل نمی‌شود. ملک‌زاده ادامه داد: ناگفته نماند که افزایش قیمت فقط مربوط به کودها نیست بلکه تمامی آیتیم‌های مربوط به تولید اعم از نرخ عملیات ماشین‌آلات کشاورزی، دستمزد کارگر و هزینه‌های نیروی انسانی، نهاده‌ها (بذر، سم، کود و…) هزینه حمل و نقل، خدمات و… افزایش چند درصدی داشته و قیمت تمام شده محصول را به شدت افزایش داده است. وی افزود: بخش کشاورزی و کشاورزان، تأمین کننده غذای مردم کشور هستند و در همه جای دنیا از حمایت‌های خاص و یارانه‌های اساسی برخوردارند چرا که اگر چرخ تولیدات کشاورزی نچرخد علاوه بر تهدید استقلال ملی، حدود یک سوم تولید ناخالص داخلی کشور هم به خطر می‌افتد و مشاغل فراوانی دچار رکود می‌شوند. یعنی در حقیقت حمایت از بخش کشاورزی نوعی سرمایه‌گذاری ملی است. ملک‌زاده اضافه کرد: از طرفی با توجه به تجارب موفق کشورهای مختلف دنیا بهترین روش پرداخت تسهیلات در بخش کشاورزی، تأمین مالی زنجیره تولید و ارزش کشاورزی است و مطمئنا با این روش، منافع بانک‌ها هم به بهترین نحو ممکن حفظ و حراست می‌شود و تغییر واقعی در فضای کسب و کار کشاورزی به وجود می‌آید.

این فعال بخش خصوصی گفت: با توجه به اینکه حدود ۸۰ درصد کشاورزی ما از نوع خرده مالکی و معیشتی است بنابراین از جایگاه تشکل‌های واقعی و نظام بهره‌برداری جمعی نظیر تعاونی‌های تولید که می‌توانند در مدیریت یکپارچه و همچنین تولید هدفمند و بازار محور نقش‌آفرینی کنند، نباید غافل شد. اصولاً بخش کشاورزی تنها در سایه توجه به توسعه و تقویت زنجیره ارزش به پایداری و ثبات می‌رسد و تأمین مالی زنجیره یکی از اساسی‌ترین اقدامات مدیریت کلان کشاورزی است. حتی نیازهای منفرقه کشاورزان هم از همین طریق به آسانی قابل رفع شدن است.

ملک‌زاده ادامه داد: در هر صورت باز هم مانند همیشه به وزارت جهادکشاورزی توصیه می‌کنیم برای بهبود روش‌های مدیریتی و اتخاذ تصمیمات مهم و مؤثر در بخش کشاورزی، بهترین راهبرد، دخیل کردن صاحبان اصلی کشاورزی یعنی کشاورزان و نمایندگان آنها در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌های مهم و اساسی بخش کشاورزی است.

توضیحات گمرک درباره مجوز واردات با ارز متقاضی



آبان‌ماه ۹۹ است، پس از ثبت سفارش و ارائه مدارک و مستندات منشأ ارز خود و تایید بانک مرکزی، بتوانند در کمترین زمان ممکن نسبت به دریافت کد رهگیری اعلامیه تأمین ارز و در پی آن، ترخیص کالاهای

خرید و فروش به صفر رسید

بازار لوازم خانگی مترصد ریزش قیمت

متوسط به حدود ۱۳۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان بدون احتساب کالاها و لوازم غیرضروری نیاز است که به حتم بسیاری از خانواده‌ها قادر به تأمین چنین هزینه‌ای نیستند.

قیمت لوازم ضروری جهیزیه در بازار

ارزان‌ترین یخچال بازار مدل فریزر بالا اکنون از ۶میلیون تومان آغاز تا ۱۹میلیون و ۲۰۰هزار تومان قیمت دارد؛ همچنین یخچال فریزر مدل فریزر پایین نیز از ۹میلیون و ۳۰۰هزار تومان شروع و به ۲۳میلیون و ۵۰۰هزار تومان ختم می‌شود.

حداقل قیمت تلویزیون ۳۲ اینچ نیز ۵میلیون ۹۰۰ است و تا بیش از ۱۰۰میلیون تومان هم می‌رسد. قیمت ماشین لباسشویی نیز حداقل از ۹میلیون و ۷۰۰هزار تومان شروع و تا حدود ۳۰میلیون تومان می‌رسد. اجاق گاز مبله هم حداقل از ۵میلیون تومان شروع می‌شود به شرط آنکه در بازار پیدا شود. قیمت این کالا تا ۱۴ میلیون تومان متغیر است. قیمت اجاق گاز رومیزی هم از یک میلیون و ۹۰۰هزار تومان آغاز می‌شود و تا بیش از ۱۲میلیون تومان می‌رسد.

برای خرید اتو نیز حداقل باید ۴۷هزار تومان و حداکثر ۲میلیون ۵۰۰ و ۶۵۰ هزار تومان هزینه کرد. جاروبرقی نیز از حداقل یک میلیون و ۲۵۰هزار تومان و حداکثر ۹میلیون و ۲۰۰هزار تومان به فروش می‌رسد.

مبلمان حداقل ۸میلیون تومان، کالای خواب حداقل ۴ میلیون تومان، ظروف آشپزخانه حداقل ۲میلیون و ۵۰۰هزار تومان، دو تخته فرش از ۵ تا بیش از ۱۰میلیون تومان، سایر کالاهای موردنیاز حداقل ۳میلیون تومان.

سفیران نوآوری به کمک رفع نیازهای کشور می‌آیند

انقاعاد ۱۶۰ میلیارد قرارداد میان استارت‌آپ‌ها و صنعت

صفرنواده رویداد بوت کمپ را نه یک رویداد عام‌المنفعه بلکه راهی برای درآمدزایی تیم‌های فناور دانست و افزود: زمانی که دانشجویان طی این فرایند ارتباطات خود را با جامعه پیدا کنند، می‌توانند منبعی برای کسب درآمد بیابند که این امر علاوه بر آنکه در بهبود اشتغال‌زایی دانش آموختگان دانشگاهی کمک خواهد کرد، انگیزه‌های جدی‌تری در حوزه توسعه کسب و کار ایجاد می‌کند.

موفقیت تیم‌های فناور در ارتباط با بخش‌های صنعتی

مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان با اشاره به اقدامات این شرکت در دیامند تیم‌های فناور در ایجاد ارتباط با صنایع، خاطرنشان کرد: در سال گذشته حدود ۱۶۰ میلیارد تومان قرارداد میان تیم‌های استارت‌آپی با صنایع منعقد شد.

وی به بیان رویکرد بخش‌های مختلف صنعتی در زمینه ارتباط با تیم‌های فناور با بیسان اینکه صنایع مانند حوزه نفتنی رویکرد مثبتی برای همکاری با این تیم‌ها ندارند، یادآور شد: از این رو ما به صورت گسترده‌تر فعالیت خود را ادامه دادیم و اقدام به بررسی نیازهای شهری کردیم.

رویداد بوت کمپ

صفرنواده با اشاره به جزئیات برگزاری رویداد بوت کمپ، گفت: ما با انتشار فراخوانی، دانشجویان علاقه‌مند را ثبت نام کردیم و این رویداد به صورت مجازی طی ۶ کارگاهی که برگزار می‌شود، شرکت‌کنندگان با روش‌های مختلف توسعه کسب و کارهای مبتنی بر دانش آشنا می‌شوند. وی برگزاری نمایشگاهی از دستاوردهای فناورانه را از دیگر بخش‌های این رویداد نام برد و یادآور شد: بازدید از این نمایشگاه برای افراد محدودی است.

این محقق با ابراز امیدواری از اینکه در اولین رویداد بوت کمپ دستاوردهای خوبی در حوزه توسعه کسب و کارهای دانش‌بنیان حاصل شود، رویکرد ما در برگزاری این رویداد تنها تربیت یکسری آدم نیست بلکه در مجموعه ما با این تیم‌ها همکاری خواهد کرد و یا با آنها قرارداد منعقد خواهد شد تا آنها بتوانند ایده‌های خود را پرورش دهند و پروژه‌های مهمی را با آنها اجرایی کنیم.

صفرنواده درخصوص نحوه ارتباط تیم‌های استارت‌آپی با بخش‌های

خود از گمرکات کشور اقدام کنند.

وی درباره اینکه «از ابتدای سال تا پایان مهرماه، این بانک حدود ۲۰ میلیارد دلار کد رهگیری اعلامیه تأمین ارز صادر کرده که به موجب اطلاعات و آمار تاکنون حدود یک میلیارد دلار از موارد فوق در گمرک اظهار نشده است»، تصریح کرد: با وجود اینکه براساس مواد ۳۸ و ۳۹ قانون امور گمرکی، وظیفه گمرک از زمان اظهار کالا به این سازمان آغاز می‌شود، اما درخواست می‌شود بانک مرکزی نسبت به ارائه فهرست این کالاها به گمرک ایران اقدام کند تا پیگیری لازم از سوی این سازمان و الزام صاحبان کالا برای اظهار کالاها به گمرک انجام شود. رونقی ادامه داد: اگر چنین فهرستی موجود باشد که صاحبان کالا با وجود داشتن کد رهگیری بانک نسبت به اظهار کالاهای خود به گمرک اقدام نکرده‌اند، هم مراجع تحویل‌گیرنده کالا باید به سرعت نسبت به اجرای مقررات متروکه اقدام کنند و هم، این اقدام صاحبان کالا از مصادیق احتکار کالا شمرده می‌شود که باید برخورد قانونی فوری از سوی مراجع ذی‌ربط با این اشخاص انجام شود.

وی همچنین درباره اینکه «بیش از ۲۵۰ میلیون دلار کالا با وجود اظهار کالا در گمرک، منجر به ترخیص کالا نشده است» از بانک مرکزی خواست تا این فهرست روز شنبه در اختیار گمرک قرار گیرد تا اگر صاحبان کالا نسبت به ترخیص کالاهای خود با وجود صدور کد رهگیری بانک مرکزی اقدام نکرده باشند، علاوه بر اجرای فوری مقررات متروکه، از ارائه هرگونه تسهیلاتی به این افراد از سوی گمرک خودداری شود؛ مگر اینکه کدهای رهگیری بانک مرکزی طی چند روز اخیر صادر شده باشد که باید فرصت لازم چند روزه در اختیار صاحبان کالا برای ترخیص کالاهای خود داده شود.

خرید و فروش به صفر رسید

بازار لوازم خانگی مترصد ریزش قیمت

بررسی‌ها نشان می‌دهد بسیاری از خانواده ناتوان از خرید جهیزیه و تهیه خانه برای دختران و پسران جوان شده و نمی‌دانند چه کنند. هرچند کرونا سبب شده تا مراسم عروسی زوج‌های جوان برگزار نشود، اما سنت خرید جهیزیه همچنان پابرجا مانده است و به جرأت می‌توان گفت وام ازدواج تنها می‌تواند هزینه خرید جهیزیه و کالاهای ایرانی را پوشش دهد و به حتم جوانان برای تهیه مسکن و رهن خانه که در ماه‌های گذشته جهش چشمگیری داشته با مصائب فراوانی مواجه می‌شوند.

بازار در حال چرخش است

فعالان بازار لوازم خانگی اما از توقف معاملات از روز چهارشنبه می‌گویند و در پاسخ به سئوالات متعدد خبرنگار خبرآنلاین درباره پیش‌بینی بازارها می‌گویند: با کاهش قیمت دلار و سیگنال‌های مثبتی که به بازار ارز رسیده است، بی‌تردید قیمت لوازم خانگی نیز به تدریج کاهش می‌یابد و همین انقباض می‌تواند کاهش هزینه خرید جهیزیه را در پی داشته باشد .

فعالان این بازار می‌گویند امسال خیری از کسانی که برای تبدیل به احسن لوازم خانگی غالباً دست به خرید می‌زنند نبود و تنها کسانی که زندگی تشکیل می‌دهند با کسانی که واقعا به وسیله‌ای به واسطه خرابی نیاز دارند، در بازار حضور داشتند .

گزارش‌های رسیده حاکی از آن است که تقاضا برای قطعات لوازم خانگی و تعمیر در سال جاری به واسطه رشد قیمت‌ها افزایش چشمگیری یافته است. بازار لوازم خانگی در دو سال اخیر با افزایش قابل توجه قیمت روبرو شد و همین امر به رکود این بازار دامن زد.

صنعتی در این رویداد، توضیح داد: در گام اول ما نیازهای صنعتی را شناسایی و بعد با شناسایی توانمندی تیم‌های استارت‌آپی این دو طرف را به یکدیگر معرفی خواهیم کرد و در صورت توافق طرفین، تفاهم‌نامه منعقد خواهد شد و پس از برگزاری جلسات فنی، اگر توانمندی‌های تیم‌ها با نیازهای صنایع منطبق باشد، با حمایت صندوق نوآوری و شکوفایی تفاهم‌نامه تبدیل به قرارداد خواهد شد.

مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان ارائه تسهیلات لیزینگ و سرمایه در گردش را از جمله حمایت صندوق نوآوری از تیم‌های تحقیقاتی ذکر کرد و یادآور شد: این رویداد از شنبه افتتاح خواهد شد و به مدت یک ماه ادامه دارد. بازدیدیه مجازی از صنایع، ارائه آموزش و انجام کار عملی از جمله برنامه‌های این رویداد است.

به گزارش ایسنا، بوت‌کمپ مجازی با هدف تقویت تعامل موثر بین دانشگاه و جامعه از سوی یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان و با همکاری پارک علم و فناوری دانشگاه شهید بهشتی برگزار می‌شود و در این طرح ۳۰ سفیر نوآوری منتخب و توانمند خواهند شد تا زمینه حل مسائل جامعه را با نظر به ظرفیت‌های علمی دانشگاه فراهم آورند. از جمله مزایای ۳۰ منتخب برتر این رویداد، انتخاب آنها به عنوان سفیر نوآوری است.

این شرکت دانش‌بنیان از سال ۱۳۸۸ در حوزه نوآوری صنعت فولاد فعالیت خود را آغاز کرد و با توسعه، در دانشگاه‌های علم و صنعت، تهران، صنعتی امیرکبیر و شهید بهشتی فضای کار و مرکز نوآوری راه‌اندازی کرده است و هر کدام از این مراکز نوآوری در صورت تخصصی در یک حوزه فعال شده است، به گونه‌ای که در دانشگاه علم و صنعت مرکز نوآوری فولاد، امیرکبیر مرکز نوآوری نفت و در شهید بهشتی در حوزه هنر و علوم انسانی راه‌اندازی شده و در دانشگاه تهران به صورت جامع فعال است.

علاوه بر آن، این شرکت یک مرکز نوآوری در اتقاق بازرگانی با توسعه صادرات راه‌اندازی کرده است تا از این طریق به استارت‌آپ‌ها و شرکت‌هایی که می‌توانند در بازارهای منطقه چون کشورهای عضو اگو حضور داشته باشند با کمک اتاق بازرگانی، در زمینه توسعه صادرات به آنها کمک کند.

اخبار

با هدف ایجاد فرصت شغلی و صرفه‌جویی ارزی انجام می‌شود

حمایت مجلس از طرح‌های بومی ایران خودرو

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت مجلس شورای اسلامی از طرح‌های بومی‌سازی ایران خودرو با هدف کاهش وابستگی، ایجاد فرصت شغلی و صرفه‌جویی ارزی حمایت می‌کند. به گزارش خبرنگارانین، سید جواد حسینی کیا با بیان این مطلب اظهار کرد: از طرح‌های بومی‌سازی ایران خودرو به ویژه تولید محصولات براساس ذائقه مصرف‌کنندگان با قوای محرکه جدید با هدف کاهش وابستگی، ایجاد فرصت شغلی و صرفه‌جویی ارزی از سوی مجلس حمایت می‌شود. وی خاطر نشان کرد: طراحی و تولید نخستین گیربکس شش دنده با دانش فنی بومی در شرایط سخت تحریمی گامی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی است و اقدامی نوآورانه در صنعت خودروی کشور محسوب می‌شود. وی افزود: با روحیه نوآوری و خلاقیت موجود در ایران خودرو و نهادهینه شدن نهضت داخلی‌سازی قطعات، تحریم‌ها هیچ اثری در صنعت خودروی کشور ندارد. وی بیان کرد: حمایت از تولیدکنندگان داخلی در طول چندین سال جهت تولید برای بومی سازی تولید، توسعه صادرات و استفاده از توان شرکت‌های دانش‌بنیان در اولویت مجلس قرار دارد . نماینده مردم سنقر و کلیان در مجلس شورای اسلامی تاکید کرد: صنعت قطعه‌سازی کشور رشد مناسبی داشته به طوری که تولید قطعات حساس و استراتژیک در داخل کشور همگام با تکنولوژی برتر روز دنیا را می‌توان نشانه پیشرفت صنعت قطعه‌سازی به شمار آورد. حسینی کیا گفت: خودروسازان باید با تولید پلنفرهای خودرو روز دنیا با همراهی قطعه‌سازان، انتظارات مردم را برآورده سازند. وی در پایان خاطر نشان کرد: صنعت قطعه‌سازی به واسطه تاکید بر تولید داخلی در سال جهش تولید باعث اشتغال هزاران نفر در شرایط نابسامان اقتصادی حال حاضر شده و این از برکت خودباوری و تعهد در کشور است.

دبیر انجمن قطعه‌سازان در گفت‌وگو با مهر:

هنوز در مورد قیمت‌گذاری خودرو، تصمیمی گرفته نشده است

دبیر انجمن قطعه‌سازان گفت اگرچه مطالب بسیاری در جلسات تعیین تکلیف قیمت‌گذاری خودرو، مطرح شده اما هنوز چیزی به تصویب نهایی نرسیده است. به گزارش خبرنگار مهر، طی روزهای گذشته، اخباری مبنی بر موافقت وزارت صمت با قیمت‌گذاری خودروهای پرتیراژ (که ۵۵ درصد از کل تولید خودرو را تشکیل می‌دهند) توسط شورای رقابت و خودروهای کم تیراژ (که ۴۵ درصد از کل تولید خودرو را تشکیل می‌دهند) توسط خود خودروسازان، منتشر شد. در این خصوص آرش محبی نژاد، دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو در گفت و گو با خبرنگار مهر اظهار داشت: تاکنون مطالب زیادی در جلسات مربوط به تعیین تکلیف قیمت‌گذاری خودرو مطرح شده است اما هنوز هیچ‌یک به تصویب نرسیده است. وی افزود: در مورد قیمت‌گذاری محصولات پرتیراژ و سایر محصولات در جلسه بسیار صحبت شد و از سوی برخی اعضای جلسه مثبت ارزیابی شد، اما هنوز منجر به مصوبه نشده است. محبی‌نژاد گفت: برای اجرای این قبیل طرح‌ها، نیاز به مصوبه شورای هماهنگی سران قوا داریم. وی تاکید کرد: باید هرچه سریع‌تر در مورد مکانیزم قیمت‌گذاری، تعیین تکلیف صورت بگیرد چرا که در غیر این صورت خودروساز و قطعه‌ساز ورشکسته خواهند شد.

معاون وزیر راه به مهر خبر داد

صفر تا صد اسقاط کامیون فرسوده و دریافت کامیون نو

رئیس سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای جزئیات طرح‌های نوسازی ناوگان باری جاده‌ای را تشریح کرد. عبداله‌شم حسن نیا در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، درباره تلاش‌های سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای برای نوسازی ناوگان فرسوده باری گفت: در حال حاضر یک میلیون و ۹۵۰ هزار دستگاه انواع خودروی باری سنگین اعم از درون‌شهری و برون‌شهری در کشور فعال است که ۳۴۶ هزار و ۲۴۲ دستگاه از آن ناوگان باری برون‌شهری بوده و در جاده‌ها تحت نظارت سازمان راهداری یا وزارت نفت و سازمان برنامه و بودجه که شامل ناوگان حامل سوخت است، تردد دارند. وی افزود: از این تعداد، ۵۷۶ هزار و ۵۵ دستگاه معادل ۳۰ درصد این ۲ میلیون دستگاه، ناوگان فرسوده هستند. به گفته حسن نیا تعداد کامیون‌های بالای ۲۲ سال که تحت نظارت سازمان راهداری در جاده‌ها تردد می‌کنند، ۱۲۴ هزار و ۴۲۸ دستگاه و معادل ۲۱ درصد کل ناوگان باری سنگین برون‌شهری است.

چه میزان سوخت با نوسازی ناوگان باری صرفه‌جویی می‌شود؟ رئیس سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای تصریح کرد: براساس برخی پژوهش‌ها، کامیون‌های فرسوده در کشور سالانه ۹۶۰ میلیون لیتر سوخت مزاد مصرف می‌کنند. حسن نیا افزود: اجرای این طرح، صرفه جویی یک میلیارد و ۲۲۰ میلیون لیتری مصرف گازوئیل را در یک دوره ۷ ساله به دنبال خواهد داشت.

وی یادآور شد: در دو دهه گذشته، ۲۴ هزار دستگاه کامیون فرسوده با کامیون‌های نوساز جایگزین شده‌اند که سهم دولت‌های یازدهم و دوازدهم از طرح نوسازی ناوگان جاده‌ای، ۵ هزار و ۱۸۸ دستگاه کامیون فرسوده بوده است. کامیون‌های بالای ۴۰ سال به تدریج از رده خارج می‌شوند حسن نیا تعداد کامیون‌های در راستای سیاست‌های دولت، نوسازی این ناوگان را در دستور کار قرار داده‌ایم که در مرحله نخست این طرح ۵ هزار دستگاه کامیون با سرمایه گذاری ۱۴ هزار میلیارد تومانی بخش خصوصی و بهره‌گیری از تسهیلات بانکی، نوسازی خواهد شد.

معاون وزیر راه و شهرسازی تاکید کرد: در مرحله نخست اجرای طرح نوسازی کامیون‌های فرسوده، خودروهای باری سنگین بالای ۵۰ سال نوسازی می‌شوند و هر کامیون‌داری که خودرو خود را اسقاط کند برای تحویل کامیون نوساز به خودروساز داخلی معرفی می‌شود؛ خودروسازان دارندگان کامیون‌های فرسوده معرفی شده از سوی سازمان راهداری را در اولویت تحویل کامیون نوساز قرار می‌دهند.

پیش‌بینی فعالان بازار از میزان ریزش قیمت خودرو



خودرو هفته آینده را هفته پرنوسان بازار می‌دانند و معتقدند قیمت‌ها در این بازار چندان قابل اعتماد نخواهند بود اما بعد از ثبات قیمت دلار و مشخص شدن چشم‌انداز پیش رو به تدریج بازار خودرو می‌تواند خود را بازیابی کرده و خرید و فروش آغاز خواهد شد. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد خودروهایی در محدوده ۱۱۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان مستعد ریزش ۱۰ میلیون تومانی قیمت، خودروهایی در محدود ۱۵۰ تا ۲۵۰ میلیون تومان آماده ریزش تا ۱۵ میلیون تومان و خودروهای گران‌تر مستعد ریزش بالاتر قیمت‌ها هستند اما به نظر می‌رسد به دلیل شرایط خاص حاکم بر بازار شرایط چندان آماده خرید و فروش نباشد.

کرده بود در صورت ریزش قیمت دلار به محدوده ۲۰ هزار تومان و کمتر، قیمت هر دستگاه برآید حتی تا کمتر از ۱۰۰ میلیون تومان نیز کاهش خواهد داشت این بدان معناست که قیمت‌ها در بازار خودرو در حال نزدیک شدن به رقم واقعی خود است و حباب شکل گرفته در این بازار تحت تاثیر کاهش قیمت دلار تخلیه خواهد شد. قیمت هر دلار روز گذشته تا کانال ۲۶ هزار تون عقب‌نشینی کرد و صرافان می‌گویند روز شنبه روز بزرگ ریزش قیمت‌ها در بازار خواهد بود. قیمت هر دستگاه خود نیز امروز هرچند به دلیل نبود معامله با ریزش قابل توجهی همراه بود اما فروشندگان قول‌های بزرگ برای تخفیف می‌دادند. فعالان بازار

انحصار بازار خودرو می‌شکند؟

خودرو سه‌نرخی شد

بسته سیاستی بانک مرکزی در این زمینه اصلاح و مقرر شد که از سال ۹۸ تمامی صادرکنندگان که تعهد برگشت ارز را داشتند، می‌توانند از طریق واردات نسبت به رفع تعهد ارزی خود اقدام کنند.

خودروی باکیفیت و قیمت پایین حق هر ایرانی است

وزیر صمت با اشاره به اینکه مقام معظم رهبری فرمودند «باید افکار عمومی را اقناع کنیم و مسئولان با مردم گفت‌وگو کنند» اما متأسفانه نتوانستیم و با نخواستیم که با مردم صادقانه صحبت کنیم، تصریح کرد: از جمله مواردی که در تعامل با مردم صداقت به خرج ندادیم بحث خودرو بود چرا که حق هر ایرانی است که از یک خودروی باکیفیت و قیمت پایین استفاده کند.

رزم حسینی ادامه داد: واقعیت این است که در این ۴۰ ساله نتوانستیم چنین خودرویی را تولید کنیم چراکه دو شرکت دولتی بازار خودرو را در دست گرفته‌اند درحالی که ۱۴درصد در این دو شرکت دولت سهم دارند لذا بازار خودرو انحصاری شد، حمایت‌های بیجا انجام شد، ممنوعیت واردات رقم خورد و این دو شرکت با هر قیمت و کیفیتی اقدام به تولید خودرو کردند.

وی اضافه کرد: در حال حاضر خودرو در بازار ۳ قیمتی شده است که شامل ارائه قیمت شورای رقابت، قیمت تمام شده توسط شرکت و قیمت بازار است از طرف دیگر به دلیل رشد نقدینگی زیاد، پول‌های کلانسی یکدفعه وارد بازار خودرو شد و دلال‌های مالی نیز برای سود بیشتر ورود پیدا کردند.

رزم حسینی ابراز کرد: جلساتی برای بحث قیمت خودرو تشکیل دادیم و با مشارکت بخش خصوصی و سا هماهنگی مجلس طرحی را آماده کردیم و امیدواریم که این انحصار را بشکنیم، رقابتی ایجاد شود همچنین از طریق تقویت شرکت‌های خصوصی شاهد افزایش کیفیت و کاهش قیمت خودرو باشیم.

تولید خودرو افزایش می‌یابد

وی ادامه داد: باید به این نکته نیز اشاره کرد که در شرایط سخت جنگ اقتصادی قرار داریم، شاید کامل هم نتوانیم برنامه‌های پیش‌بینی شده را انجام بدهیم اما سعی می‌کنیم وضعیت بهتر شود به دنبال افزایش تولید خودرو هستیم لذا تا پایان سال ۹۰۰ هزار خودرو تولید و اگر بخش خصوصی فعال بشود، این آمار بیشتر می‌شود در نتیجه ان‌شاءالله شاهد کاهش قیمت و افزایش کیفیت خودرو خواهیم بود.

خودرو امروز در حالی در بازار تهران بی‌قیمت شد که پیش‌بینی فعالان این بازار بر ریزش قریبالوقوع قیمت‌ها دلالت دارد.

به گزارش خبرنگاری خبرنگارانین، ریزش ۳ هزار تومانی قیمت دلار در بازار امروز شرایط ویژه‌ای را در بازارهای موزای مانند خودرو ایجاد رد. امروز کمتر کسی دست به خرید خودرو در بازار زد اما آنچه اهمیت داشت این بود که خودروها با تغییرات بسیار بالای قیمت در فضای مجازی فایل شد. قیمت هر دستگاه برآید ۱۱۱ در حالی دیروز ۱۳۳ میلیون تومان گزارش شد که امروز فروشندگان وعده تخفیف‌هایی تا ۵ میلیون تومان را می‌دادند. پیشتر سعید مومنی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران اعلام

وزیر صمت با اشاره به انحصارطلبی در بازار خودرو گفت از مردم می‌خواهیم به ما زمان بدهند تا ساختارها را اصلاح و تأثیر حضور دلال‌ها را کم‌رنگ‌تر کنیم، تا وضعیت بهبود پیدا کند.

به گزارش خبرنگاری خبرنگارانین، علیرضا رزم حسینی، در جمع خبرنگاران با اشاره به اینکه اگر واردکننده نسبت به ترخیص کالای خود اقدام نکند به عنوان کالای متروکه شناخته شده و به مزایده گذاشته می‌شود، افزود: در مجموع ما به دنبال فراوانی کالا هستیم، در بحث کالاهای اساسی موجودی خوبی داریم.

وی افزود: در بحث بازرسی و نظارت بر عمده‌فروشان، انباردارها و بنکداران با بسیج قرارداد امضا کرده‌ایم که مورد استقبال هم قرار گرفت، عنوان کرد: ما یک بحث گرانی داریم که متأثر از وضعیت نرخ ارز و تورم در جامعه است، اما آنچه که مردم گلایه‌مند هستند گرانفروشی است که ان‌شاءله به دنبال کنترل این وضعیت هستیم. وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان این مطلب که سامانه جامع تجارت راه اندازی می‌شود، عنوان کرد: بر این اساس دیگر نیاز به حضور فیزیکی افراد نیست، متقاضیان می‌توانند برای صدور کارت بازرگانی، انجام حواله پول و ثبت سفارش از این طریق اقدام کنند.

وی با اشاره به قانون رفع موانع تولید، بیان داشت: در همه استان‌ها جلسات برگزار می‌شود و ستاد اصلی آن در وزارت صمت است از طرف دیگر این ستاد اختیارات نسبتیاً خوبی دارد اما برخی مصوبات علی‌رغم ابلاغ، عملیاتی نمی‌شود که به دنبال رفع موانع و تقویت این ستاد هستیم.

رزم حسینی با بیان این مطلب که در سطح ملی بعضاً مشاهده شده است که برخی دستگاه‌ها مانند بانک‌ها در بحث سرمایه در گردش به خوبی عمل نمی‌کنند، اضافه کرد: در این راستا از طریق معاون اول رئیس‌جمهور این موضوع پیگیری و مبلغ ۵۰ هزار میلیارد در اختیار بانک‌ها قرار گرفت تا مراکز تولید مشکل سرمایه در گردش‌شان برطرف شود.

وی اظهار کرد: همه ما با این موضوع مواجه شدیم که صادرکنندگان موظف به برگشت ارز به بانک مرکزی شدند اما عده‌ای ارز را برگشت دادند و عده‌ای انجام ندادند.

رزم حسینی ادامه داد: در چنین شرایطی از هنگامی که بنده در وزارت صمت مشغول به فعالیت شدم، شاهد کاهش صادرات بودیم لذا

آگهی فراخوان مناقسه یک مرحله ای

نوبت دوم (۴۰–۹۹)

شماره: ۴۳۴۰–۱۳۹۹

کد پایگاه ملی: ۲۴۷۵۲۱۵۹



شرکت گاز استان مرکزی

- موضوع مناقسه: بهسازی ابنیه ایستگاههای تقلیل فشار زون خنداب
- مناقسه گزار: شرکت گاز استان مرکزی
- میزان و نوع تقسین شرکت در فرآیند ارجاع کار: برابری مصوبه هیئت دولت به شماره ۱۲۳۴۰۲ت/۵۰۶۵۹هـ.م مورخ ۹۴/۹/۲۲و مبلغ ۱,۰۰۵,۲۰۰,۰۰۰ ریال خواهد بود.
- بروزه فاقه پیش پرداخت می‌باشد.
- محل و مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی و گشایش پیشنهادها:
- ارزیابی کیفی: ارزیابی کیفی جهت این مناقسه به صورت ارزیابی ساده می‌باشد و پیمانکاران بایستی دارای گواهینامه ایمنی از اداره کار، گواهینامه صلاحیت پیمانکاری در رشته ساختمان و ابنیه، کد اقتصادی، شناسه ملی اشخاص حقوقی ایرانی، گواهی امضای الکترونیکی در سامانه **www.setadiran.ir** و کد کاربری پایگاه ملی مناقصات باشند.
- محل دریافت و ارسال اسناد ارزیابی کیفی: محل دریافت اسناد ارزیابی، وب سایت شرکت گاز استان مرکزی به نشانی **www.nige-mpgc.ir** قسمت مناقسه و مزایده و ارسال اسناد، بصورت الکترونیکی از طریق سامانه " ستاد **www.setadiran.ir** " و همچنین بصورت فیزیکی که می‌بایست به دفتر امور قراردادهای شرکت گاز استان مرکزی واقع در طبقه دوم ساختمان مرکزی شرکت گاز استان مرکزی به آدرس اراک، خیابان امام خمینی تحویل گردد، می‌باشد.
- مهلت دریافت اسناد: آخرین مهلت دریافت اسناد ساعت ۱۴/۰۰ مورخ ۹۹/۸/۲۰ می‌باشد.
- مهلت تحویل اسناد: آخرین مهلت تحویل اسناد ساعت ۱۴/۰۰ مورخ ۹۹/۹/۰۶ می‌باشد.
- زمان ارسال مدارک مناقسه: مناقسه گران ابتدا ارزیابی کیفی شده و پس از کسب حداقل امتیاز لازم در فرآیند ارزیابی کیفی در مراحل بعد مناقسه شرکت می‌نمایند.
- زمان گشایش پاکات: در اسناد مناقسه ذکر می‌گردد.
- مبلغ برآوردی و پیشنهادی دستگاه مناقسه گزار: به مبلغ ۲۰۰,۱۰,۴۲۴,۹۲۱ ریال براساس تحقیق و فهارس بهای سازمان برنامه و بودجه، رسته ابنیه سال ۹۹ می‌باشد.
- مناقسه گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به وب سایت پایگاه اطلاع رسانی **www.shana.ir** مراجعه و یا با شماره تلفنهای ۴-۲۳۴۲۰۱۸۱-۲۳۴۲۰۱۸۱-۰۸۶-امور قراردادهای شرکت گاز استان مرکزی تماس حاصل فرمایند.

تلفنکس: ۳۳۷۷۶۶۶۰-۸۶-



افزایش ۵۱ درصدی در

اخیر بسیاری از کارآفرینان را به سوی سرمایه‌گذاری کمتر برندی در عمل توانایی رقابت با آمازون جف بزوس، مدیرعامل آمازون، در مورد تغییر خرید مناسبتی پیش از موعد تأکید دارد. بر این اساس، کریسمس و دیگر مناسبت‌های مهم اقدام به در رفتار مشتریان موجب افزایش زودهنگام شده است. اگرچه فروش آمازون در طول ماه اما فروشگاه‌های حضوری این برند تحت

به قلم: رابرت ویلیامز / کارشناس بازاریابی و تبلیغات - ترجمه: علی آل‌علی: در آمد تبلیغاتی آمازون در طول چند ماه گذشته با رشد خیره‌کننده ۵۱ درصد به رقم ۵.۴ میلیارد دلار رسیده است. آمازون از زمان راه‌اندازی سرویس درون‌برنامه‌ای برای تبلیغات سود قابل ملاحظه‌ای را تجربه کرده است. این امر با افزایش تمرکز بازاریاب‌ها به تبلیغات در فروشگاه‌های آنلاین ارتباط دارد. شیوع ویروس کرونا و نیاز کسب و کارها برای بازاریابی تعامل نزدیک‌تر با مشتریان نیز بر روی سود تبلیغات آمازون تأثیر مثبت داشته است. براساس گزارش رسمی آمازون، در سال جاری سود کلی این خرده‌فروشی آنلاین به رقم خیره‌کننده ۹۶.۲ میلیارد دلار رسیده است. بدون تردید موفقیت آمازون در طول سال‌های

استارت‌آپ‌های حوزه تولید محصولات تندمصرف حمایت می‌شوند

با هدف حمایت از استارت‌آپ‌های حوزه تندمصرف‌ها، استارت‌آپ‌های مختلفی حضور یافتند. استارت‌آپ وندینگ ماشین اولین تیم متقاضی سرمایه در رویداد جذب سرمایه در حوزه کالای تندمصرف بود که برای ماشین‌های سرمایشی و گرمایشی نوشیدنی گرم، محصول خود را معرفی کرد.

استارت‌آپ بینج بار نیز از جمله تیم‌های متقاضی سرمایه بود که برای فروش محصولات کشاورزی و کوتاه کردن زنجیره تامین از مزرعه تا مشتری به خصوص برنج به صورت آنلاین محصول خود را معرفی کرد.

در ادامه استارت‌آپ سامت به معرفی خود پرداخت و به عنوان یک تیم فعال در حوزه کالای تندمصرف خود و محصول موردنظر را معرفی کردند. این

استارت‌آپ، محصول خود را تحت عنوان، سامانه ایجادکننده ارتباط متمرکز میان تامین‌کنندگان و مشتریان کالاهای تندمصرف برای حاضران توضیح داد.



کالاهای تندمصرف شامل کالاهایی هستند که معمولاً سریع فروخته می‌شوند و از حاشیه سود کمتری برخوردار هستند. با توجه به گستردگی این حوزه استارت‌آپ‌های زیادی این حوزه را به عنوان زمینه فعالیت خود انتخاب کرده‌اند. اخیراً نیز یک رویداد استارت‌آپی برای حمایت از این تیم‌های فناور برگزار شد و استارت‌آپ‌های مختلفی در آن حضور یافتند.

کالاهای تندمصرف طیف نسبتاً گسترده‌ای از محصولات را دربر می‌گیرند. یکی از ویژگی‌های بارز کالاهای تندمصرف این است که با سرعت بیشتری فروخته می‌شوند. همچنین قیمت فروش آنها نسبتاً پایین است.

برخی از اجناس و محصولات مانند نوشیدنی‌ها، مواد شوینده، مکمل‌های غذایی، برخی از محصولات داروخانه‌ای بدون نسخه، برخی از اسباب بازی‌ها و محصولات غذایی بسیاری از رستوران‌ها، نمونه‌های بارزی از کالاهای تندمصرف به شمار می‌روند. در رویداد آنلاین برگزار شده

فناوران ایرانی در نمایشگاه بین‌المللی مسکو حضور یافتند

شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق فعال ایرانی در حوزه اقتصاد دیجیتال با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به سی‌ودومین نمایشگاه بین‌المللی فناوری دیجیتال، مخابرات، ارتباطات و تجهیزات ناوبری روسیه رفتند. این نمایشگاه که میزبان ۱۶۰ شرکت معتبر روسی و ۲۰ کشور جهان بود، مجال شد تا دستاوردهای دانش‌بنیانی ایرانی در قالب پاوربونی ملی به نمایش دربیاید. امسال سی‌ودومین نمایشگاه بین‌المللی فناوری دیجیتال، مخابرات، ارتباطات و تجهیزات در شهر مسکو برپا شد و ۹ شرکت دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق ایرانی با ارائه آخرین دستاوردهای خود در آن شرکت کردند. حضور این شرکت‌ها در نمایشگاه مسکو با ارائه محصولاتی در حوزه دیجیتال، ناوبری، ارتباطات و مخابرات در این نمایشگاه معتبر اتفاق افتاد.



دریچه

اخبار مجتمعات آموزشی خاتم در ناحیه نوآوری پردیس

ستاری: الگوی تازه‌ای از نقش دانشگاه‌ها در توسعه فناوری مطرح شده است

پیوند سلول‌های بنیادی فراهم شود. ستاری در این مراسم با اشاره به اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ژنتیک و زیست‌فناوری به توانمندی قابل توجهی دست یافته‌اند، ادامه داد: شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی در حوزه دارو در منطقه پیش‌ساز هستند و موفقیت در عرصه تولید واکسن‌های انسانی و دامی، گام بعدی این شرکت‌ها خواهد بود. رئیس بنیاد ملی نخبگان، با اشاره به اهمیت فناوری در ایجاد ارزش افزوده و ویژه در حوزه ژنتیک و زیست‌فناوری گفت: سالانه ۴۰۰ هزار لیتر پلاسما به کشورهای اروپایی با قیمت هر لیتر ۱۷۰ یورو فروخته می‌شود. این کشورها پلاسما را پالایش و هر ویال ۵۰ گرمی ایمونوگلوبولین وریدی یا IVIG را به قیمت ۲۰۰ یورو معادل صادرات ۳۰ تن نفت به فروش می‌رسانند.

وی افزود: برای خریداری هر گرم از فاکتور انعقادی ۷ که سال گذشته ایران ساخت شد، معادل یک میلیون یورو ارزیزی داشت و این موضوع ارزش آفرینی و درآوردن زیست‌فناوری و حوزه ژنتیک را نشان می‌دهد. ستاری با بیان اینکه در کشورهای پیشرفته، حوزه‌ها و رشته‌های تحصیلی به سوی فناوری‌های نوین و همگرا گرایش یافته است، افزود: باید به سوی فناوری‌های نوین و رشته‌های دانشگاهی همگام با پیشرفت‌های فناورانه و روز جهانی حرکت کنیم. روند تحصیلات دانشگاهی در دنیا متحول شده است و باید با هدف‌گیری دقیق، ساختار فعلی به سوی دانشگاه‌های فناور تغییر پیدا کند. در مراسم انعقاد قرارداد سرمایه‌گذاری بین شرکت پردیس ژن و هلدینگ نسیم سلامت پاسارگاد با حضور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، از نخستین سری نتایج HLA Typing به روش فرادقیق - فراسریع توسط شرکت پردیس ژن رونمایی شد.

پیوند سلول‌های بنیادی تنها در شرایطی موفق است که شناسه ژنتیکی (HLA) بیمار و اهداکننده منطبق باشد. برای این کار، لازم است شناسه ژنتیکی تعداد زیادی داوطلب اهدای سلول‌های بنیادی طی فرآیندی به نام HLA Typing شناسایی و در یک بانک اطلاعاتی ذخیره شود تا هنگامی که یک بیمار نیاز به پیوند سلول‌های بنیادی دارد، اهداکننده منطبق با وی پیدا شود. فناوری HLA Typing به روش فرادقیق و فراسریع که امکان تعیین شناسه ژنتیکی افراد زیادی را با دقت بالا و در زمان کم میسر می‌کند تنها در اختیار کشورهای معدودی در جهان است. فقدان این فناوری در کشور باعث شد در سال‌های گذشته، درمان بسیاری از بیماران مستلزم یافتن اهداکنندگان با شناسه ژنتیکی منطبق از خارج از کشور باشد. با مأموریتی که از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به شرکت دانش‌بنیان پردیس ژن محول شد، این شرکت توانست به فناوری HLA Typing فرادقیق و فراسریع دست پیدا کند. این شرکت توانست از فناوری را در کشور توسعه دهد به صورتی که در آینده نیازی به ارسال نمونه‌های ژنتیک به خارج از کشور نباشد.

با همکاری بخش‌های مختلف مدیریتی کشور این شرکت موفق به انجام HLA Typing فرادقیق و فراسریع یک میلیون نمونه طی دو سال آینده شود. این موضوع باعث قطع وابستگی کشور به واردات سلول‌های بنیادی خون‌ساز از خارج می‌شود و همچنین برای شبکه ملی اهداکنندگان سلول‌های بنیادی خون‌ساز، امکان صادرات این سلول‌ها را به کشورهای دیگر فراهم می‌کند. با امکان ارائه خدمت HLA Typing به سایر کشورهای منطقه و صرفه‌جویی ارزی، این فناوری از خروج میلیون‌ها دلار ارز از کشور به برای واردات سلول‌های بنیادی از خارج کشور و انجام HLA Typing در خارج کشور جلوگیری می‌کند. با حذف واردات سلول‌های بنیادی از خارج کشور، از بروز تأخیر چندماهه در فرآیند درمان بیمار جلوگیری می‌شود.

در مراسم امضای قرارداد توسعه دانشگاه خاتم در ناحیه نوآوری پردیس با حضور سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری زمینه برای توسعه زیست‌بوم نوآوری، پژوهش‌های فناورانه و توسعه استارت‌آپ‌ها بر بستر ناحیه نوآوری پردیس فراهم شد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در این مراسم، با بیان اینکه نسل جدید دانشگاه‌ها خصوصی هستند و تحول در حوزه مرزهای دانش و فناوری را رقم می‌زنند، گفت: در دانشگاه‌های نسل جدید، توجه و تمرکز بر خلاقیت‌های نیروی انسانی دانش‌آموخته و خلق ارزش افزوده از محل قراردادهای ارتباط با صنعت، توسعه فناوری و شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق است. ستاری با بیان اینکه دانشگاه خاتم می‌تواند به عنوان الگویی موفق در نسل دانشگاه‌های خصوصی مطرح شود، ادامه داد: این دانشگاه توانسته است مدلی تازه در آموزش و توسعه مرزهای علم و فناوری را پیاده‌سازی کند و با ورود به ناحیه نوآوری پردیس به خوبی در این مسیر گام گذاشته است. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با بیان اینکه دانشگاه‌های بخش خصوصی با نوآوری‌های ذاتی خود تحولی تازه را در زنجیره دانش و فناوری رقم می‌زنند، افزود: ورود بخش خصوصی به دانشگاه‌ها موجب شده است تا این دست دانشگاه‌ها حرف‌های تازه‌ای برای گفتن داشته باشند و به دستاوردهای ارزنده‌ای برسند. یکی از برندگان جایزه مصطفی، دانش‌آموخته یکی از دانشگاه‌های خصوصی کشور ترکیه بود که در کمتر از یک دهه به یکی از برترین دانشگاه‌های این کشور تبدیل شده است. الگوهای موفق دانشگاه‌های خصوصی در پیشرفت‌های فناورانه دنیا نشان می‌دهد این دانشگاه‌ها در توسعه و پیشرفت فناورانه کارآمد خواهند بود. دانشگاه خاتم در تعامل با این پارک فناوری، مجموعه آموزشی، تحقیقاتی، پژوهشی خود را ذیل «مجموعه آموزشی و فناوری خاتم» در زمینی به مساحت ۱۷ هکتار و در فاز ۴ پارک فناوری پردیس احداث می‌کند. با ایجاد این مجتمع آموزشی و فناور، امکان حضور ۱۰ هزار دانشجو و ۱۰۰۰ پژوهشگر استارت‌آپی که در توسعه مرزهای دانش و ایده‌های نوآورانه توانمند هستند فراهم خواهد شد. همچنین امکانات پشتیبانی، آزمایشگاهی و آموزش و درمانی برای خلق ایده‌های نوآورانه در این مجموعه پیش‌بینی شده است. همچنین بستر توسعه فناوری‌های مرز دانش در حوزه فناوری‌های همگرا با انعقاد این تفاهم‌نامه همکاری فراهم خواهد شد. ناحیه نوآوری پردیس، با هدف ایجاد مجموعه‌ای برای توسعه امکانات تحقیقات کاربردی و توسعه‌ای، ایجاد آزمایشگاه‌ها و کارگاه‌های تحقیقاتی، تبادل اطلاعات و توسعه کسب و کارهای دانش‌بنیان و تبدیل ایده‌های نوآورانه به کسب و کارهای استارت‌آپی و دانش‌بنیان ایجاد شده است. همچنین در راستای ایجاد ارتباط پایدار صنعت و دانشگاه و همکاری دانشگاه‌ها و مراکز علمی، آموزشی و پژوهشی برای تجاری‌سازی دستاوردهای فناورانه و توسعه بازار شرکت‌های دانش‌بنیان، همزمان با انعقاد این قرارداد، تفاهم‌نامه همکاری و هم‌افزایی میان پارک فناوری پردیس و دانشگاه خاتم منعقد شد.

با امضای این تفاهم‌نامه بستر توسعه فناوری‌های مرز دانش خصوصاً در حوزه فناوری‌های همگرا و تامین زیرساخت‌های سخت‌افزاری و مغزافزاری برای تحقق اهداف تحقیقاتی، فناوری و نوآوری و تسهیل تجاری‌سازی محصولات فناور و دانش، بیش از پیش فراهم خواهد شد. همچنین در بخش دیگری از این برنامه، نشست انعقاد قرارداد سرمایه‌گذاری بین شرکت پردیس ژن و هلدینگ نسیم سلامت پاسارگاد با حضور سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری برگزار شد تا امکان توسعه سریع زیرساخت‌های لازم برای توسعه فناوری‌های پیشرفته

با نقشه راه ۶ مرحله‌ای؛ شرکت‌ها خلاق می‌شوند

شدن به شرکت خلاق به ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع خلاق و نرم معرفی می‌کنند. بر این اساس یک نقشه راه ۶ مرحله‌ای تدوین شده است تا شرکت‌های متقاضی خلاق شدن، پس از تکمیل این نقشه راه، به عنوان یک شرکت خلاق از مزایای متنوع خلاق شدن، بهره‌مند شوند.

متقاضیان در مرحله اول باید شرایط ثبت نام را در سامانه‌های وابسته به ستاد مطالعه کنند. در مرحله دوم مبادی شناسایی آنها را معرفی می‌کنند. هرچند در صورت عدم معرفی از سوی مبادی نیز شرکت‌های متقاضی می‌تواند به صورت مستقیم اقدام کنند. این شرکت‌ها در مرحله سوم اقدام به ثبت نام می‌کنند.

در مرحله بعد با تأیید درخواست و وارد درخواست، به اطلاع شرکت‌های متقاضی رسانده می‌شود. سپس امور مربوط به تأیید نهایی انجام می‌شود و در مرحله ششم نیز شرکت خلاق تازه شناسایی شده برای برخورداری از بسته‌های خدمتی معرفی می‌شود.

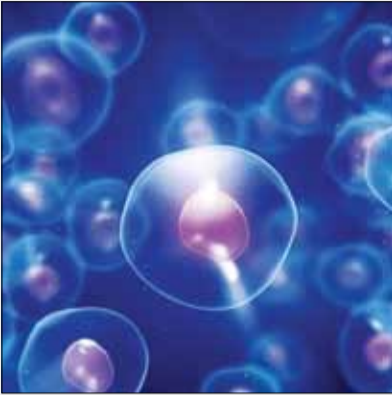
در حال حاضر تعداد شرکت‌های خلاق به بیش از هزار و ۱۰۰ شرکت رسیده است. ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، به منظور سهولت هرچه بیشتر برای ثبت نام متقاضیان ارزیابی و تعیین صلاحیت

شدن به شرکت خلاق، یک نقشه راه ۶ مرحله‌ای تدوین کرده است. بیشتر امور مربوط به ثبت نام و ارائه مدارک به صورت آنلاین است. شرکت‌های فعال در حوزه‌های صنایع نرم و خلاق، می‌توانند برای ارزیابی شدن به عنوان شرکت خلاق به سامانه‌های در نظر گرفته شده به این منظور مراجعه کنند و با ارائه مدارک به ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، فرآیند شناسایی خود را به اتمام برسانند.

این ستاد برخی کارگزاران و بازیگران زیست‌بوم صنایع خلاق را به عنوان مبادی شناسایی، معرفی کرده است، این مبادی ضمن شناسایی شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های مستعد، آنها را برای تبدیل



سلول‌های بنیادی به باروری افراد عقیم کمک می‌کند



باروری یکی از مشکلات رایج زوج‌ها است. زوج‌های نازا به چند دسته تقسیم می‌شوند. افراد عقیم در گامت‌های خود مشکل دارند؛ یعنی سلولی که مسئول تولید مثل جنسی است در این افراد نطفه ندارد. مهدی کلاتر، عضو مرکز باروری یزد از محققانی است که در این مرکز مشغول تحقیقات بر روی سلول‌های بنیادی و استفاده از آنها برای کمک به درمان افراد عقیم است. این عضو هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی یزد سخنان خود را با توضیح درباره افراد عقیم شروع می‌کند و می‌گوید: با توسعه فناوری مرتبط با سلول‌های بنیادی می‌توان با روش‌هایی به این افراد کمک کرد. اهدای تخمک یا اسپرم یکی از این روش‌ها است. در صورت اهدای تخمک و اسپرم و باردار شدن فرزند متعلق به یکی از زوج‌ها نیست. از سویی اهدا برای خانم‌ها راحت‌تر است و برای اهدای اسپرم محدودیت‌هایی وجود دارد، اما با کار کردن روی سلول‌های بنیادی به دنبال حل این مشکل هستیم تا در افرادی که در مراحل اولیه موفق به شکل‌گیری گامت نمی‌شوند از این سلول‌ها بهره ببریم.

یادداشت



تکمیل زنجیره تولید

هادی علی اکبریان، مدیر آزمایشگاه سنجش ترمینال‌های سیار دانشکده مهندسی برق دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی در دنیای امروز، با توجه به یکپارچه شدن محصولات الکتریکی و مخابراتی احتمال تداخل در امواج الکترومغناطیسی تجهیزات افزایش پیدا کرده است. بردها و تجهیزات الکتریکی می‌توانند به شکل ناخواسته از خود امواج الکترومغناطیسی تشعشع کنند. این امواج ناخواسته نقش نویز را برای سایر دستگاه‌ها ایفا می‌کنند. سنجش میزان تشعشعات الکترومغناطیسی موضوعی مهم است. علم بررسی اثرپذیری و اثرگذاری ادوات الکتریکی بر روی هم تحت عنوان سازگاری الکترومغناطیسی شناخته می‌شود. امروزه در اغلب کشورهای جهان، محصولات الکتریکی قبل از عرضه به بازار باید تست‌هایی را با موفقیت پشت سر بگذارند و تنها با دریافت گواهی‌نامه EMC از مراکز معتبر آزمایشگاهی اجازه عرضه و فروش در بازار را خواهند یافت. سازمان‌ها و ارگان‌های بین‌المللی مشغول تولید استانداردهای سازگاری الکترومغناطیس هستند. در کشور ایران نیز سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی وظیفه استانداردسازی را برعهده دارد. از جمله مهم‌ترین نیازها برای انجام تست EMC، مراکز و اتاق تست EMC است. GTEM Cell یکی از محبوب‌ترین و کارآمدترین مراکز تست EMC است که تست‌های تشعشعی در آن انجام می‌شود. این اتاق مورد تأیید استانداردهایی از جمله CISPR ۱۶ است. ساده‌سازی سنجش امواج یکی از ویژگی‌های این محصول است. با این تجهیز می‌توانیم اثر امواج الکترومغناطیس را بر روی تجهیزات الکتریکی و میزان تشعشع از آن تجهیزات را اندازه بگیریم. تجهیزات الکترونیکی در حوزه امواج الکترومغناطیس، استانداردهایی دارند که براساس آن نباید میزان تشعشع آنها از حد معینی فراتر برود.

از جمله این تجهیزات می‌توان به دستگاه‌های ارتباطی اشاره کرد. خدمات این آزمایشگاه از سنجش میزان امواج پیرامون محیط زندگی ما تا مشخصه‌یابی تجهیزاتی که در فرکانس‌های رادیویی و الکترومغناطیسی و ارزیابی کارکرد و سنجش میزان آنها منطبق بر استانداردهای بین‌المللی موجود را دربر می‌گیرد. کیفیت‌سنجی و ارزیابی کیفیت ترمینال‌ها دومین بخش از خدمات آزمایشگاه سنجش ترمینال‌های سیار دانشکده مهندسی برق دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی است. منظور از ترمینال‌ها، تجهیزات ارتباطی مانند تلفن‌های همراه است که از سیم‌کارت استفاده می‌کنند. تجهیزاتی که از نسل سوم ارتباطی استفاده می‌کنند در این مجموعه قابل سنجش هستند و میزان توان تشعشعی که ارسال می‌کنند و همچنین میزان حساسیت این دستگاه‌ها نسبت به امواج الکترومغناطیس و دیگر امواج سنجیده می‌شود. میزان توان تشعشعی دستگاه‌ها نباید از محدوده خاصی فراتر برود. جهش تولید امری ضروری برای کشور اما نیازمند الزامات خاصی است. کار دانش‌بنیان تحقیق و توسعه زیادی می‌طلبد بنابراین ما هم در مجموعه خود تلاش کردیم زنجیره کار تحقیق و توسعه تا تولید را در این مجموعه تکمیل کنیم. یعنی جوانان خلاق، دانش‌آموخته را به تجربه کسب کرده به میدان تولید آمده و نمونه اولیه محصول‌شان را به تولید برسانند. شبکه‌سازی توانمندی‌ها و زیرساخت‌های آزمایشگاهی ضروری است. ما در فرآیند این کار به این حقیقت پی بردیم که به عنوان یک مجموعه آزمایشگاهی کوچک قادر به تأمین تمامی خدمات نیستیم و این کار باید در تعامل با دیگر مجموعه‌های پژوهشی، تحقیقاتی و آزمایشگاهی به سرانجام برسد.

افزایش کارایی آب؛ نوآوری به کمک آمد

همچون نقشه، نمودار، جدول، اطلاعات ثابت ایستگاه‌های اندازه‌گیری و قابلیت‌های فیلترینگ برای دسترسی به داده‌ها استفاده می‌کنند. IWMS با نظارت و مشاوره برخی از کارشناسان خبره آب کشور و با حضور و هماهنگی پیمانکاران و مشاوران سابقه‌ای ادوات سنجش از راه دور تحلیل و طراحی شده و در مرحله پیاده‌سازی با شرایط بومی اینترنت، اپراتورهای موبایل، شرایط امنیتی نرم‌افزاری و تنوع تجهیزات موجود تطبیق داده شده است. VIGILEVEL دستگاهی است که تغییرات سطح آب را اندازه‌گیری می‌کند. این محصول قادر به ثبت، انتقال و هشدار تغییرات سطح آب از طریق پیام کوتاه و اینترنت است. از ویژگی‌های VIGILEVEL می‌توان به سادگی، کم هزینه بودن، مصرف کم برق، کالیبراسیون ساده، مقاومت در برابر رسوب و خوردگی، نصب آسان و امنیت بالا اشاره کرد. VIGIRAIN اما دستگاه دیگری است که برای اندازه‌گیری آب باران در این شرکت تولید شده و تغییرات بارندگی را در یک باران‌سنج طبیعی اندازه‌گیری می‌کند. دستگاه دیگری که در آنتین تندیس ایده تولید شده است، تغییرات سطح آب را در ظرف‌های تبخیر اندازه‌گیری می‌کند. دستگاه VIGI-EVAP را می‌توان به راحتی روی ظرف تبخیر که در آن ظرف تبخیر وجود دارد نصب کرد، به عبارت دیگر، ظرف تبخیر را می‌توان به راحتی دیجیتالی کرد. بیش از ۹ محصول توسط فعالان فناور آنتین تندیس تولید شده است که در اندازه‌گیری، مدیریت و نظارت میزان تغییرات آب نقش‌آفرینی می‌کنند.

به هر میزان که جهان راه به پیش می‌برد، هر قطره‌اش بهایی گران‌تر می‌یابد. آب، ترکیبی منحصر به‌فرد و ارزنده که یافتن منابع سالم آن به اندازه ضرورتش برای حیات دشوار شده است. تجربه بین‌المللی نشان داده است که مدیریت منابع آب باعث افزایش کارایی استفاده از آب کشاورزی، صنعتی و آب آشامیدنی می‌شود، اما این مدیریت صحیح تنها با اندازه‌گیری و نظارت به موقع منابع آب ممکن است اما راهکارهای اندازه‌گیری، نظارت و مدیریت منابع به میزانی گران و پیچیده هستند که استفاده از آنها تقریباً ناممکن می‌شود. فعالان فناور شرکتی فناور توانسته‌اند با ورود نوآورانه خود به این حوزه، راه را هموار و کار اندازه‌گیری، مدیریت و نظارت منابع آب را ساده‌تر و ارزان‌تر کنند. آنتین تندیس ایده یکی از همین شرکت‌های فعال در زمینه طراحی، ساخت، نصب و راه اندازی دستگاه‌ها و سامانه‌های اندازه‌گیری و نظارت برای منابع آب است. این شرکت نوآوری‌هایی در این زمینه دارد که منجر به تولید تجهیزات دقیق و مقرون به صرفه شده است. از آنجا که اندازه‌گیری منابع آب گران و پیچیده هستند، استفاده از دستگاه‌ها و سیستم‌های نوآورانه می‌تواند به توسعه سنجش، نظارت و هشدار استفاده کمی و کیفی از منابع آب کمک کند. IWMS نرم‌افزار گردآوری و ارائه داده‌های خام منابع و مصارف آب‌های سطحی و زیرزمینی است. تجهیزاتی که به عنوان دیتالاگ یا داده نگار نامیده می‌شوند قادر هستند اطلاعات کمی و کیفی آب را ثبت و به روش‌های متنوعی ارسال می‌کنند. نرم‌افزار IWMS این اطلاعات را دریافت، پیش پردازش و ثبت می‌کند. این نرم‌افزار از ابزارهای متنوعی

بخشودگی جریمه؛ مزایای ویژه تامین اجتماعی به دانش‌بنیان‌ها تعلق گرفت

وزیران می‌رسد. پیش از این براساس تفاهم‌نامه امضاشده میان معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و رئیس سازمان تامین اجتماعی، این سازمان سعی کرد تا فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق را در حوزه کاری تامین اجتماعی تسهیل کند.



همچنین سلسله جلساتی نیز برای هماهنگی بیشتر میان مدیران این دو سازمان برگزار شد. مدیرعامل سازمان تامین اجتماعی در جلسه برگزار شده با دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع خلاق و نرم، با اشاره به برخی مسائل مطرح شده از سوی جوانان فعال در حوزه استارت‌آپ‌ها، گفت: بخشی از مسائل مطرح شده با اصلاح رویه‌های اداری و به سادگی قابل اجرا است. مسائلی همچون دفتر مشترک و برخی مسائل دیگر را می‌توانیم با همکاری مشترک حل کنیم. تلاش ما این است که برای ارائه خدمات به فعالان حوزه استارت‌آپ‌ها، انعطاف داشته باشیم. جایی که اختیار قانونی داریم، می‌توانیم به سرعت عمل کنیم.

شرکت‌های دانش‌بنیان خوش‌حساب از بخشودگی جریمه‌های قانون تامین اجتماعی برخوردار می‌شوند. با توجه به امضای تفاهم‌نامه میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان تامین اجتماعی مزایای ویژه‌ای در حوزه تامین اجتماعی برای شرکت‌های دانش‌بنیان در نظر گرفته شده است. براساس همکاری صورت گرفته، به غیر از مزایای پیشین تمام یا قسمتی از جریمه‌های مقرر در قانون تامین اجتماعی نیز بخشیده می‌شود. این جریمه‌ها بنا به درخواست کارفرما و با توجه به دلایل ابراز شده‌ای مانند خارج از اختیار بودن و عدم انجام تکالیف مقرر و با در نظر گرفتن سوابق گذشته و خوش‌حسابی شرکت‌ها در صورت موافقت سازمان تامین اجتماعی، شامل بخشودگی می‌شوند. این بخشودگی براساس بندهای ذیل ماده ۲ قانون اصلاح قانون تامین اجتماعی مصوب مجمع تشخیص مصلحت نظام، انجام می‌شود. آیین‌نامه اجرایی این ماده توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی تهیه و ظرف مدت دو ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون به تصویب هیأت

آمد تبلیغاتی آمازون

در فروشی شرایط دشواری را سپری می‌کند. اگر شرایط به همین ترتیب پیش برود، شاید کاهش سود بیشتر فروشگاه‌های Whole Foods نیز امری طبیعی باشد. در این صورت آمازون باید ضررهای ناشی از خرده‌فروشی حضوری را به سرعت هرچه تمام‌تر جبران نماید. استفاده از گزینه‌های تبلیغاتی در سایت رسمی آمازون اقدام جالبی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان تردیدهای گسترده در مورد سرنواشت این اقدام بود. بسیاری از کارشناس‌ها جهت‌گیری آمازون به سوی نمایش تبلیغات را مقدمه شکستی بزرگ ارزیابی می‌کردند، اما آمازون به خوبی شرایط موردنظر را مدیریت کرد. منبع: marketingdive.com

رایه‌گذاری در این حوزه سوق داده است، اما در زمینه خرده‌فروشی آنلاین را دارد. بر رفتار مشتریان در بازه زمانی کرونا بر روی این اساس مشتریان در بازارهای مختلف برای خرید پیش از موعد می‌کنند. این نوع تغییر سود آمازون در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۰، های اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است، توان Whole Foods با کاهش ۱۰ درصدی

۵ سردیس بزرگان علم ساخته شد

کند. در دوره‌های مختلف جایزه جهانی مصطفی (ص) دانشمندان بسیار برجسته‌ای در ایران و برخی کشورهای اسلامی، انتخاب شدند. این منتخبین نه تنها در کشور و جهان اسلام سرآمد هستند، بلکه در سطح جهانی نیز به عنوان دانشمندان پیشتاز رشته خود محسوب می‌شوند. برای الگوسازی صحیح برای جوانان و نوجوانان جویای علم و در راستای تکریم هرچه بیشتر این منتخبین، از ۵ سردیس ساخته شده این دانشمندان در بوستان دانشمندان رونمایی شد. تندیس حسین بهاروند یکی از مجسمه‌های رونمایی شده بود. پروفسور حسین بهاروند که استاد زیست‌شناسی و فناوری سلول‌های بنیادی در پژوهشگاه رویان است، به خاطر اثر درمان پارکینسون و AMD چشم با سلول بنیادی موفق به دریافت این دوره از جایزه مصطفی (ص) شد. محمد عبدالاحد، دیگر دانشمند ایرانی بود که از سردیس او رونمایی شد. وی برای ترجمه رفتار سلول‌های سالم و سرطانی در حوزه الکترونیک و شیوه‌های نوین تشخیص سرطان، برنده جایزه مصطفی (ص) شد.

معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری با ایجاد جایزه بزرگ مصطفی (ص) تلاش کرد تا یک الگوی جدید برای تولید علم در جهان اسلام ایجاد کند. در هر دوره براساس معیارهای جهانی دانشمندان برجسته ایرانی و دیگر کشورهای اسلامی، انتخاب می‌شوند. این معاونت در راستای الگوسازی مناسب علمی و فرهنگ‌سازی برای جوانان، از ۵ سردیس دانشمندان برجسته مسلمان رونمایی کرد. در صورتی که الگوهای مناسب علمی وجود نداشته باشد، قشر کودک و نوجوان ممکن است برای الگوسازی ذهنی به صورت ناخودآگاه چشم به آن سوی مرزها بدوزد. این در حالی است که مشاهیر بسیار برجسته ایرانی وجود دارد که در حال حاضر در قید حیات هستند و برای پیشبرد دانش ملی و اسلامی تلاش می‌کنند. برای انتخاب و تکریم برجسته‌ترین دانشمندان ایران و جهان اسلام، بنیاد بزرگ مصطفی (ص) با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری تشکیل شد تا براساس متدهای بین‌المللی و با کمک خبرگان برجسته علمی، دانشمندان پیشتاز و سرآمد را معرفی



کارگاه برندینگ

رونمایی ایسر از مانیتورهای نسل جدید

به قلم: توماس آن جی کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل علی

برند ایسر در زمینه تولید رایانه‌های شخصی و انواع لوازم جانبی هوشمندش شهرت بسیار زیادی دارد. براساس اخبار رسمی سایت ایسر نسل جدید مانیتورهای این برند مجهز به فناوری تازه‌ای به منظور حفاظت هرچه بهتر از چشم کاربران است. این نسل از مانیتورها تحت عنوان Eye Safe روانه بازار خواهد شد.

ایسر در طول سال‌های اخیر علاوه بر تولید رایانه‌های شخصی اقدام به تولید مانیتورهای اختصاصی برای گیمینگ نیز کرده است. اگر از طرفدارهای عرصه گیمینگ به صورت حرفه‌ای باشید، آشنایی دقیقی با مانیتورهای ایسر دارید. یکی از مشکلات همیشگی گیمرها آسیب‌های ناشی از ساعت‌های طولانی بازی رایانه‌ای است. مشکل موردنظر با معرفی نسل جدید مانیتورهای ایسر به خوبی حل و فصل شده است.

ایسر با همکاری گروه TUV Rheinland در تلاش برای کاهش آسیب‌های ناشی از مانیتورهای گیمینگ طیف تازه‌ای از رنگ‌ها و خازن‌های هوشمند را مورد استفاده قرار داده است. بر این اساس طیف رنگ‌های مورد استفاده در مانیتورهای تازه ایسر ضرر بسیار کمتری برای چشم کاربران خواهد داشت. برنامه اصلی ایسر برای رونمایی از مانیتورهای موردنظر مربوط به ۳ ماهه پایانی سال جاری بود. با این حال شیوع ویروس کرونا بسیاری از برنامه‌های این برند را با مشکل مواجه کرده است.

اکنون نسخه‌های اولیه مانیتور تازه ایسر در بازارهای منتخب در دسترس است. همچنین فرآیند پیش‌خرید آنها نیز در تمام نقاط جهان شروع شده است. بازخوردهای دریافتی مثبت از سوی اغلب گیمرهای سرشناس در کشورهای مختلف پروژه ایسر را بدل به امید اصلی مدیران این شرکت کرده است.

منبع: brandingforum.org

آیفون ۱۳ نخستین گوشی هوشمند با حافظه تراابیتی

به قلم: تایلر لی خبرنگار
مترجم: امیر آل علی

اگرچه تنها چند هفته از عرضه جدیدترین محصول اپل با نام آیفون ۱۳ گذشته است، با این حال گمانه‌زنی‌ها در رابطه با محصول سال آینده، شروع شده و مهمترین شایعه در این زمینه، تلاش طراحان برای تولید نخستین گوشی جهان با حافظه تراابیتی است. در این راستا ذکر این نکته ضروری است که اپل در راستای افزایش سرعت و سازگاری بالاتر بخش‌های مختلف دستگاه خود، اجازه استفاده از کارت‌های حافظه را نمی‌دهد.

به همین خاطر نیز افزایش حجم داخلی، امری کاملاً ضروری خواهد بود. این امر به معنای آن است که اپل به اندازه یک لپ تاپ، حافظه در اختیار کاربران قرار خواهد داد. این امر در حالی است که در حال حاضر، بالاترین حافظه برای آیفون جدید، ۵۱۲ گیگابایت بوده است. این موضوع بدون شک باعث افزایش قیمت این محصول نیز خواهد شد. با این حال هنوز مشخص نیست که آیا سیاست حذف شارژر و ایرپاد، برای سال آینده نیز مورد استفاده قرار خواهد گرفت؟ در این راستا فراموش نکنید که اپل به عنوان محبوب‌ترین برند حوزه تولید گوشی‌های هوشمند محسوب شده و در چند سال اخیر، پیشگام طرح‌های نوآورانه بوده است. به همین خاطر باید منتظر تغییرات و پیشرفت‌های جدید تا سال آینده باشیم.

منبع: ubergizmo.com

نخستین همکاری تاریخ پورشه و ایسر کلید خورد

به قلم: چایم گار تنبرگ نویسنده حوزه تکنولوژی
مترجم: امیر آل علی

در ۱۵ سال اخیر، ایسر همواره یکی از ۵ برند اصلی تولید رایانه و لپ تاپ در جهان بوده است، با این حال بنابر اخبار منتشرشده به نظر می‌رسد که آنها چشم‌اندازی برای ارتقای جایگاه خود طی سه سال آینده داشته و در این رابطه همکاری با برندهای مطرح، یکی از سیاست‌های مدیران آن محسوب می‌شود. درواقع طلایی‌ترین دوران این شرکت تایوانی به سال ۲۰۱۰ برمی‌گردد که عنوان دوم بزرگ‌ترین تولیدکنندگان انواع رایانه‌ها را به دست آورده بود. در این راستا همکاری با پورشه، به گام نخست تبدیل شده است. اگرچه این دسته از اقدامات، در بین برندهای مختلف حوزه تکنولوژی، امری جدید محسوب نمی‌شود، با این حال نام این دو برند برای اولین بار در تاریخ با یکدیگر پیوند خورده و این امر باعث شده است تا بسیاری منتظر خروجی این همکاری باشند. در این راستا قرار است که یک مدل جدید با الهام از طرح خودرو محبوب پورشه از اس تولید شود که بدون شک جذابیت بسیاری را برای علاقه‌مندان این برند به همراه خواهد داشت. درواقع در صورت طرحی جذاب، احتمالاً بخش اعظمی از طرفداران و مشتریان پورشه، به صف خریداران محصول جدید، اضافه خواهند شد. نام این محصول جدید Porsche Design Acer Book RS خواهد بود و براساس پیش‌بینی‌ها قیمتی در حدود ۱۴۰ دلار را دارد. در این راستا هنوز مشخص نیست که این طرح در رده لوکس قرار خواهد گرفت و یا با تولید انبوه آن مواجه خواهیم بود.

منبع: theverge.com

برندها و مسئله ایجاد جنبش اجتماعی

بررسی ۷ راهکار کاربردی



رعایت شود، نیازی به پرداخت هزینه از سوی برندها نخواهد بود.
۵. طراحی راه‌های مختلف برای همکاری با جنبش
جنبش‌های اجتماعی امکان همکاری گسترده‌ای ایجاد می‌کنند. این امر موجب تمایل اغلب مردم برای همکاری با جنبش به منظور پیشبرد ارزش‌های اجتماعی می‌شود. ایجاد راه‌های ارتباطی مختلف برای همکاری با جنبش همیشه در جذابیت نهایی آن نقش دارد. هدف اصلی در اینجا تعیین حوزه‌های موردنیاز برای جلب همکاری مخاطب هدف و اعلام دقیق آنهاست. این امر موجب افزایش تمایل مشتریان برای همکاری با برند خواهد شد. متأسفانه برخی از کسب و کارها در این زمینه عملکرد ضعیفی دارند. به این ترتیب مخاطب هدف به طور مداوم نسبت به شیوه همکاری با جنبش موردنظر احساس سردرگمی می‌نماید.

۶. همکاری با دیگر برندها در پیشبرد اهداف

گاهی اوقات پیشبرد اهداف از عهده یک برند به تنهایی خارج است. به عنوان مثال، فعالیت در زمینه تامین حداقل پوشش بهداشتی و پزشکی برای مردم نیاز به حضور برندهای بزرگ و قدرتمند احساس می‌شود. اگر در این میان یک برند بدون پشتوانه‌ای مشخص اقدام به فعالیت نماید، شانس برای تاثیرگذاری مناسب نخواهد داشت. همین امر کسب و کارها را به سوی همکاری در راستای تاثیرگذاری بهتر بر روی جامعه هدایت می‌کند. امروزه برندهای بزرگ برای پیشبرد جنبش‌ها و اهداف اجتماعی والا اقدام به همکاری نزدیک با هم می‌کنند. نتیجه این امر امکان فراهم‌سازی شرایط مناسب برای زندگی بهتر است.

۷. شفافیت در مورد جنبش

مردم علاقه بسیار زیادی برای آگاهی از جزئیات فعالیت کسب و کارها در زمینه ارزش‌های اجتماعی دارند بنابراین کسب و کار شما باید به طور منظم گزارش‌هایی از پیشبرد امور ارائه دهد. در غیر این صورت جذابیت کسب و کار برای مخاطب هدف به تدریج از بین خواهد رفت. این امر در کنار کاهش انگیزه مشارکت مخاطب هدف در جنبش موجب ناکامی اهداف اصلی می‌شود.
منبع: brandingstrategiesinsider.com

بدون تردید رسیدگی به تمام مشکلات و نیازهای مردم در توان یک کسب و کار نیست. بنابراین باید از میان مشکلات مختلف دست به انتخاب بزینم، شاید این امر در ابتدا بسیار مشکل و امکان‌ناپذیر به نظر برسد، اما با تمرکز بر روی مشکلات جاری و ماهیت برند امکان انتخاب گزینه‌های مناسب وجود خواهد داشت. انتخاب موضوعاتی مشخص و واضح دارای اهمیت بالایی است. به عنوان مثال، اگر جنبش برند شما توانایی کاهش میزان خشونت علیه کودکان از مقدار X به Y را داشته باشد، توجه بسیار زیادی جلب خواهد کرد. مشتریان نیز در صورت مشاهده چنین امری تمایل بالاتری برای تعامل با برندها پیدا می‌کنند.

۳. ساده و انسانی‌سازی مشکلات

مردم برای تعامل با یک جنبش اجتماعی باید احساس نزدیکی با آن را تجربه نمایند. امروزه بسیاری از کمپین‌های مربوط به جلب نظر مردم به نکات و مشکلات مختلف از کمبود ساده و انسانی‌سازی ماجرا رنج می‌برند. این امر موجب بی‌توجهی مداوم مردم به جنبش موردنظر می‌شود. وقتی یک برند برای مدت زمانی طولانی توانایی جلب نظر مردم به جنبش اجتماعی‌اش را نداشته باشد، به تدریج اعتبارش در حوزه کسب و کار نیز خدشه‌دار خواهد شد بنابراین نیاز فوری هر برندی در زمینه ایجاد جنبش اجتماعی ساده و انسانی‌سازی مسئله است. اگر این امر مدنظر بازاریاب‌ها و مدیران ارشد شرکت قرار نداشته باشد، تعامل با مخاطب هدف و پیشبرد اهداف غیرممکن خواهد شد.

۴. شناسایی افراد داوطلب برای همکاری و دعوت از آنها

در میان مشتریان هر برند همیشه افراد مشخصی تمایل بیشتری به تعامل با برندها در زمینه جنبش‌های اجتماعی دارند. شناسایی این افراد و تلاش برای سرمایه‌گذاری بر روی آنها امکان پیشبرد هرچه بهتر جنبش را فراهم خواهد کرد. گاهی اوقات برندها برای تاثیرگذاری بیشتر بر روی مردم اقدام به همکاری با سلبریتی‌ها نیز می‌کنند. شاید در نگاه نخست همکاری با سلبریتی‌ها در مسیر تحقق یک هدف اجتماعی نیازمند هزینه بالایی باشد، اما امروزه بسیاری از افراد مشهور در صورت جذاب یافتن اهداف اجتماعی اقدام به همکاری با برندها بدون چشمداشت مادی می‌نمایند. مسئله اساسی در این میان پرهیز از تلاش برای برندسازی و برجسته‌سازی نقش برند است. اگر این امر

۷ راهکار برای تجربه فروش موفق

برای محاسبه طول چرخه فروش خود به ترتیب زیر عمل کنید:
۱- از ۲۰ فروش اخیر خود که ناموفق بوده فهرستی تهیه کنید.
۲- یادداشت کنید که هر کدام چه مدت به طول انجامیده است؟
۳- میانگین بگیرید.
همچنین شما می‌توانید با استفاده از فناوری مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) تصویر بهتری از فروش خود به دست آورید، به علاوه استفاده از این برنامه به شما در شناسایی مشتریان برتر و هدف قرار دادن گروه‌های خاص کمک می‌کند.
۲- اعداد و ارقام را بدانید:
به تعداد معاملات انجام شده در هر ماه و همچنین به میانگین چرخه فروش نگاه کنید. همچنین باید بدانید که چه نسبیتی از آنچه مورد انتظارتان بوده خریداری شده است. این ارقام به شما کمک می‌کند تا برای شرکت خود اهداف تعیین کنید.
۴- فعالانه پیگیری کنید:
قانون کلی برای هر کسب و کار جلب رضایت مشتری است. یکی از راه‌های جلوگیری از وقوع نارضایتی این است که ارباب رجوع را تشویق کنید تا در مورد فروشنده و تأمین‌کننده خود با شما صحبت کند.
۵- قرار ملاقات‌ها را حفظ کنید:
از فروش تلفنی خودداری کنید مگر در مواردی که کاملاً ضروری باشد. در عوض سعی کنید جلسه‌ای برای دیدار با مشتری ترتیب دهید. هنگامی که برای اولین بار در جلسه‌ای با مشتری شرکت می‌کنید، برگزارچی دومین جلسه به اندازه جلسه اول مهم است. اگر می‌خواهید به فروش قطعی نزدیک شوید باید کاری کنید که مشتری قرار ملاقات با شما را در تقویم خود داشته باشد.
۶- برای مخالفت‌های مشتری آماده شوید:

به قلم: میریام سیدیه کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل علی

بزرگ‌ترین برندها برای امری فراتر از محصولات‌شان در کنار مشتریان حضور پیدا می‌کنند. بدون تردید تلاش برای فروش محصولات در میان برندهای مختلف نقطه اشتراک محسوب می‌شود. اغلب برندهای بزرگ علاوه بر تلاش برای توسعه کسب و کار و فروش بیشتر اقدام به تعهد نسبت به یک ارزش اجتماعی و انسانی می‌کنند. این امر آنها را در کنار جامعه و مقابل آنچه دشمنان جامعه تلقی می‌شود، قرار خواهد داد. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای ساماندهی جنبش‌های اجتماعی با اهداف مختلف هستند. کمک به افراد نیازمند، حفاظت از محیط زیست، مقابله با آلودگی فرآیندها و شهرها و همچنین شرکت در کمپین‌هایی نظیر استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی از جمله تعهدات کسب و کارها محسوب می‌شود. بی‌تردید هر کسب و کاری علاقه‌مند به ساماندهی یک جنبش اجتماعی در راستای جلب دامنه هرچه وسیع‌تری از مشتریان است. نکته اساسی در این میان آشنایی با اصول این کار است. در ادامه برخی از نکات اساسی در این زمینه مورد بررسی دقیق قرار خواهد گرفت.

۱. رفتن به فراسوی برند

تمرکز بر روی اهداف اجتماعی اهمیت بسیار زیادی دارد. اشتباه برخی از برندها تلاش برای برندسازی و بازاریابی برای کسب و کارشان از طریق ارزش‌های اجتماعی است. این امر اغلب موجب بی‌اعتمادی مخاطب هدف به جنبش مورد نظر می‌شود. تمرکز بر روی اهداف و الزامات جنبش اجتماعی باید بیشتر از موقعیت و محاسبات مربوط به برند مدنظر قرار گیرد. این امر شامل تلاش برای تعامل با مخاطب هدف در راستای رسیدگی به ارزش اعلام شده کسب و کار است. اگر کسب و کار شما در زمینه حفاظت از محیط زیست تعهدات قابل ملاحظه‌ای دارد، باید تعامل نزدیکی با مشتریان به منظور جلب اعتماد و انگیزه‌شان در جنبش داشته باشید.

۲. شناسایی معضل مناسب و تمرکز بر روی آن

امروزه معضلات و مشکلات بسیار زیادی پیش روی مردم قرار دارد.

مترجم: اکرم دینانی: آیا تا به حال با کمبود محصول برای فروش مواجه شده‌اید؟ اگر پاسخ مثبت است، باید بدانید که بسیاری از مشاغل در معرض همین تغییرات و چالش‌ها هستند و شما تنها نیستید. با این حال، با تغییراتی ساده می‌توان مشکل را کاهش یا حتی آن را حل کرد. باید در مورد فرآیندهای فروش خود دقیق باشید. در ادامه به بیسان نکاتی در مورد چگونگی افزایش فروش دائمی می‌پردازیم:

۱- در تولید محصول سیستماتیک عمل کنید:

اولین قدم این است که اطمینان حاصل کنید شرکت شما به طور سیستماتیک، تولید کافی و دائمی برای ادامه کار در خط تولید خواهد داشت. بسیاری از کارآفرینان گرفتار درگیری‌های روزانه می‌شوند و فراموش می‌کنند که در مورد آینده کسب و کار خود فکر کنند. در هر فرصتی که به دست می‌آورد تعداد مشخصی هدف را برای چشم‌انداز موردنظر خود تعیین کنید.

برای رسیدن به این اهداف، هر هفته برای جلسات و دیدارهایی که می‌خواهید با مشتریان احتمالی داشته باشید، برنامه‌ریزی کنید. از مابقی زمان برای رسیدگی به پروژه‌های فروش دائمی خود استفاده کنید.

۲- چرخه فروش خود را بشناسید:

نوع کسب و کارتان چرخه فروش شما را تعیین می‌کند، یعنی مدت زمانی که از اولین زمان دیدار با مشتری احتمالی و بسته شدن قرارداد معامله سپری می‌شود. این امر می‌تواند از یک شرکت به شرکت دیگر بسیار متفاوت باشد، اما باید دقیقاً بدانید که به طور متوسط چه مدت طول می‌کشد و چگونه اندازه‌گیری شده است؛ بر حسب روز، هفته یا ماه؟

ایستگاه بازاریابی

توصیه‌های کوتاه برای بازاریابی بهتر

به قلم: گابریلا داماکنو کارشناس بازاریابی دیجیتال

ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی همیشه یکی از فعالیت‌های مهم برای کسب و کارها محسوب می‌شود. امروزه میزان وابستگی به فناوری آنلاین در تمام بخش‌های زندگی قابل ملاحظه است. عرصه کسب و کار نیز از این امر دور نمانده است. دیگر کمتر برندی به صورت سنتی اقدام به بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌کند. همین امر بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی فضای آنلاین را بدل به گزینه‌ای اجتناب‌ناپذیر کرده است.

تعامل با مشتریان یکی از بخش‌های مهم بازاریابی در جهان امروز محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان امکان تعامل با سرمایه‌گذارها و همچنین برندهای همکار با استفاده از تکنیک‌های بازاریابی است بنابراین عرصه بازاریابی فقط محدود به تعامل برندها با مشتریان‌شان نیست. در ادامه برخی از اصول و نکات مهم در زمینه بازاریابی به صورت بسیار سریع مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

چرا بازاریابی آنلاین مهم است؟

بسیاری از مردم ادعای آگاهی دقیق نسبت به دلایل اهمیت بازاریابی آنلاین را دارند. نکته مهم در این میان ضرورت بازشناسی دلایل اهمیت این امر است. بسیاری از بازاریاب‌ها و برندها نسبت به عرصه بازاریابی آگاهی محدودی دارند. کمک به جلب نظر مشتریان فقط بخشی از کارایی بازاریابی در عصر کنونی است. امروزه برندها از بازاریابی برای تاثیرگذاری بر روی سرمایه‌گذارها و به معنای معرفی تر جذب سرمایه نیز استفاده می‌کنند. با این حساب اگر یک برند همچنان به شیوه‌های سنتی برای بازاریابی اتکا داشته باشد، تا حد زیادی از رقایش عقب خواهد افتاد.

امروزه ارتباطات در عرصه کسب و کار حرف اول را می‌زند. برندهای دارای ارتباطات گسترده توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به صورت کاربردی را دارند. همچنین در زمینه تعامل با برندهای همکار نیز این‌ امر اهمیت بالایی دارد. بازاریابی به صورت تاثیرگذاری دارای اهمیت بسیار زیادی است. این امر دامنه ارتباطات برند را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. امروزه برندها نیاز بسیار زیادی برای تعامل با هم دارند. استفاده از تکنیک‌های بازاریابی آنلاین بخش قابل توجهی از نیازهای هر کسب و کار را رفع خواهد کرد.

کارآفرینان نیز امکان استفاده از مزیت‌های بازاریابی آنلاین را دارند. بسیاری از کارآفرینان در جست‌وجوی موقعیت کاری مناسب هستند. این امر در صورت تلاش برای بازاریابی فردی نتیجه بهتری را به همراه خواهد داشت. کارمندان شرکت‌های بزرگ همیشه توانایی بالایی در بازاریابی برای مهارت‌های‌شان دارند. درست به همین خاطر همیشه از موقعیت‌شان در شرکت‌ها رضایتمند هستند.

چگونه فرآیند بازاریابی آنلاین را شروع کنیم؟

شروع فرآیند بازاریابی آنلاین اهمیت بسیار زیادی دارد. فعالیت در یک حوزه همیشه با شروع‌اش سنجیده می‌شود. اگر یک کارآفرین یا کسب و کار در شروع یک فرآیند مشکل داشته باشد، برای همیشه درگیر اعتبار اندک و عدم اعتماد مخاطب هدف خواهد بود. در ادامه برخی از گام‌های اساسی در این حوزه را مورد ارزیابی دقیق قرار می‌دهیم.

استفاده از لینکدین

امروزه استفاده از لینکدین رواج بسیار زیادی در میان برندها دارد. بسیاری از برندها و کارآفرینان برای همکاری متقابل در این پلتفرم بزرگ حضور دارند. اگر شما نیز در جست‌وجوی کار هستید، باید حساب ویژه‌ای بر روی لینکدین نمایید. شاید این امر در ابتدا بسیار ساده‌انگارانه به نظر برسد، اما تاثیرگذاری بسیار بالایی برای کسب و کارها و همراه دارد. هرچه توانایی یک کسب و کار برای حضور بهتر در لینکدین افزایش یابد، علاوه بر امکان استخدام

کارمندان مناسب، شانس بیشتری برای جذب سرمایه نیز خواهد داشت.

جذب سرمایه می‌کنند.

تربدیت شبکه‌های اجتماعی عادی

بدون تردید شبکه‌های اجتماعی بسیار زیادی در دسترس برندها قرار دارد. لینکدین به عنوان یک شبکه اجتماعی حرفه‌ای و مخصوص کسب و کارها شناخته می‌شود. حضور در لینکدین نباید موجب بی‌توجهی به دیگر شبکه‌های اجتماعی شود. بازاریابی عمومی برای مشتریان در شبکه‌های اجتماعی محبوب مانند اینستاگرام بخشی از فرآیند تعامل با مخاطب هدف را شکل می‌دهد. در این میان داشتن برنامه‌ای مشخص برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ضرورت دارد.

بسیاری از برندها هیچ برنامه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ندارند. همین امر مشکلات بسیار زیادی برای آنها به ارمغان می‌آورد.

حفظ ارتباطات با مخاطب هدف

مخاطب هدف بازاریابی هر برند متفاوت است. نکته مهم در این میان تلاش برای حفظ ارتباط با مخاطب هدف علی رغم تمام تغییرات و دشواری‌های این عرصه است. اگر یک برند در تعامل با مخاطب هدف تداوم لازم را نشان ندهد، به سرعت با مشکلات عمیقی مواجه خواهد شد بنابراین برای حفظ تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید نسبت به این نکته توجه ویژه‌ای داشت.

منبع: smallbusinessbonfire.com



ناشی از آن را مهم ارزیابی می‌کنند.

نکته مهم درخصوص بازاریابی تلفنی توجه به سلیقه منحصر به فرد مشتریان و ارائه اطلاعات دقیق در مورد برند است. مشتریان هیچ علاقه‌ای برای خرید از برندهای نامشخص و فاقد اطلاعات دقیق ندارند بنابراین شما باید تمام تلاش‌تان برای ایجاد تغییر میان وضعیت کسب و کارتان انجام دهید.

بازاریابی در موتورهای جست‌وجو

موتورهای جست‌وجو در طول سال‌های اخیر دامنه وسیعی از سرمایه‌گذاری برندها را به خود اختصاص داده است. بسیاری از برندها با هدف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به بازاریابی در موتورهای جست‌وجو می‌کنند. این امر موجب افزایش بازگشت سرمایه‌گذاری برندها و همچنین دیده شدن‌شان از سوی مشتریان جهانی می‌شود. موتورهای جست‌وجو مانند گوگل به دلیل مراجعه کاربران از نقاط مختلف جهان امکانات بازاریابی جذابی در اختیار مشتریان قرار می‌دهد. یکی از امکانات جذاب در این میان توانایی برندها برای جلب نظر مخاطب هدف براساس موقعیت مکانی و همچنین کلیدواژه‌های جست‌وجو شده است. این امر به معنای عبور از دوره بازاریابی توده‌ای و پرهزینه است.

امروزه بسیاری از برندها تمایل به بازاریابی در مقیاس محلی دارند. این امر باید مد نظر موتورهای جست‌وجو نیز باشد. گوگل در این زمینه انتخاب موقعیت‌های مکانی برای نمایش تبلیغات به مخاطب هدف را معرفی کرده است. این امر مزیت های بسیار زیادی برای برندها به ارمغان می‌آورد. اگر این امر از دامنه فعالیت برندها حذف شود، علاوه بر افزایش هزینه‌های بازاریابی، میزان تاثیرگذاری برندها نیز به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت.

توجه به نکات مدیریت سنئو در تبلیغات در موتورهای جست‌وجو دارای اهمیت بسیار زیادی است. مدیریت سنئو به معنای استفاده از کلیدواژه‌های کاربردی برای نمایش هرچه بهتر محتوای تبلیغاتی است. خوشبختانه موتورهای جست‌وجو امکانات گسترده‌ای در اختیار برندها برای بازاریابی و تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف فراهم می‌کنند. یکی از ابزارهای موردنظر فراهم‌سازی داده‌ها و اطلاعات مناسب برای مدیریت سنو است.

تبلیغات پولی

تبلیغات پولی در فضای اینترنت به شیوه‌های زیادی انجام می‌شود. هنوز هم بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال تبلیغات پولی هستند. مشهورترین شیوه در این میان الگوی PPC یا پرداخت در ازای هر کلیک از سوی کاربران است. این شیوه برمبنای پرداخت هزینه از سوی برندها در ازای هر کلیک از سوی کاربران مدیریت می‌شود. با این حساب هزینه بازاریابی و تبلیغات برندها به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت.

بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به دنبال راهکارهای دیگر برای تبلیغات پولی بوده‌اند، اما هیچ‌کدام به اندازه شیوه موردنظر تاثیرگذاری به همراه ندارد. بنابراین تمام کسب و کارها باید به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس همین شیوه باشند.

شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی در طول سال‌های اخیر تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف داشته‌اند. بسیاری از برندها در این میان با توجه به سطح فزاینده نیازشان برای بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف به سراغ شبکه‌های اجتماعی آمده‌اند. یکی از مزیت‌های اصلی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی عدم نیاز به پرداخت هزینه در بازه‌های زمانی مداوم است. بازاریابی ارگانیک یکی از شیوه‌های رایج برای جلب نظر مخاطب هدف محسوب می‌شود. این امر با توجه به کاهش توان مالی کسب و کارها در طول ماه‌های اخیر و به دنبال شیوع ویروس کرونا یکی از بهترین گزینه‌های بازاریابی و افزایش دامنه مشتریان برند محسوب می‌گردد.

امروزه برندها برای حضور در شبکه‌های اجتماعی فقط نیاز به ثبت نام اولیه و تبدیل اکانت‌شان به حساب کاربری تجاری دارند بنابراین حضور در فضای مورد نظر بسا کمترین هزینه ممکن نیز امکان‌پذیر خواهد بود. نکته مهم دیگر در این میان امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس همکاری تبلیغاتی با دیگر برندهاست. بسیاری از برندهای معتبر در سطح جهان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال همکاری با دیگر برندها هستند. این امر تاثیرگذاری بسیار زیادی در جلب نظر مخاطب هدف به همراه دارد بنابراین مشاهده شمار فزاینده‌ای از همکاری برندها در مسیر جلب نظر مخاطب هدف امری طبیعی محسوب می‌شود.

بازاریابی با محوریت آشنایی مشتریان با کسب و کار

بسیاری از کمپین‌های بازاریابی با هدف آشنا ساختن مخاطب هدف با کسب و کار صورت می‌گیرد. بدون تردید بسیاری از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال فروش بیشتر هستند، اما این امر بدون سرمایه‌گذاری و ارزیابی درست فضای کسب و کار صورت نخواهد پذیرفت.

آشنایی مشتریان با کسب و کار و ماهیت برند امکان افزایش جذابیت برند در نگاه مشتریان را به همراه دارد. بسیاری از کسب و کارها در این مسیر برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به نمایش پشت صحنه کسب و کارشان نیز می‌کنند. پشت صحنه کسب و کارها همیشه برای مشتریان جذابیت دارد. به عنوان مثال، اگر برند شما در زمینه تولید تلویزیون‌های هوشمند فعالیت دارد، نمایش پشت صحنه تولید این دستگاه‌های دیجیتال برای مشتریان جذابیت بسیار زیادی خواهد داشت. سالانه شمار بالایی از برندها با هدف جلب نظر مخاطب هدف وارد این عرصه می‌شوند. بدون تردید تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف براساس آشنا ساختن آنها با کسب و کارمان علاوه بر تاثیرگذاری بالا متضمن صرفه‌جویی قابل ملاحظه در هزینه‌ها نیز خواهد بود.

امروزه بازاریابی و جلب نظر مشتریان در حوزه‌های مختلف دارای اهمیت بسیار زیادی است. کسب و کارها بدون جلب نظر مداوم مشتریان تازه امکان ادامه روند سودآوری‌شان را نخواهند داشت. همچنین بسیاری از کسب و کارها با توجه به شرایط اقتصادی ناشی از کرونا توانایی ادامه روندهای قبلی بازاریابی و یافتن مشتریان تازه را ندارند. با این حساب استفاده از گزینه‌های مورد بحث در این مقاله برای افزایش دامنه مشتریان امری ضروری محسوب می‌شود.

منبع: g2.learn.com

چگونه مشتری تازه برای برندهمان پیدا کنیم؟

راهکارهای نوین بازاریابی و جذب مشتریان تازه

و کارها توانایی مدیریت مراسم‌های آنلاین به همان کیفیت مراسم‌های حضوری را نداشته باشند، فرآیند جلب نظر مشتریان تازه دست‌کم برای چند ماه آینده منتفی خواهد شد.

تلویزیون و رادیو

شاید در نگاه نخست بازاریابی و جلب مشتری تازه در تلویزیون و رادیو ایده قدیمی به نظر برسد، اما هنوز هم شمار بالایی از مردم به تلویزیون و رادیو توجه ویژه دارند. کسب و کارها برای هدف‌گذاری محلی بر روی مشتریان هیچ ابزاری بهتر از تلویزیون و رادیو در اختیار ندارند. امروزه اغلب شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی محلی دارای مخاطب بالایی در میان منطقه هستند. این امر مزیت بازاریابی و تبلیغات قابل ملاحظه‌ای در اختیار شبکه‌های موردنظر قرار می‌دهد.

بسیاری از برندهای بزرگ نیز برای حضور در بازارهای محلی اقدام به استفاده از توانایی بازاریابی تلویزیون و رادیوهای محلی می‌کنند. این امر در مقیاسی وسیع فقط محدود به بازاریابی و توسعه کسب و کار در سطح محلی نیست. بسیاری از مراسم‌ها و مسابقات بزرگ از کانال‌های معتبر پوشش داده می‌شود. این امر گزینه جذابی در اختیار برندها برای همکاری بازاریابی با کانال‌های موردنظر به منظور افزایش دامنه مشتریان هدف قرار می‌دهد. یکی از نکات مهم در این میان توجه به دامنه مشتریان کسب و کار و میزان علاقه‌شان به رویدادهای موردنظر است. اشتباه برخی از برندها در این میان ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دلخواه کسب و کارشان است. دلیل این امر انتخاب برنامه‌ها یا مسابقات نامهمنگ با سلیقه مشتریان است.



استفاده از تلویزیون و رادیو برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این مسیر با شرایط ویژه‌ای مواجه هستند. یکی از نیازهای اساسی کسب و کارها الگوبرداری از برندهای معتبر برای بهبود وضعیت کسب و کارشان است. اگر این امر مورد توجه برندها قرار نگیرد، در عمل نیاز به زمان و هزینه بسیار زیادی به منظور بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف خواهند داشت این امر در عمل مشکلات عمده و حل‌ناشدنی پیش روی کسب و کارها قرار می‌دهد.

تبلیغات چاپی

تبلیغات فقط محدود به عرصه دیجیتال نیست. بسیاری از کسب و کارها در زمینه تبلیغات و بازاریابی فقط به دنبال گزینه‌های دیجیتال هستند. دلیل این امر ارزیابی سلیقه کاربران براساس احساس نزدیکی به تبلیغات دیجیتال است. نکته مهم در این‌ میان تداوم تاثیرگذاری تبلیغات چاپی حتی در دوران اوج شکوفایی فناوری‌های دیجیتال است. امروزه هنوز هم تبلیغات در اتوبان‌ها در قالب بلیبورد تاثیرگذاری خاص خود را دارد. این امر باید مدنظر برندها به منظور تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف قرار داشته باشد. در غیر این صورت سرمایه‌گذاری بیش از اندازه بر روی حوزه دیجیتال شمار بالایی از فرصت‌های دیگر برندها را از بین می‌برد.

تبلیغات چاپی یک نوع سرمایه‌گذاری مطمئن برای جلب نظر مخاطب هدف است. دلیل این امر کاهش هزینه‌های تبلیغات چاپی به دلیل کاهش تقاضا از سوی برندهاست. این امر فرصت مناسبی در اختیار کسب و کارها به منظور بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف در بازارهای مختلف قرار می‌دهد. هرچه توانایی کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس شیوه‌های مختلف تبلیغات چاپی بیشتر باشد، در نهایت دامنه تازه‌تری از مشتریان با هزینه‌های اندک را گردآوری خواهند کرد.

بازاریابی تلفنی

تماس با مشتریان هدف یکی از شیوه‌های قدیمی و کمتر مورد توجه کسب و کارها محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از کسب و کارها دیگر کارایی برای تماس‌های تلفنی قائل نیستند. دلیل این امر افزایش شیوه‌های بازاریابی و تعامل با مشتریان است. با این حساب بررسی موضوع موردنظر در این بخش باید دلیل مشخصی داشته باشد. یکی از دلایل اصلی برای بررسی بازاریابی تلفنی تداوم تاثیرگذاری‌اش بر روی مخاطب هدف به رغم مخالفت‌های گسترده از سوی برندهای مختلف است. امروزه هنوز هم بسیاری از مردم تماس‌های تلفنی و بازاریابی

به قلم: تیتاس گولاس موسس و مدیرعامل آژانس روابط عمومی نیدیو
ترجمه: علی آل‌علی

جذب مشتریان تازه در هر کسب و کاری ضرورت دارد. هیچ کسب و کاری بدون جلب نظر مشتریان تازه به صورت مداوم توانایی ادامه حضور در یک بازار را ندارد بنابراین باید برنامه‌ای ویژه از سوی کسب و کارها برای این امر وجود داشته باشد. امروزه شمار بالایی از کسب و کارها در زمینه یافتن مشتریان تازه برای برنشان دچار مشکل هستند. در ادامه ابتدا فرآیند جلب نظر مشتریان تازه و سپس راهکارهایی مناسب برای آن را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

جلب نظر مشتریان تازه به چه معناست؟

جلب نظر مشتریان تازه به معنای تلاش برای گسترش دامنه مشتریان کسب و کار است. این امر همیشه به معنای حضور در بازارهای تازه نیست. بدون تردید هیچ برندی توانایی جلب نظر تمام مشتریان یک بازار را ندارد بنابراین گاهی اوقات کسب و کارها نیاز به برنامه‌های تازه برای جلب نظر شمار بالاتری از مشتریان در میان بازار اولیه هستند. این امر اغلب از سوی کسب و کارها برای افزایش سودآوری‌شان دنبال می‌شود.

برخی از کسب و کارها برای جلب نظر مشتریان تازه به دنبال بازارهای تازه هستند. این امر نوعی اشتباه در زمینه ارزیابی وضعیت برند است. اگر یک برند توانایی جلب نظر تمام مشتریان یک بازار را داشته باشد، به سراغ بازاری تازه می‌رود. امروزه حتی برندهای بسیار بزرگ نیز توانایی جلب نظر مشتریان یک بازار به طور کامل را ندارند بنابراین باید به حوزه‌های نسبی بازارها توجه داشت.

جلب نظر مشتریان تازه با شیوه‌های متفاوتی دنبال می‌شود. یکی از شیوه‌های رایج در این میان استفاده از کمپین‌های بازاریابی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. بسیاری از برندها به دلیل ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال سرمایه‌گذاری هتنگت بر روی حوزه بازاریابی و تبلیغات هستند. اگرچه صرف هزینه در این زمینه راهکار مناسبی محسوب می‌شود، اما به تنهایی برای بهبود وضعیت کسب و کار کافی نیست.

شیوه‌های اصلی جلب نظر مشتریان بیشتر

جلب نظر مشتریان بیشتر به کسب و کار هرگز کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها به طور مداوم در این مسیر با شکست‌های سنگین مواجه می‌شوند. با این حساب تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان هدف به گونه‌ای مناسب و با استفاده از شیوه‌های مطمئن ضروری خواهد بود.

امروزه اغلب کسب و کارها برای بازاریابی و جلب نظر مشتریان تازه اقدام به ارزیابی دوباره کانال‌های ارتباطی‌شان می‌کنند. بهترین شیوه‌های بازاریابی شامل مهم‌ترین نقاط حضور مشتریان است بنابراین برندها باید به دنبال یافتن نقاط حضور مشتریان و تلاش برای تعامل با آنها باشند در غیر این صورت نتیجه مناسبی در انتظار شیوه بازاریابی و جلب مشتری آنها نخواهد بود.

بدون تردید گزینه‌های بسیار زیادی در اختیار برندها برای بازاریابی و جلب نظر مشتریان وجود دارد. برخی از شیوه‌ها نظیر شبکه‌های اجتماعی، همکاری با اینفلوئنسر‌ها، برگزاری رویدادهای مهم و همکاری با دیگر شرکت‌ها رواج بالایی دارد. نکته مهم در این میان شناخت اندک و گاه نادرست کسب و کارها از شیوه‌های موردنظر است. این امر شناسایی دوباره موارد فوق را ضروری می‌سازد. اگر کسب و کارها به این نکته مهم توجه نداشته باشند، به سرعت با مشکلات اساسی مواجه خواهند شد. در ادامه به بررسی برخی از کانال‌های تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف و افزایش دامنه مشتریان برند اشاره خواهیم کرد.

استفاده مناسب از رویدادها

میزبانی یا برگزاری یک رویداد مهم گزینه جذابی برای جلب نظر مشتریان تازه خواهد بود. سالانه رویدادهای بسیار زیادی در عرصه کسب و کار اتفاق می‌افتد. اغلب رویدادهای موردنظر ماهیت تخصصی و بازاریابی دارد. هدف از برگزاری رویدادها به طور کلی بهبود رابطه میان برند و دیگر شرکت و همچنین افزایش دامنه مشتریان کسب و کار است بنابراین هر کسب و کاری در این زمینه دارای اهداف منحصر به فردش است.

مشتریان علاقه بسیار زیادی به رویدادهای مربوط به برندها دارند. دلیل این امر امکان آشنایی با کسب و کارهای متعدد و همچنین دریافت تخفیف‌های جذاب است. تعامل میان برندها در مراسم‌های بزرگ دارای اهمیت بسیار زیادی است. وقتی مشتریان زیادی پیرامون یک رویداد جمع می‌شوند، هرگونه فعالیتی از سوی برندها با دقت مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. برگزارکنندگان مراسم‌های کاری همیشه مورد توجه بیشتر مشتریان قرار دارند بنابراین در صورت امکان باید کسب و کار شما اقدام به برگزاری مراسم‌های کاری نماید. در غیر این صورت سرنوشت چندان مناسبی در انتظار کسب و کار شما نخواهد بود. بسیاری از برندها در این مسیر با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند. یکی از مشکلات اساسی برندها ناتوانی برای برگزاری یک مراسم جذاب براساس ایده‌های تعاملی است.

امروزه مشتریان تمایل به تعامل با برندها در فرآیند برگزاری مراسم کاری دارند. بنابراین هرچه توانایی یک کسب و کار برای تعامل با مشتریان در حوزه‌های مختلف بیشتر باشد، در نهایت فرآیند موردنظر تاثیرگذاری بهتری خواهد داشت.

انتخاب مکان مناسب برای برگزاری مراسم شرکت دارای اهمیت بسیار زیادی است. امروزه بسیاری از کسب و کارها به دنبال برگزاری مراسم‌های کاری‌شان در نقاط قابل دسترسی در شهرهای بزرگ هستند. این امر حضور دامنه وسیعی از مشتریان در مراسم شرکت را تضمین خواهد کرد. بدون شک اگر مراسم یک برند با استقبال اندک مشتریان همراه شود، بسیاری از کسب و کارها ارزیابی نامناسبی از برند موردنظر خواهند داشت. این امر گاهی اوقات موجب از رده خارج شدن کسب و کارها نیز می‌شود بنابراین برگزاری مراسم‌های کاری باید با نهایت دقت و توجه به سلیقه مخاطب هدف صورت گیرد.

امروزه بسیاری از کسب و کارها به دلیل شیوع ویروس کرونا توانایی مدیریت مراسم‌های حضوری را ندارند بنابراین جهت‌گیری به سوی مراسم‌های غیرحضوری و آنلاین گزینه اجتناب‌ناپذیری خواهد بود. یکی از زنگنه‌ای‌های مداوم کسب و کارها در این زمینه مربوط به ناتوانی برای مدیریت بهینه کسب و کارشان و مراسم موردنظر است. اگر کسب

رهبری

تجهیز محل کار برای کارمندان دارای ناتوانی

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

براساس گزارش موسسه CDC، ۲۶ درصد از نیروی کار آمریکایی دارای انواع ناتوانی‌ها هستند. این امر فعالیت کاری برای این دسته از افراد را سخت‌تر از دیگران می‌کند. بر این اساس از هر ۲۰ کارمند در یک شرکت به طور میانگین ۵ نفر با ناتوانی‌های مختلف مواجه هستند. شاید این امر تعجب‌آور باشد. نکته مهم در این میان تلاش افراد دارای ناتوانی برای پنهان‌سازی این امر به دلیل قضاوت‌های دیگران و همچنین نگرانی در مورد امکان از دست دادن موقعیت شغلی است. امروزه بسیاری از شرکت‌ها همکاری با کارمندان دارای ناتوانی را امری طبیعی قلمداد می‌کنند. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای تعامل مناسب با چنین کارمندانی به همراه تجهیز محل کار به منظور فعالیت بهینه آنهاست. در این مقاله برخی از نکات مهم برای تجهیز محل کار به منظور فعالیت مناسب و آسان کارمندان دارای ناتوانی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

آموزش اعضای شرکت

تبدیل محل کار با محیطی امن و سازگار با شرایط افراد ناتوان یا کم‌توان نیازمند آموزش‌های خاصی است. این امر اغلب مورد بی‌توجهی کسب و کارها قرار می‌گیرد. آیا شما به عنوان مدیر یا کارمند یک شرکت نحوه تعامل مناسب با افراد دارای کم‌توانی یا ناتوانی را می‌دانید؟ امروزه ناتوانی‌های مختلفی گریبانگیر انسان‌ها در سراسر دنیاست بنابراین باید شناخت درستی از انواع ناتوانی‌ها و شیوه‌های کمک به افراد دارای چنین مشکلاتی داشته باشیم.

خوشبختانه دوره‌های آموزشی بسیار زیادی به منظور ارتقای دانش کارمندان از ناتوانی‌های مختلف و نحوه کمک به کارمندان درگیر با چنین مشکلاتی وجود دارد. نکته جالب در این میان ارائه اغلب آموزش‌های موردنظر به صورت رایگان از سوی موسسه‌های خیریه یا سازمان‌های دولتی است بنابراین در مرحله نخست نیاز به صرف هزینه از سوی کسب و کارها نخواهد بود. امروزه در کسب و کارهای بزرگ برخی از مدیران ارشد به کمک اطلاعات مناسب اعضای شرکت نحوه تعامل مناسب با افراد دارای ناتوانی موفق به کسب موقعیت‌های سازمانی تاثیرگذار شده‌اند. توسعه فرهنگ شرکت پیرامون این امر تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین بهبود شرایط کسب و کار دارد.

مشورت با کارمندان دارای ناتوانی

افراد دارای ناتوانی بهترین منبع برای آگاهی از اقدامات موردنیاز برای ایجاد محیط کاری مناسب برای فعالیت‌شان هستند. اغلب کسب و کارها در فرآیند تجهیز دفتر کار به این افراد توجه ندارند. همین امر موجب عدم تاثیرگذاری اقدامات موردنظر در مراحل پایانی می‌شود. تدارک شرایط مناسب برای کارمندان بدون مشورت با آنها امکان‌پذیر نیست. مدیران شرکت به طور معمول دارای ناتوانی‌های مشابه نیستند. همین امر درک آنها در وضعیت کارمندان‌شان را همراه با حدس و گمان می‌سازد. اگر یک کسب و کار شرایط کسب اطلاعات دقیق از کارمندانش را داشته باشد، باید نسبت به این امر اقدام نماید. مزیت این امر پرهیز از تکرار دوباره فرآیند تجهیز محل کار است.

امروزه طراح‌های داخلی در حوزه صنعتی آگاهی بالایی از تجهیز محیط کار مطابق با اصول مناسب برای افراد دارای انواع ناتوانی دارند. یکی از توصیه‌های اساسی در این میان ایجاد ارتباط با طراح داخلی دفتر شرکت و کارمندان دارای ناتوانی است. این امر باید همراه با ایجاد شرایطی به منظور بیان کامل نیازها از سوی افراد دارای ناتوانی صورت گیرد. در بسیاری از مواقع افراد دارای ناتوانی از بیان نیازهای‌شان اجتناب می‌کنند. دلیل این امر نگرانی نسبت به داورهای غلط و کاهش شانس‌شان برای حفظ موقعیت سازمانی‌شان است. ایجاد اعتماد میان کارمندان و مدیران در مورد وضعیت ناتوانی و ماهیت طبیعی‌اش اهمیت بالایی دارد. فقط در این صورت امکان اقدام برای مشورت با چنین کارمندانی به منظور بهبود شرایط شرکت فراهم خواهد شد.

استفاده از تجهیزات مناسب و اولیه

بسیاری از تجهیزات مربوط به کمک به افراد دارای ناتوانی در محل کار دارای ماهیت عمومی هستند. این تجهیزات برخی از ناتوانی‌های اساسی مانند نابینایی یا نیاز به عبور و مرور و ویلچر را پشتیبانی می‌کند. استفاده از ورودی و خروجی مناسب برای افراد دارای ویلچر یکی از مهمترین نکات در مورد تجهیز شرکت‌هاست. بسیاری از افراد دارای کم‌توانی حرکتی علاقه‌ای به کمک گرفتن مداوم از دیگران برای ورود و خروج از شرکت ندارند. این امر باید مدنظر مدیران ارشد به هنگام طراحی راهرو و ورودی و خروجی‌های ساختمان اصلی شرکت باشد. اگر این امر مورد توجه قرار نگیرد، بخش قابل ملاحظه‌ای از کارمندان دارای ناتوانی با مشکل برای حضور به موقع در محل کار مواجه خواهند شد.

اغلب مشکلات مربوط به افراد دارای ناتوانی در محیط کار به سادگی امکان حل و فصل دارد. مسئله اساسی در این میان توجه به نحوه تعامل با آنها و پیش‌بینی نکات اساسی برای رفع مشکل‌شان است.

ایجاد تغییرات قابل ملاحظه

اغلب افراد دارای ناتوانی در صورت مشاهده ایجاد تغییرات در شرکت انگیزه بسیار بیشتری برای فعالیت و کوشش بیشتر پیدا می‌کنند. یکی از مشکلات اصلی افراد دارای ناتوانی مشاهده بی‌تفاوتی دیگران نسبت به مشکلات‌شان است. این امر همراه با تجربه تلخ برکناری از کار به دلیل مشکلات موردنظر آنها را دچار نگرانی مداوم می‌سازد. ایجاد تغییرات قابل ملاحظه در وضعیت شرکت دارای اهمیت بسیار زیادی است. این امر سیگنال مهمی در زمینه بهبود وضعیت کسب و کار برای کارمندان محسوب می‌شود. اگر کسب و کارها به این نکته مهم توجه نداشته باشند، بخش قابل ملاحظه‌ای از فرآیند تعامل با مخاطب هدف با مشکلات اجتناب‌ناپذیری همراه خواهد شد. ایجاد تغییرات ساده در نحوه فعالیت شرکت و ایمن ساختن محیط کار برای افراد دارای ناتوانی جزئی از ضرورت‌های کسب و کار مدرن است. مشتریان شرکت‌ها نیز در این مسیر انتظارات قابل ملاحظه‌ای دارند بنابراین کمک به کارمندان دارای ناتوانی مقدمه‌ای برای کمک به مشتریان دارای وضعیت مشابه خواهد بود.

منبع: noobpreneur.com



یعنی کسب و کار در زمان بحران چگونه می‌تواند قابلیت‌های خود و شرکای کسب و کار را به کار بگیرد تا هدف کسب و کار علی‌رغم اعمال تغییرات، محقق شود.

کسب و کارهایی که به یادگیری اهمیت می‌دهند، دارای چابکی استراتژیک هستند:

یکی از موارد مهمی که موجب می‌شود کسب و کارها چابکی استراتژیک داشته باشند توجه به «یادگیری مداوم» است. یادگیری مداوم کمک می‌کند شما محیط کسب و کار، رقبا و تکنولوژی روز حیطه فعالیت خود را بهتر بشناسید. بنابراین احتمال اینکه فرصت‌های جدید کسب و کار را بیابید، بیشتر می‌شود. وقتی یک سازمانی یادگیرنده است یعنی اعضای این سازمان و کسب و کار به روز و پویا هستند بنابراین در روبرویی با بحران‌ها بهتر عمل می‌کنند.

در آموزش‌های کسب و کار به کارآفرینان توصیه می‌شود پیوسته به دنبال یادگیری باشند و تجربه ثابت کرده که یادگیری مداوم خود یکی از ویژگی‌های کارآفرینان موفق است. نمونه‌های بسیاری داریم از کارآفرینانی که مدتی پس از شروع کسب و کار خود، به فراگیری دوره‌های جدید مرتبط با کسب و کار خود روی می‌آورند و یا به تحصیلات آکادمیک می‌پردازند تا دانش و تجربه را برای موفقیت خود ترکیب کنند.

منبع: modirinfo

پرتنشی مثل بحران کرونا دائما در جست و جوی فرصت‌های جدید کسب و کار باشند.

شرکت‌ها و کسب و کارها برای اینکه چابکی استراتژیک داشته باشند به چه ویژگی‌هایی نیاز دارند؟

۱-وضوح چشم‌انداز:

هر چقدر چشم‌انداز کسب و کار واضح‌تر و قوی‌تر باشد در تنش‌ها و بحران‌ها بهتر می‌تواند تغییراتی در خود به وجود بیاورد که در راستای رسیدن به چشم‌انداز باشد و کسب و کار را از مسیر اصلی خود منحرف نکند.

۲-شناخت قابلیت‌های اصلی کسب و کار:

هر چقدر قابلیت‌های کسب و کار خود را بهتر شناسیم در مواقع بحران می‌توانیم تصمیمات درست‌تری بگیریم که علاوه بر اعمال تغییرات، همچنان ارزش مورد نیاز مشتری را برایش فراهم کنیم.

۳-یکنواختی در مسئولیت مشترک:

یعنی بخش‌های مختلف زنجیره کسب و کار اعم از تامین مواد اولیه، تولید و فرآوری، توزیع و ... چقدر برای پاسخگویی به مشتری با هم هماهنگ هستند. هر چقدر این هماهنگی بیشتر باشد کسب و کار در روبرویی با بحران‌ها بهتر عمل خواهد کرد.

۴-اقدام برای دستیابی به هدف:

۲۱ نکته برای موفقیت کارآفرینان جوان و مشتاق

۷. با ترس‌های‌تان روبه‌رو شوید
غلبه بر ترس‌های‌مان، اصلا آسان نیست، اما باید از پشش بریباییم. به گفته آریانا هافینگتون (Arianna Huffington):

شجاعت مثل یک ماهیچه است، هرچه بیشتر از آن کار بکشید، قوی‌تر می‌شود.

۸. عمل کنید و دست به کار شوید

جهان سرشار از ایده‌های فوق‌العاده است، اما موفقیت تنها همراه با عمل است. والت دیزنی (Walt Disney) می‌گوید:

آسان‌ترین راه برای دست به کار شدن، این است که کمتر حرف بزنیم و بیشتر عمل کنیم. همین موضوع برای موفقیت هم صدق می‌کند.

۹. به خودتان زمان بدهید

هیچ‌کس بلافاصله موفق نمی‌شود و همه انسان‌های موفق، روزی از صفر شروع کرده‌اند. همان‌طور که استیو جابز (Steve Jobs)، بسیار هوشمندانه درباره این قضیه گفت:

اگر دقیق‌تر نگاه کنید، متوجه می‌شوید که اغلب موفقیت‌های یک‌شبه، عمری طول کشیده است.

از وقت گذاشتن برای شرکت‌تان نترسید.

۱۰. به جای زمان، انرژی شما، توانایی‌های‌تان را محدود می‌کند بنابراین، انرژی

خود را عاقلانه مدیریت کنید.

۱۱. یک تیم فوق‌العاده تشکیل دهید

هیچ‌کس به تنهایی موفق نمی‌شود و کسانی که سعی می‌کنند گرگ تنها باشند، هر بار بازی را به تیم بزرگی می‌بازند. برای تقویت موفقیت خود، تیم بزرگی تشکیل دهید.

۱۲. افراد باشخصیتی را استخدام کنید

زمانی که می‌خواهید اعضای تیم خود را استخدام کنید، به دنبال شخصیت، ارزش و اعتقادات باشید چراکه شما همیشه می‌توانید به افراد، مهارت‌های مختلف را آموزش دهید، اما نمی‌توانید ارزش‌ها و اعتقادات کسی را متناسب با شرکت خود کنید.

۱۳. برای سرمایه اولیه خود، برنامه‌ریزی کنید

ریچارد هاروچ(Richard Harroch)، یک سرمایه‌گذار شجاع، به کارآفرینان توصیه می‌کند:

افزایش سرمایه بسیار سخت‌تر از آن چیزی است که فکرش را می‌کنید و همیشه هم طول می‌کشد. پس برای آن برنامه‌ریزی کنید.

۱۴. از اهداف خود، آگاه باشید

رایان آلیس (Ryan Allis)، یکی از بنیان‌گذاران آی‌کانتکت (Contact)، می‌گوید:

اگر برای برنامه هر روز خود، پایانی در نظر داشته باشید، بی‌شک برای رسیدن به آن تلاش می‌کنید. برای خود، اهدافی مشخص کنید و

با حضور ریاست دانشگاه علوم پزشکی مازندران و نماینده ولی فقیه در مصی ساری برگزار شد:

جلسه قرارگاه سلامت و معنویت استان

ساری - دهقان: رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در جلسه قرارگاه سلامت و معنویت گفت: طبق فرمایش مقام معظم رهبری استفاده از ظرفیت مردمی نقطه عطف در زمینه مدیریت بیماری کرونا است دکتر سیدعباس موسوی با بیان اینکه اکنون بیماری به شکلی درآمده که مدیریت و کنترل آن تا زمانی که واکسن و دارویی کشف شود با وحدت عمومی و اجتماعی آحاد مردم اتفاق می افتد، بیان داشت: تفاوت مازندران با استان های دیگر وجود پزشک خانواده است که متولی غربالگری کردن و شناسایی بیماران است. وی بیماران مبتلا را شامل دو دسته عنوان کرد که برخی شناسایی شده و باید بستری شوند و برخی دیگر نیز شدت بیماری آن ها کمتر است و باید قرنطینه شوند ، مطرح کردن پیشنهاد «کنترل قرنطینه مبتلایان، سالمندان و افراد دارای بیماری زمینه‌ای» با استفاده از ظرفیت بسیج، دهیاری ها و مراکز بهداشت، خواستار حمایت از افراد قرنطینه شده که از نظر معیشتی دچار مشکل می‌شوند و نیاز به حمایت دارند شد و تأکید کرد: با رفع نیازمندی های این افراد، بیماران را از دسترس اجتماع خارج کنیم. رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران با اشاره به این که افراد مسن بالای ۶۰ سال و افرادی که بیماری زمینه‌ای دارند باید کمترین حضور را در اجتماع داشته باشند، بیان کرد: بهترین واکسیناسیون استفاده از ماسک است که خوشبختانه میزان استفاده از ماسک افزایش یافت باید به یک فرهنگ عمومی تبدیل شود. وی با اشاره به اینکه ویروس کرونا برعکس دیگر ویروسها زمان زیادی روی سطوح می ماند اضافه کرد: ضدعفونی کردن سطوح، تهویه مناسب، ماسک زدن، شستن مستمر دست ها، رعایت فاصله فیزیکی و عدم حضور در تجمعات می تواند به کنترل و کاهش ابتلا به بیماری کمک کند.



مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم؛

در شرایط کنونی توجه به فرهنگ سازی پروتکل های بهداشتی بیش از پیش ضروری به نظر می رسد



افزود: از این رو توجه به مراکز و شخصیت‌های تاثیرگذار دینی، فرهنگی و هنری و بهره‌مندی از ظرفیت‌های ایشان در این خصوص بسیار حائز اهمیت بوده و رسانه‌ها باید بیش از گذشته و جدی‌تر

قم - خبرنگار فرصت امروز: سیدموسی حسینی کاشانی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم گفت: در شرایط کنونی شیوع ویروس کرونا توجه به فرهنگ‌سازی پروتکل‌های بهداشتی بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، سیدموسی حسینی کاشانی در دومین جلسه کمیته بررسی رویکردهای نوین رسانه‌های و فرهنگی جهت مقابله با ویروس کرونا تأکید کرد: با استناد به گزارش‌های وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، همچنین ستاد ملی کرونا، وضعیت شیوع این ویروس و گسترش بیماری کووید ۱۹ همزمان با ورود به فصل سرما، بسیار خطرناک‌تر از قبل خواهد بود و هرگونه کم‌کاری در حوزه‌های متعدد مرتبط با فرهنگ‌سازی و آموزش‌های لازم در خصوص پروتکل‌های بهداشتی، منجر به بروز شرایط بحرانی‌تر در استان و کشور خواهد بود. وی

استاندار خوزستان در بازدید از پروژه های شهری:

آغاز طرح های مهم و زیر ساختی توسط شهرداری اهواز قابل تقدیر است



باعث کاهش بار ترافیکی و تسهیل عبور و مرور شهر اهواز می شود در دستور کار است که این ها در نهایت منجر به تقسیم و توازن خدمات شهری در جهت عدالت محوری و توسعه متعادل مناطق مختلف در شهر می شود و اجرای این پروژه های زیرساختی توسط شهرداری قابل تقدیر است. غلامرضا شریعتی استاندار خوزستان به همراه موسی شاعری شهردار اهواز از روند اجرای پروژه های عمرانی بازدید و از نزدیک در جریان آخرین وضعیت طرح ها قرار گرفتند. استاندار خوزستان در حاشیه این بازدید گفت: شهرداری اهواز پروژه های زیرساختی کلان و بسیاری خوبی در حوزه های حمل و نقل، کاهش بار ترافیکی و تسهیل عبور و مرور در دست اجرا دارد. شریعتی با بیان اینکه در پروژه های شهری اهواز به محبت آینده نگری توجه شده است عنوان کرد: در حال حاضر اقداماتی در جهت رفع عقب ماندگی های سال های گذشته از جمله اجرای تقاطع های غیر همسطح و برخی پروژه هایی که

دستگاه های مختلف مربوط می شود که این موضوع لزوم همکاری ارگان های مختلف با شهرداری اهواز را می رساند. شهرداری نیز به عنوان کارفرما پیمانکاران را به سرعت بخشی در اجرای پروژه ها موظف کند. شریعتی افزود: برخی ارگان ها در مسیر اجرای برخی پروژه های شهری، تاسیسات و... دارند که پس از این بازدید جلسه ای با حضور آن ارگان ها برگزار می شود و تلاش می کنیم هماهنگی لازم در جهت رفع موانع صورت گیرد تا شهروندان بتوانند بزودی از این پروژه ها بهره‌مند شوند. استاندار خوزستان در پایان از شهردار و شورای شهر و مجموعه مدیریت شهری اهواز بابت آغاز طرح های مهم و زیرساختی در شهر تشکر کرد و بار دیگر دستگاه های مختلف را موظف کرد که با شهرداری اهواز همکاری و همیاری شایسته ای داشته باشند که این پروژه ها با سرعت بیشتری به سرانجام برسد و شهروندان بتوانند اهواز توسعه یافته و پیشرفته تری داشته باشند.



سلامت مواد غذایی که چه بسا امنیت ملی را به دنبال خواهد داشت را تضمین خواهد کرد. وی نقش اطلاع رسانی به جامعه هدف و عموم مردم را بسیار مهم عنوان کرد و اذعان داشت: روابط عمومی ها و انعکاس اخبار در زمان مناسب در راستای اطلاع رسانی برای انجام واکنش سریع رادر مقابل افعال عمل مقابل، داشته باشند و این مهم ارتباط تنگاتنگ با مباحث پدافند غیرعاملی با مدیریت بحران دارند.

مدیرکل دامپزشکی آذربایجان شرقی عنوان کرد؛

دامپزشکی پیشرو در بحث پدافند غیرعامل

تولیدات نماید و این امر امنیت روانی و امنیت اقتصادی مردم را می تواند به چالش بکشد. مدیرکل دامپزشکی استان با اعلام این مطلب که موقعیت کشور از نظر منطقه جغرافیایی به گونه‌ای است که در یک منطقه پهداد به مناسبت هفته پدافند غیرعامل گفت: دامپزشکی یکی از سازمانهای مهم و پیشرو در بحث پدافند غیر عامل است که در مقابل تهدیدات بیولوژیکی و تامین امنیت غذایی افراد جامعه نقش مهم و حیاتی دارد. پهداد افزود: در حوزه بیماری های دام خصوصا برنامه ریزی برای جلوگیری از بروز و شیوع برخی بیماری‌ها، چنانچه توجه کافی نداشته باشیم و برخی اقدامات پیشگیرانه در دستور کار قرار نگیرد می تواند ما را دچار بحران از قبیل بروز تلفات و کاهش

آذربایجان شرقی -فلاح: مدیرکل دامپزشکی استان آذربایجان شرقی نقش دامپزشکی را در بحث پدافند غیرعامل مهم و حیاتی ارزیابی کرد. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، دکتر امیرحسین پهداد به مناسبت هفته پدافند غیرعامل گفت: دامپزشکی یکی از سازمانهای مهم و پیشرو در بحث پدافند غیر عامل است که در مقابل تهدیدات بیولوژیکی و تامین امنیت غذایی افراد جامعه نقش مهم و حیاتی دارد. پهداد افزود: در حوزه بیماری های دام خصوصا برنامه ریزی برای جلوگیری از بروز و شیوع برخی بیماری‌ها، چنانچه توجه کافی نداشته باشیم و برخی اقدامات پیشگیرانه در دستور کار قرار نگیرد می تواند ما را دچار بحران از قبیل بروز تلفات و کاهش

پدافند غیرعامل نقش مهمی در امنیت غذایی و استقلال کشور دارد

اراک - خبرنگار فرصت امروز: دبیر پدافند غیرعامل جهاد کشاورزی استان مرکزی گفت: سازوکار پدافند غیرعامل نقش مهمی در امنیت غذایی و استقلال کشور دارد و اجرای صحیح پدافند غیر عامل کشاورزی مصداق بارز اقتصاد مقاومتی است. محمد زاهدی در خصوص اهمیت و ضرورت پدافند غیرعامل در حوزه کشاورزی اظهار کرد: در کشاورزی با تولیدات دامی و گیاهی مواجه هستیم که ممکن است تحت تأثیر عوامل شیمیایی و زیستی قرار گیرند که در اینجا نقش پدافند غیرعامل در مقابله با این تهدیدات بسیار حائز اهمیت است. وی



ادامه داد: منظور از پدافند غیر عامل کشاورزی پیش‌بینی، انجام اقدامات پیشگیرانه با هدف کاهش میزان خسارات و تلفات احتمالی ناشی از تهدیدات (غیر زیستی و زیستی) و افزایش آستانه آسیب پذیری بخش کشاورزی است. دبیر پدافند غیرعامل سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی گفت: با توجه به چالش‌های مهم بخش کشاورزی از جمله فرسایش خاک، مدیریت منابع آب، انواع آفات و بیماری‌های محصولات زراعی و باغی، آلودگی منابع آبی و خاک، استفاده بی رویه از سموم آفت کش و... می‌توان گفت سلسله اقدامات پدافند غیرعامل، از جایگاه بالایی برخوردار است. یکی از مسائل مهم پدافند غیر عامل افزایش میزان بهره‌وری بهره‌برداران است. دبیر پدافند غیرعامل جهاد کشاورزی استان مرکزی یکی از مسائل مهم پدافند غیر عامل در بحث امنیت غذایی را افزایش میزان بهره‌وری بهره‌برداران عنوان کرد و افزود: تولیدکنندگان برای دستیابی به این مهم باید صرفه‌جویی های لازم را انجام دهند چرا که در شرایط تحریم از لحاظ کودهای شیمیایی و مواد اولیه سموم مانند قرار داریم و با صرفه‌جویی در مصرف منابع ضریب تاب‌آوری بالا می‌رود.

توزیع ۱۴۰۰ تن اقلام اساسی در شهرستان شهریار شهروندان گزارشات صنفی را به سامانه ۱۲۴ اعلام کنند

شهریار -فلاحرضا جباری: رئیس اداره صمت با اشاره به توزیع بیش از ۱۴۰۰ تن اقلام اساسی از ابتدای سال جاری در شهرستان شهریار، گفت: شهروندان گزارشات صنفی خود را به واحد بازرسی اداره صمت و سامانه ۱۲۴ اعلام کنند. به گزارش روابط عمومی فرمانداری شهریار، رئیس اداره صمت شهرستان به همراه رئیس اتاق اصناف و مسئولین بازرسی از محل‌های توزیع اقلام دولتی و نحوه توزیع آن بازدید کردند و نیز وضعیت بازار شهرستان را بررسی کردند. مصطفی رئیس اداره صمت شهریار از توزیع بیش از ۱۴۰۰ تن اقلام اساسی از جمله برنج، شکر، مرغ از ابتدای سال جاری خبر داد و گفت: علاوه بر مباشرین توزیع اقلام تنظیم بازاری، از ظرفیت‌های شهرستان و نیز کمک گروه‌های جهادی برای عرضه اقلام غذایی مورد نیاز مردم به قیمت مناسب در اماکن پیش بینی شده استفاده شده است. تیم‌های بازرسی اتاق اصناف در نوبت‌های صبح و عصر به طور مستمر بر بازار نظارت داشته و شهروندان می‌توانند گزارشات خود را به واحد بازرسی اتاق اصناف و نیز سامانه ۱۲۴ ارسال کنند



دیدار و جلسه فرماندار شهرستان گمیشان با مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان در خصوص مشکلات شبکه برق شهرستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: فرماندار گمیشان با مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان جهت رفع پاره‌ای از مشکلات شهرستان در حوزه صنعت برق دیدار و گفتگو کرد. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان گفت: طی چهار سال اخیر در شهرستان گمیشان توزیع نیروی برق در جهت توسعه زیرساخت‌ها، افزایش ولتاژ برق و کلیه امورات برق رسانی خدمات ارزنده‌ای را داشته است چرا که تامین برق پایدار برای مشترکین جزوه رسالت‌های شرکت می باشد. علی‌اکبر نصیری با اشاره به قرارگرفتن شهرستان گمیشان جزوه شهرهای کمتر توسعه یافته کشور گفت: تقویت و گسترش زیرساخت‌های حوزه برق در مناطق محروم از رویکردهای مهم این شرکت می باشد. وی افزود: در سیل اواخر سال ۹۷ و ابتدای سال ۹۸، پرسنل توزیع نیروی برق گمیشان خدمات قابل توجهی را ارائه نمودند چرا که برق هیچ مشترک خانگی در این شهرستان در طی این سیل، قطع نگردیده است. فرماندار گمیشان در بخشی از سخنان خود ضمن تقدیر از اقدامات شرکت توزیع نیروی برق گلستان در حوادث طبیعی، تسریع در واگذاری ملزومات مشترکین جدید و روشنایی سطح معابر شهرستان و رفع حریم خطوط ۲۰ کیلوولت در سطح شهرستان را تأکید کرد. در این دیدار معاون بهره برداری شرکت توزیع نیروی برق استان و مدیر توزیع نیروی برق شهرستان گمیشان، مدیر دفتر روابط عمومی شرکت و شهردار گمیشان نیز حضور داشتند.

اجرای سیستم تله متری در تاسیسات آب روستاهای منطقه بن رود اصفهان



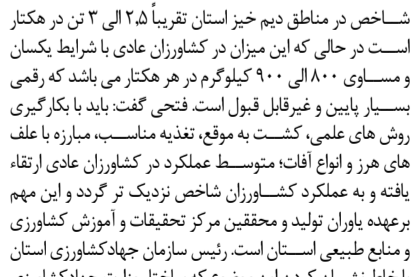
منطقه دارای ۴۸ کیلومتر خط انتقال آب و ۱۵۵ کیلومتر شبکه توزیع است که در سال جاری به دلیل فرسودگی قسمت‌هایی از شبکه توزیع آب به دست آمده است که براساس این اطلاعات دقیق خدمات رسانی به مردم در روستاها بهتر و گسترده تر در بازه زمانی کوتاه تر انجام می گیرد.

اصفهان - قاسم اسد: مدیر ابفا منطقه بن رود گفت: برای اولین بار در استان اصفهان از سیستم تله متری در تاسیسات آبرسانی ۱۷ روستای منطقه بن رود استفاده می شود. احسان شفیعی با بیان اینکه ۱۷ روستای منطقه بن رود که پس از یکپارچه سازی شرکت ابفا آغاز شهری و روستایی از ابتدای سال جاری، تحت پوشش شرکت ابفا قرار گرفت، اظهار داشت: هم اکنون ۷ باب مخزن و ۲ باب ایستگاه پمپاژ مجتمع های روستایی (قورتان) شامل ۱۲ روستا و مجتمع روستایی (فاران) با ۵ روستا، سیستم تله متری در توزیع عادلانه آب بهره مند هستند. وی جمعیت روستایی منطقه بن رود (روزنه) را ۱۷۷ هزار نفر اعلام کرد و بیان داشت: در حال حاضر ۶ هزار و ۵۵۷ قفره اشتباع آب به مشترکین در روستاها واگذار شده است این در حالیست که روستاهای این منطقه تحت پوشش طرح آبرسانی اصفهان بزرگ قرار دارند. مدیر ابفا منطقه بن رود افزود: این

رئیس سازمان جهادکشاورزی آذربایجان شرقی:

ساختار وزارت جهادکشاورزی ساختاری ترویجی و تحقیقی است

با در نظر گرفتن اولویت کشت محصول در شهرستان برعهده مرکز تحقیقات استان است، ارزیابی اثربخشی نسخه نویسی نیز وظیفه مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی سازمان جهادکشاورزی استان می باشد. فتیح با اشاره به آغاز کشت پاپیزه محصولات آبی و دیم استان، ادامه داد: ارزیابی اثربخشی نسخه نویسی مرکز تحقیقات برای یک محصول در هر شهرستان با توجه به موقعیت جغرافیایی و شرایط آب و هوایی شهرستان بطور کامل قابل احصاء و شناسایی می باشد یاوران تولید باید وارد عمل شده و مدیریت شهرستانها را در راستای اجرای بهینه و مطلوب این امر یاری نمایند. رئیس سازمان جهادکشاورزی استان در بخش دیگری از سخنان خود گفت: خوشبختانه متوسط عملکرد گندم استان از متوسط کشوری بیشتر می باشد ولی زمینه برای فعالیت بیشتر و افزایش عملکرد تولید فراهم است و باید از این فرصت به نحو احسن استفاده نموده و متوسط عملکرد محصولات زراعی از جمله گندم و یونجه را ارتقاء دهیم. مهندس فتیح در بخش پایانی سخنان خود تأکید کرد: محصول کلزا در تناوب با گندم موجب افزایش متوسط عملکرد محصول استراتژیک گندم می گردد کشت انواع دانه های روغنی از جمله کلزا، سویا و سایر دانه های روغنی در راستای افزایش عملکرد و تولید فراوری و منابع حیوانی تولید احصاء و شناسایی و آموزش کشاورزان و منابع طبیعی استان، گفت: نسخه نویسی برای شهرستانها جهت افزایش متوسط عملکرد یک محصول



سلاخس در مناطق دیم خیز استان تقریباً ۲،۵ الی ۳ تن در هکتار است در حالی که این میزان در کشاورزان عادی با شرایط یکسان و مسلاوی ۸۰۰ الی ۹۰۰ کیلوگرم در هر هکتار می باشد که رقمی بسیار پایین و غیر قابل قبول است. فتیح گفت: باید با بکارگیری روش های علمی، کشت به موقع، تغذیه مناسب، مبارزه با علف های هرز و انواع آفات؛ متوسط عملکرد در کشاورزان عادی ارتقاء یافته و به عملکرد کشاورزان شاخص نزدیک تر گردد و این مهم برعهده یاوران تولید و محققین مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان است. رئیس سازمان جهادکشاورزی استان با خاطر نشان کردن این موضوع که ساختار وزارت جهادکشاورزی ساختاری ترویجی و تحقیقی است، اظهار کرد: افزایش اعتبارات ترویجی وزارت جهادکشاورزی یک ضرورت است کشاورزی کشور با مشکل ترویج و تحقیق مواجه می باشد، در حال حاضر پذیرش برای دانش و انواع خدمات علمی وجود دارد باید از نگاه سازه ای خارج شویم و مشکلات نرم افزاری و افکار کشاورزان و بهره برداران کشاورزی نسبت به کشاورزی را تغییر دهیم. وی در خصوص تعیین اولویت کاری برای هر شهرستان در راستای افزایش عملکرد تولید یک محصول در شهرستان مربوطه نیز خطاب به مدیر مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان، گفت: نسخه نویسی برای شهرستانها جهت افزایش متوسط عملکرد یک محصول



آذربایجان شرقی -فلاح: رئیس سازمان جهادکشاورزی استان آذربایجان شرقی گفت: اقدامات انجام یافته در قالب طرح یاوران تولید، در شهرستانها توسط اعضاء و کمیته کارگروه یاوران تولید قابل تقدیر است. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، مهندس اکبر فتیح در جلسه کارگروه یاوران تولید که با حضور اعضاء کارگروه و کمیته یاوران تولید در اتاق جلسه سازمان برگزار شد، ضمن بیان این مطلب افزود: مسائل و مشکلات اجرای طرح یاوران تولید در شهرستانها باید توسط اعضاء کارگروه کمیته یاوران تولید احصاء و در قالب این طرح برطرف شود. وی با اشاره به مشکلات مناطق دیم خیز گندم در استان ادامه داد: فاصله متوسط عملکرد کشاورزان

جابه‌جایی دانشجویان بین‌المللی در بحران کرونا؛ فرصت‌ها و تهدیدها را بشناسیم



رونق اساسی بازار جابه‌جایی دانشجویان بین‌المللی در سال‌های آینده شود.

بروز پاندمی تأثیر نامناسبی بر بازار جذب دانشجویان بین‌المللی در کشورهای پیشرو داشته است که یکی از دلایل اصلی آن نیز گستردگی شیوع ویروس و سخت‌گیری‌های فراوان برای اخذ ویزای دانشجویی این کشورها است. با وجود اینکه آثار نامطلوب پاندمی بر کشورهای دانشجویی در نیمه آموزش آنلاین، به جذب دانشجویان بین‌المللی با برنڈسازی در زمینه آموزش آنلاین، به جذب دانشجویان بین‌المللی در سطح منطقه نیز بپردازند.

ایران در مواجهه با کرونا

ایران نیز یک کشور دانشجویی و دانشجویی‌پسند است که سهم جریان خروجی‌اش تاکنون بیشتر از جریان ورودی بوده است بنابراین برای بهره‌مندی از شرایط فعلی و حتی تبدیل تهدید پاندمی کرونا به فرصتی برای بهبود آموزش عالی بین‌المللی بایستی موارد گوناگونی را در نظر بگیرد. محدودیت‌های موجود بر سر خروج دانشجویان کشور، حداقل فرصتی برای نشان دادن کیفیت برنامه‌های دانشگاه‌های داخلی فراهم آورده تا بتوانند جریان بالقوه خروجی دانشجویان را از ترک وطن منصرف کرده و ترغیب به ماندن کنند.

مؤسسات آموزش عالی داخلی، باید برنامه‌هایی برای جذب و نگهداشت دانشجویان کشور در دوره‌های باکیفیت پیاده‌سازی کنند تا از هدررفت منابع انسانی و استعدادها جلوگیری شود. محدودیت در پذیرش دانشجویان بین‌المللی باید کاسته شود تا طیف وسیع‌تری از دانشجویان بین‌المللی (حداقل در سطح منطقه) قادر به تحصیل در کشور شوند.

بایستی برنامه‌های فراملی طراحی شوند که موجب بهبود همکاری‌های بین دانشگاه‌های داخلی و دانشگاه‌های خارج از کشور شده و مهم‌ترین موانع بر سر آموزش آنلاین از جمله موانع زیرساختی باید برطرف شوند. باید دوره‌های باکیفیت به زبان‌های انگلیسی و فارسی ارائه و برنامه‌های ارائه شده به دانشجویان بین‌المللی باید متنوع شوند. همچنین مدارک صادرشده توسط مؤسسات آموزش عالی، باید معادل مدارک مؤسساتی با رتبه‌بندی مشابه جهانی باشد.

منبع: رصدخانه مهاجرت ایران

کنترل شیوع ویروس داشته‌اند، به موفقیت‌های چشمگیری در زمینه جذب دانشجویان بین‌المللی دست یابند.

با وجود شرایط نامطلوبی که در اثر پاندمی گریبان‌گیر کشورهای سنتی دانشجویی شده و منجر به کاهش چشم‌گیر درآمد آنان شده است، در حال حاضر بازار جابه‌جایی دانشجویان بین‌المللی برای کشورهای دانشجویی می‌تواند یک فرصت تلقی شود. براساس نتایج پیمایشی در میان ۶۵۹ دانشجوی بین‌المللی آینده در جهان که توسط مؤسسه آموزش عالی تایمز صورت گرفته است، اثرات کووید-۱۹ بر تمایل به تحصیل در خارج از کشور سنجیده شده است. نتایج حاکی از آن است که دانشجویان بین‌المللی بالقوه تمایل چندانی به شرکت در دوره‌های آنلاین در دانشگاه‌های خارجی ندارند. براساس نتایج این پیمایش، ۴۹ درصد از پاسخ‌دهندگان فکر می‌کنند که یادگیری آنلاین در یک موسسه در خارج از کشور تجربه ارزشمندی است. با این حال، فقط ۲۲ درصد معتقدند که شرکت در دوره‌های مجازی خارج از کشور بهتر از شرکت در دوره‌های موجود در وطن است، در مقابل ۴۹ درصد با ایشان مخالف هستند.

کاهش تمایل دانشجویان به تحصیل در خارج از کشور در دوران بحران ناشی از عوامل متعددی است. اولین دلیل، ابهامی است که درخصوص شرایط دانشجویان بین‌المللی در کشور مقصد وجود دارد. آنها ممکن است ناچار به قرنطینه یا بازگشت به کشورشان شوند و این موارد همگی موجب دل‌سری افراد از تحصیل در خارج از کشور می‌شوند و آنان را به سمت تغییر برنامه‌های تحصیلی خود سوق داده‌اند.

دومین دلیل نیز مربوط به ارزش‌گذاری دوره‌های آنلاین خارج از کشور از منظر دانشجویان بین‌المللی است چراکه اکثر دانشجویان بین‌المللی شرکت در دوره‌های آموزشی در کشور خود را به شرکت در دوره‌های آنلاین خارج از کشور ترجیح می‌دهند. به عبارت دیگر، آموزش بین‌المللی بدون روابط اجتماعی و مراکز دانشگاهی خارجی خیلی جذاب به نظر نمی‌رسد.

مشاور ارشد آموزش عالی در مؤسسه آموزش عالی تایمز درخصوص موارد فوق اظهار داشته است که اولاً دانشگاه‌ها باید بازاربایی بهتری برای دوره‌های آنلاین خود داشته باشند و توانایی فروش این دوره‌های مجازی به دانشجویان بین‌المللی را بیاموزند. همچنین با توجه به اینکه براساس نتایج این پیمایش، ۳۹ درصد از دانشجویان بین‌المللی برنامه خود برای تحصیل در خارج از کشور را به تعویق انداخته‌اند، تقاضای زیادی برای تحصیل در خارج از کشور در سال آینده ایجاد خواهد شد که در صورت رفع موانع کووید و ویزا ممکن است موجب

بزرگ همه‌گیر ناشی از شیوع ویروس کرونا قرار دارد. دانشگاه یکی از نهادهایی است که به طور قابل توجهی تحت تأثیر پاندمی‌ها قرار می‌گیرد. پاندمی کرونا نیز از این قاعده مستثنی نبوده و تاکنون ضربه بسیار سخت و مهلکی به بخش آموزش و پرورش زده است.

بررسی تاریخی سایر بحران‌های فراگیر جهانی از جمله ابله بیانگر آن است که دانشگاه‌ها در مواجهه با چنین بحران‌هایی در کوتاه مدت زیان دیده و با کاهش در تعداد ثبت‌نام و... مواجه می‌شوند، اما در بلندمدت رویه متفاوت خواهد بود. شکی نیست که در پاندمی کرونا نیز دانشگاه مانند گذشته قوی‌تر خواهد شد.

این پاندمی منجر به تسریع انقلاب دیجیتال خواهد شد و بخش آموزش را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد. با این وجود، نمی‌توان از آثار منفی این بحران در کوتاه‌مدت چشم‌پوشی کرد. از آنجایی که در بسیاری از مناطق خطر ویروس زیاد است، کلاس‌ها به حالت مجازی یا ترکیبی درآمدند، همچنین محدودیت‌ها یا حتی ممنوعیت‌هایی برای سفرهای بین‌المللی اعمال شده‌اند که آثار نامطلوبی بر جریان جابه‌جایی دانشجویان بین‌المللی داشته‌اند. در این میان، ضربه این بحران به بازار جابه‌جایی دانشجویان بین‌المللی قابل اغماض نیست، چراکه دانشجویان بین‌المللی تنها در سال ۲۰۱۶ حدود ۳۰۰ میلیارد دلار به اقتصاد جهانی کمک کرده‌اند.

البته مشارکت دانشجویان بین‌المللی در دانشگاه‌ها و کشورهای فراتر از تأثیر اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم آنهاست و تأثیر مثبت ناملموس دانشجویان بین‌المللی در برگیرنده ابعاد مختلف دانشگاهی، پژوهشی، تجربی و فرهنگی است که به ایجاد یک جامعه جهانی نوآور، فراگیر و به هم پیوسته کمک می‌کند.

به طور کلی، آثار کوتاه مدت پاندمی کرونا را می‌توان در گزینیهایی چون محدودیت در اعطای ویزا به دانشجویان کشورهایی که در شرایط حد از لحاظ انتشار ویروس قرار دارند، محدودیت در اعطای ویزا برای رعایت موارد بهداشتی، افزایش هزینه رفت‌وآمدهای بین‌المللی تمایل به تحصیل در خارج از کشور به دلیل آثار روحی و عاطفی ناشی از فراگیری بیماری از دیگر پیامدهای این بحران است.

این موارد، کشورهای دانشجویی را با چالش‌هایی در مسیر جذب دانشجویان بین‌المللی مواجه ساخته و درآمد ناشی از این بازار را به حداقل رسانده است. آثار منفی این پاندمی برای مقاصد سنتی دانشجویان بین‌المللی بسیار زیاد بوده، این در حالی است که پیش‌بینی می‌شود برخی از قطب‌های منطقه‌ای جذب دانشجویان بین‌المللی از جمله مالزی و کره جنوبی که عملکرد موفقیت‌آمیزی در

دانشگاه از جمله نهادهایی است که به طور قابل توجهی تحت تأثیر پاندمی‌ها از جمله پاندمی کووید-۱۹ قرار می‌گیرد. بررسی تاریخی بحران‌های مشابه حاکی از آن است که اثر چنین پاندمی‌هایی در کوتاه مدت به صورت کاهش میزان ثبت‌نام و کاهش درآمد دانشگاه‌ها می‌شود، اما در بلندمدت رویه متفاوت خواهد بود و دانشگاه به نهاد قوی‌تری نسبت به قبل تبدیل خواهد شد.

پاندمی کرونا در کوتاه مدت منجر به افزایش دوره‌های مجازی و اعمال محدودیت‌هایی برای دریافت ویزای تحصیلی شده است بنابراین کاهش میزان جذب دانشجویان بین‌المللی، کشورهای دانشجویی را با زیان ناشی از، از دست دادن درآمد بالای این بازار مواجه کرده است. در حالی که شرایط کشورهای دانشجویی متفاوت است.

براساس نتایج پیمایش مؤسسه آموزش عالی تایمز، کمتر از یک سوم دانشجویان بین‌المللی آینده، تحصیل آنلاین در خارج از کشور را به تحصیل در کشور خودشان ترجیح می‌دهند. از سوی دیگر، دانشجویان مشغول به تحصیل در خارج از کشور ناچار به بازگشت به وطن خویش شده‌اند. جملگی این موارد موجب نگهداشت و بازگشت استعدادهای در کشورهایی شده که قبلاً با بحران خروج سرمایه انسانی مواجه بوده‌اند.

کاهش تمایل به تحصیل در خارج از کشور در دوران بحران ناشی از دو عامل است: ارزش‌گذاری کم دوره‌های آنلاین از منظر دانشجویان بین‌المللی و مبهم بودن سرنوشت آنان در دوران تحصیل در خارج از کشور.

از آنجایی که براساس پیمایش صورت گرفته توسط مؤسسه آموزش عالی تایمز، حدود ۴۰ درصد از دانشجویان برنامه تحصیلی خود در خارج از کشور را به تعویق انداخته‌اند، تقاضای انباشته‌ای برای تحصیل در خارج از کشور در سال‌های آتی ایجاد خواهد شد که در صورت برنامه‌ریزی مناسب برای بهره‌مندی از این بازار می‌تواند مزایای قابل توجهی داشته باشد.

کووید-۱۹ برای کشورهای دانشجویی فرصت‌همانند ایران، فرصتی ایجاد کرده است تا بتوانند با بکارگیری سیاست‌ها و برنامه‌های مناسب به نگهداشت استعدادهای داخلی بپردازند و از طرف دیگر، با برنامه‌ریزی مناسب از ظرفیت بالقوه دانشجویان بین‌المللی در آینده استفاده کنند تا میزان جذب دانشجویان خارجی را افزایش دهند.

تحلیل یک بحران

بحران‌های همه‌گیر بارها جهان را به چالش کشیده، فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی میلیون‌ها انسان را مختل کرده و فرهنگ جوامع را به درجات مختلف تغییر داده‌اند. اکنون جهان در یک بحران

استفاده از توصیه کار آفرین‌ها راهکار طلایی موفقیت

به قلم: جنک هیت کرآفرین
 مترجم:امیر آل‌علی

یکی از اقدامات مورد علاقه من برای موفقیت در هر زمینه‌ای این است که به اقدامات انجام‌شده از سوی افرادی که به هدف من رسیده‌اند، توجه نمایم. در این رابطه بدون شک برای علاقه‌مندان حوزه کارآفرینی، نمونه‌های موفق آنها، بهترین گزینه خواهد بود. در این راستا طی چند روز گذشته پادکستی از یک کارآفرین باعث شد تا به انگیزه‌ای برای نوشتن این مقاله تبدیل شود. نام وی جان لی دوماس است که دیدگاه‌های جالبی در رابطه با اصول موفقیت در زمینه مدیریت و کارآفرینی دارد. در ادامه موارد مطرح شده را بررسی خواهیم کرد.

۱-دیگران را در کانون توجه خودتان قرار دهید

برای موفقیت این امر که خودتان را در مرکز توجه قرار دهید، بدون شک برای امر مدیریت و کارآفرینی بدترین تصمیم ممکن خواهد بود. درواقع هدف اصلی شما باید ارتقای تیم شرکت باشد. به همین خاطر حیاتی است که توجهات به دیگران باشد. در کنار این موضوع نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که اگر خواهان رسیدن به پله‌های بالاتری هستید، لازم است تا به جای تمرکز بر روی افکار و توانایی‌های خود، به دنبال این امر باشید که گفته‌ها و اقدامات سایرین را مورد توجه قرار دهید. این امر نه تنها کمک خواهد کرد تا از تکرار جلوگیری شود، بلکه به افزایش سرعت شما در مسیر موفقیت نیز منجر خواهد شد.

۲-مسیر موفقیت هر فردی متفاوت خواهد بود

اگرچه می‌توان همواره از افراد مختلف نکاتی را آموخت، با این حال اگر بخواهید درست به مانند آنها رفتار نمایید، بدون شک زندگی خود را تباه خواهید کرد. درواقع هر فردی باید با توجه به خصوصیت‌ها و امکانات خود، شیوه مخصوص خود برای پیمودن مسیر موفقیت را انتخاب نماید. در این رابطه حتی ممکن است مجبور به اقداماتی شوید که کاملا نواورانه محسوب شده و ابتدا تاکنون توسط فردی دیگر مورد استفاده قرار نگرفته است. با این حال به تمامی افراد توصیه می‌شود که هدفی ارزشمند را برای خود انتخاب نمایند. درواقع اشتباه بزرگ این است که بسیاری از کارآفرین‌ها به دنبال کسب ثروت بوده و این امر باعث می‌شود تا به هر اقدامی برای این خواسته دست بزنند که بدون شک تحت این شرایط، حضور طولانی مدت در بازار غیرممکن خواهد بود و رشدی محدود را تجربه خواهید کرد.

۳-هیچ فردی در ابتدا فوق‌العاده نبوده است

این موضوع در رابطه با هر فردی صادق است. درواقع حتی ارزشمندترین برندهای حال حاضر جهان، در ابتدا بسیار ساده و با ایرادات فوق‌العاده بالا بوده‌اند. درواقع اشتباه بزرگ بسیاری از افراد این است که تصور می‌کنند که باید در بالاترین سطح ممکن باشندند تا اقدامی را شروع نمایند. این امر در حالی است که چنین سیاستی تنها باعث خواهد شدد تا سرعت رشد بسیار محدودی را داشته باشید. با این حال فراموش نکنید که پس از برداشتن نخستین قدم، لازم است تا به دنبال پیشرفت مداوم و بدون توقف باشید. در این راستا فراموش نکنید که موفقیت ابتدا پایانی نداشته و به هر میزان که مسیر را بیشتر طی کرده باشید، جایگاه بهتری را نیز خواهید داشت. به همین خاطر نیز فردی به مانند وارن بافت، حتی در سن بالا نیز مطالعه مداوم انجام می‌دهد.

۴-موفقیت به سادگی به دست نخواهد آمد

اگرچه کتاب ۴ ساعت کار در هفته اثر تیم فریس، دیدگاه جالبی را مطرح می‌کند، با این حال نباید فراموش کنید که این عدد تنها یک اصطلاح بوده و تلاش نویسنده ایجاد دیدگاهی متفاوت است که در آن صرفا پرکار بودن به معنای برتری نخواهد بود و با این حال این مسئله نباید باعث شود که تصور کنید که با تنها ۴ ساعت کار در هفته، مدبری فوق‌العاده خواهید بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما مهمترین فرد شرکت بوده و لازم است تا حجم کاری بالاتری را داشته باشید. با این حال اقدامات شما باید کاملا ارزشمند باشد. درواقع هر فعالیت شما باید ارزشمندترین اقدام ممکن باشد و سایر موارد را به افراد دیگر شرکت محول نمایید. بدون شک اگر سیاست کاری شما این‌گونه باشد، موفقیت تضمین‌شده خواهد بود.

۵-خود را بیش از حد خسته نکنید

یکی از آفت‌های امروز برای کارآفرین‌ها این است که خود را دچار فرسودگی می‌کنند. درواقع آنها بیش از حد درگیر کار شده و از اهمیت استراحت غافل می‌شوند. این امر باعث می‌شود تا در بهترین وضعیت ممکن نباشند. در این راستا شما باید به این مسئله به خوبی فکر کنید که به چه میزان استراحت نیاز دارید؟ درواقع حتی ممکن است یک سفر بعد از به پایان رسیدن پروژه، کاملا الزامی باشد. درواقع فراموش نکنید که شما قرار است که احتمالا تا پایان عمر، در سمت خود باقی بمانید. به همین خاطر نباید اجازه دهید که تمایل اولیه شما نابود گردد.

۶-از تغییر شغل واهمه نداشته باشید

آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که چند درصد از افراد شجاعت کنار گذاشتن شغل فعلی خود و قدم گذاشتن در زمینه کارآفرینی را دارند؟ درواقع حتی بهترین کارآفرین‌ها نیز در ابتدا کارمندهای ساده بوده‌اند. با این حال آنها در نقطه‌ای تصمیم گرفته‌اند که هدف خود را عملی نمایند. شما نیز باید همواره این روحیه را داشته باشید.فراموش نکنید که این امر اگرچه در ابتدا باعث فشارهای زیادی خواهد شد با این حال تنها با کار کردن برای خود می‌توانید به جمع میلیون‌ها اضافه شوید. درواقع اگر شجاعت قدم گذاشتن در مسیرهای جدید و تحمل شکست را نداشته باشید، شایستگی موفقیت را نیز نخواهید داشت. در نهایت این توصیه را همواره به خاطر داشته باشید که موفق ترین‌ها، شکست‌خورده‌هایی هستند که از ادامه مسیر ناامید نشده‌اند.

۷-اطراف خود را با بهترین‌ها پر نمایید

جمله بسیار مشهوری وجود دارد که برطبق آن همه ما بیشترین شباهت را به ۵ نفری داریم که بیشترین زمان را با آنها سپری می‌کنیم. تحت این شرایط اگر خواهان زندگی خوبی هستید، لازم است تا اطراف خود را با بهترین‌ها پر نمایید. این امر باعث خواهد شدد تا رسیدن به هر هدفی، کاملا امکان پذیر باشد. درواقع افراد اطراف ما مستقیما بر روی رشد و یا پسرفت تاثیرگذار هستند.

۸-هر اقدامی اثر موجی شکل دارد

درواقع هر اقدام شما، با نتایجی مشابه همان همراه خواهد بود. اگر در کسب و کار خود کلاهبرداری نمایید، بدون شک این اتفاق توسط فردی دیگر برای شما تکرار خواهد شد. درواقع توصیه آخر من به تمامی افراد این است که همواره رفتاری را از خود داشته باشند که خواهان تکرار آن در زندگی خود هستند. این فلسفه کمک خواهد کرد تا از تقریبا تمامی مشکلات، دور نگه داشته شوید.

منبع: **entrepreneur.com**

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

افزایش اعتماد به نفس با ۱۰ راهکار ساده

۷-آمادگی کسب کنید

عدم آمادگی لازم خود یکی از مواردی است که باعث خواهد شدد تا افراد دچار استرس شوند. در این رابطه لازم است تا قبیل از هر اقدامی، آمادگی آن را در خود ایجاد

نمایید. در این رابطه یک مثال ساده وجود دارد. همه ما در جلسات اول آموزش رانندگی، با استرس بیش از حدی مواجه بوده‌ایم. با این حال پس از مدتی این موضوع ابدا برای شما کاری سخت تلقی نمی‌شود. به همین خاطر شما باید در هر زمینه‌ای که احساس ترس دارید، آمادگی خود را بیشتر نمایید. این امر باعث می‌شود تا با افزایش توانایی‌ها، اعتماد به نفس بالاتری را نیز تجربه نمایید.

۸-با آرامش بیشتری صحبت نمایید

شاید به نظر عجیب برسد، با این حال افسردگی که با آرامش بیشتر و در اصطلاح شمرده صحبت می‌کنند، اعتماد به نفس بالاتری دارند. درواقع آرامش نقطه مقابل استرس بوده و باعث خواهد شد تا بهترین عملکرد ممکن را داشته باشید. تحت این شرایط یکی از موارد استرس‌زا که باعث می‌شود که افراد کاملا بدون اعتماد به نفس ظاهر شوند، صحبت کردن خصوصا برای چندین نفر است. در ایسن رابطه بهترین راهکار این است که شمرده صحبت نمایید. این امر باعث می‌شود که فرصت فکر کردن را داشته و مخاطب نیز از گوش دادن به شما لذت ببرد.

۹-عادت‌های خود را تغییر دهید

با تغییر عادت‌ها می‌توان به نتایج جدید دست پیدا کرد. درواقع اگر سبک زندگی و الگوهای رفتاری شما منجر به اعتماد به نفس کافی در شما نشده است، لازم است تا آنها را تغییر دهید. در کنار این موضوع اگر برای خود اهداف کوچکی را تعیین نمایید، این امر باعث می‌شود که به علت امکان دست‌یابی سریع به آنها، روحیه و اعتماد به نفس شما نیز افزایش پیدا کند. در این رابطه یکی از عادت‌های بسیار خوب این است که مطالعه مداوم داشته باشید. با این حال با توجه به تعداد فوق‌العاده بالای کتاب‌ها و موضوعات متنوع، بهتر است که هدفی مشخص را داشته باشید. برای مثال برای فردی که تمایل دارد که به یک راهنمای تور تبدیل شود، بدون شک کتاب‌های این حوزه، اهمیت به مراتب بالاتری را خواهد داشت. در نهایت به هر میزان که اطلاعات شما بالاتر باشد، اعتماد به نفس بیشتری برای وارد شدن به مرحله اجرا نیز خواهید داشت.

۱۰-الگوبرداری کنید

در آخر توصیه می‌شود که همواره یک دفترچه در کنار خود داشته باشید و مواردی را که در دیگران مثبت تلقی می‌کنید، یادداشت نمایید. برای مثال ممکن است در یک سفر کاری، با فردی مواجه شوید که اعتماد به نفس فوق‌العاده‌ای دارد. ایسن امر کمک خواهد کرد تا بتوانید نکات موجود را یادداشت کرده و یا حتی پرش مستقیم داشته باشید.

منبع: **zenhabits.net**

در طول روز، حداقل یک سلفی بگیرید. این موضوع کمک خواهد کرد تا به مرور زمان، اعتماد به نفس در شما تقویت شود.

۴-مثبت‌گرایی را لازمه زندگی بدانید

اگرچه ممکن است به علت مثبت‌گرایی متهم به خوش‌خیالی شوید، با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که منفی‌گرایی چه نتایجی به همراه دارد؟ درواقع با این طرز تفکر ابدا به هیچ نتیجه‌ای دست پیدا نخواهید کرد. درواقع این مسئله به حدی مهم است که بسیاری از شرکت‌ها، اقدامات متنوعی را برای ایجاد تفکر مثبت در کارمندان خود انجام می‌دهند. این مسئله باعث خواهد شدد تا از هر چیزی در زندگی خود، لذت بیشتری را ببرید. نتایج تحقیقات علمی نیز این نکته را به اثبات می‌رساند که تفکرات منفی افراد، زمینه بروز انواع بیماری‌ها را به همراه دارد. این مسئله به خوبی نشان می‌دهد که ذهن و جسم با یکدیگر ارتباطی مثال‌زدنی را داشته و لازم است تا ذهنیت خود را تغییر دهید. نکته جالب این است که تمامی افراد فاقد اعتماد به نفس لازم، با مشکل منفی‌گرایی مواجه هستند. برای رفع این معضل تنها کافی است که سعی کنید تمرکز خود را بر روی جنبه‌های مثبت هر اقدامی، قرار دهید.

۵-افکار منفی را نابود کنید

این امر یک واقعیت است که بیش از ۹۰ درصد افکار منفی، هرگز به واقعیت تبدیل نمی‌شوند. با این حال این مسئله باعث خواهد شدد تا دچار ترس و استرس زیادی شوید که بدون شک زمینه روحیه شما را تضعیف خواهد کرد. در این راستا توصیه ما این است که به محض دچار شدن به این شرایط، خود را سرگرم اقدامی دیگر نمایید تا توجه شما منحرف شود. سون تزو در کتاب جاودانه هنر جنگ، اعلام کرده است که خودشناسی باعث خواهد شدد تا در هر نبردی پیروز باشید. ممکن است با این جمله مخالف باشید، با این حال توصیه می‌شود که آن را یک بار در زندگی خود امتحان نمایید. بدون شک از نتایج این اقدام، متعجب خواهید شد.

۶-اعمال مثبت را مورد توجه قرار دهید

یکی از مواردی که باعث خواهد شدد تا حس اعتماد به نفس در افراد شکوفا شود، مفید بودن آنها است. در این راستا لازم است تا اقدامات مثبتی را در زندگی خود به صورت مداوم انجام دهید. این مسئله می‌تواند هر اقدامی باشد. برای مثال کمک کردن به افراد خانواده و یا اقدامات بشردوستانه، درواقع هر اقدامی که حس خوبی را در شما به وجود می‌آورد و دارای نتایج مثبت است، بدون شک گزینه‌ای مناسب خواهد بود. در این رابطه فراموش نکنید که شما تنها نبوده و می‌توانید به صورت گروهی نیز اقدام نمایید. درواقع قرار داشتن در گروه‌هایی که مشکل مشابه شما را دارند، باعث خواهد شدد تا نتیجه اقدامات و تمایل شما به ادامه این مسیر، افزایش پیدا کند.

به قلم: لئو بائوئا روانشناس

مترجم:امیر آل‌علی

یکی از مکاتب فلسفی که باید مورد توجه بیشتر جهان قرار گیرد، مکتب ذن است که بر تفکر درست و عمیق تاکید دارد. درواقع این موضوع به حدی مهم است که علم روانشناسی را وارد حوزه‌های جدیدی کرده و باعث شده تا از متخصصان آن، در رابطه با موضوعات مختلف سوالاتی را بپرسیم. این موضوع باعث شده است تا توصیه‌های به مراتب بهتری را بتوانیم به مراجعان خود نمایم. در این راستا ۱۰ مورد از آنها را مورد بررسی قرار خواهیم داد که در عین سادگی، کاملا تاثیرگذار هستند. درواقع روش‌های ساده باعث می‌شود تا امکان به اجرا درآوردن آنها توسط تمامی افراد مهیا باشد و این امر بدون شک نکته بسیار مهمی خواهد بود.

۱-ازدواج نمایید

شاید در ظاهر عجیب به نظر برسد، با این حال واقعیت این است که قبول مسئولیت‌های جدید باعث خواهد شد تا اعتماد به نفس بالاتری را پیدا کنید. درواقع بسیاری از افراد به علت عدم تجربه، تصور می‌کنند که توانایی‌های بسیار کمی دارند، با این حال اگر خودتان را در شرایط جدید قرار دهید، از عملکرد خودتان متعجب خواهید شد. نتایج آمارها نیز حاکی از آن است که افسراد مجرد، در معرض افسردگی بالاتری نیز قرار دارند. درواقع با نگاهی به افراد موفق جهان نیز مشاهده خواهید کرد که بیشتر آنها ازدواج موفق را از رازهای پیشرفت خود عنوان کرده‌اند. در ایسن راستا انتخاب یک مکتب فکری نیز امری کاملا سودآور خواهد بود.

۲-به ظاهر خود توجه بیشتری نمایید

منظور از این امر پوشیدن لباس‌های بسیار گران‌قیمت و یا مداوم پشت آینه بودن، نیست. درواقع تنها کافی است که در سطحی قرار گیرید که از ظاهر و تیپ خود، احساس خوبی را داشته باشید. درواقع اگر فردی برای خود زمان کافی صرف نکند، این امر بیانگر عدم اعتماد به نفس در رابطه با او است. در این راستا فراموش نکنید که حتی یک تغییر کوچک در نوع لباس پوشیدن، می‌تواند روحیه شما را کاملا دگرگون سازد. در این زمینه مشاورانی وجود دارند که با توجه به ویژگی‌های ظاهری و شخصیتی شما، بهترین نوع تیپ‌ها را معرفی می‌کنند که انتخاب آنها نیز می‌تواند کاملا کارآمد باشد.

۳-بهترین زاویه عکاسی از خودتان را پیدا کنید

بسیاری از افراد تصور می‌کنند که کاملا بدعکس بوده و به همین خاطر تمایلی به حضور در جلوی دوربین ندارند. این امر بیانگر عدم‌اعتماد به نفس در شما بوده و برای رفع آن تنها کافی است تا زاویه‌های مناسب عکاسی خود را پیدا نمایید. پس از طی کردن این مرحله ضروری است تا تعداد عکس‌های خود را افزایش داده و