روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۲۴ آبان ۱۳۹۹

Sat. 14 Nov 2020

۲۸ ربیع‌الاول ۱۴۴۲ - سال ششم

شماره ۱۶۶۲ - ۱۶ صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

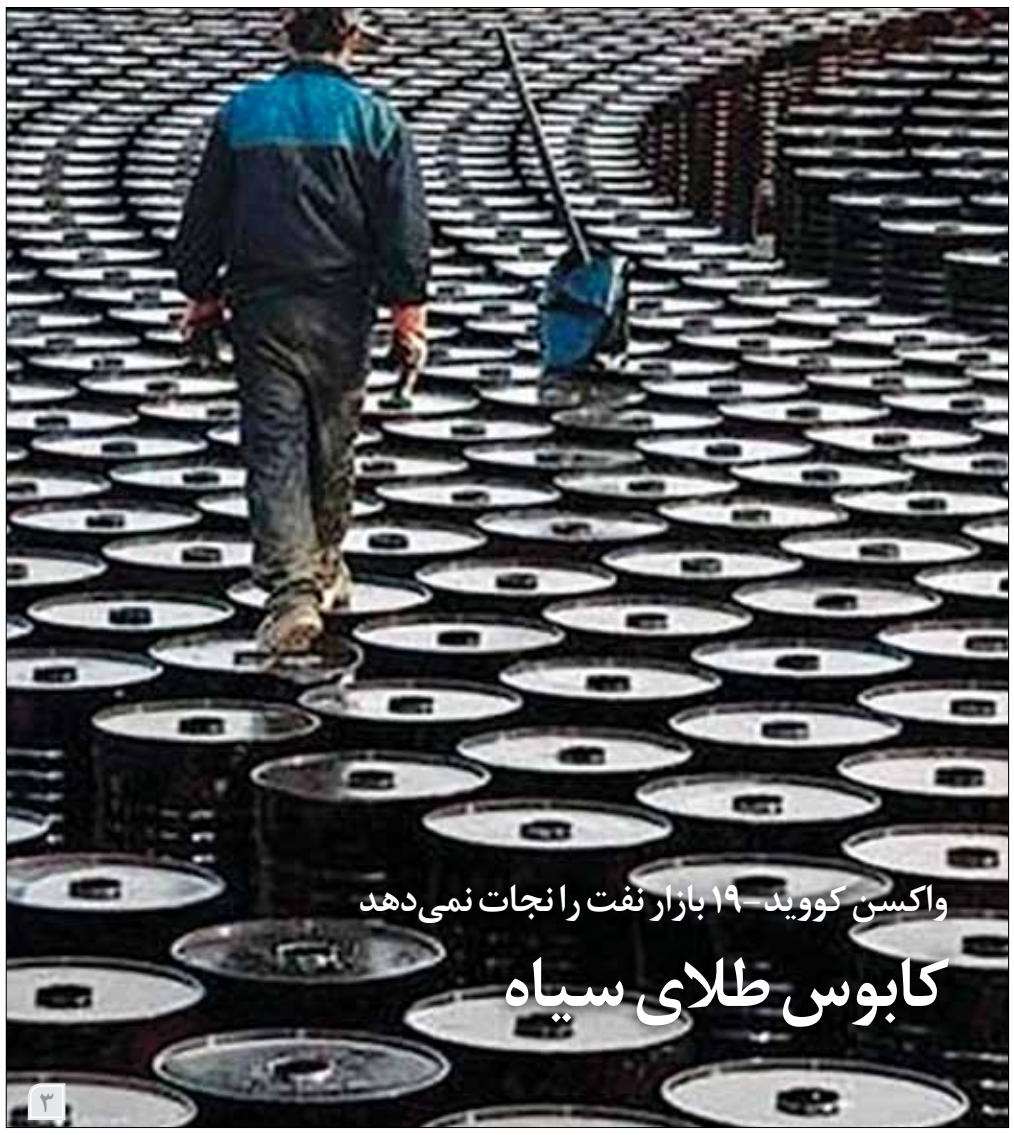
www.forsatnet.ir

مشاور خودرویی وزیر صمت:

تا انتخابات ۱۴۰۰ واردات خودرو آزاد نخواهد شد

رضا ویسه، مشاور خودرویی وزیر صمت درخصوص احتمال ورود شرکت‌های خارجی خودرویی، آزادسازی واردات و خصوصی‌سازی شرکت‌های خودروسازی...

۷



واکسن کووید-۱۹ بازار نفت را نجات نمی‌دهد

کابوس طلای سیاه

۳

یادداشت

افزایش کارمزد خدمات بانکی در بوته نقد

علی نظافتیان

دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

بانک مرکزی در اوایل آبان‌ماه امسال، نرخ‌های قابل وصول کارمزد انواع خدمات بانکی را به بانک‌ها و موسسات اعتباری ابلاغ کرد تا از اول آذرماه، نرخ‌های جدید را اعمال نمایند؛ بخشنامه‌ای که در نگاه رسانه‌های جمعی، افزایش نرخ خدمات بانکی تلقی شد، ولی تاثیر سیاست‌های جدید بانک مرکزی در بهبود خدمات و سرویس‌های بانک‌ها چندان مورد توجه قرار نگرفت و شبکه بانکی کشور نیز چندان که باید در این خصوص روشنگری نکردند و موضوع در حد افزایش نرخ خدمات بانکی باقی ماند، اما واقعیت ماجرا و اینکه آیا خدمات بانکی بایستی مجانی باشد یا هزینه تمام‌شده آن از مشتریان دریافت شود، حکایتی متفاوت دارد. گسترش بانکداری الکترونیکی و برخورداری از خدمات سهل و آسان انواع تراکنش‌های بانکی، حق مردم است تا دیگر همچون گذشته ناچار نباشند برای کمترین تراکنش بانکی به شعب بانک‌ها مراجعه کرده و مدت‌ها در صف مشتریان به نوبت انتظار بایستند.

ادامه در همین صفحه

از شنبه آینده نرخ کارمزد خدمات بانکی افزایش می‌یابد

فصل جدید کارمزد خدمات بانکی

چند هفته قبل بود که بانک مرکزی در بخشنامه‌ای نرخ جدید کارمزد خدمات بانکی را اعلام کرد و از اجرای آن از ابتدای آذرماه خبر داد. هرچند از آخرین باری که نرخ کارمزد خدمات بانکی افزایش یافته بود، بیشتر از یک دهه می‌گذرد و این موضوع به یکی از مطالبات بانک‌ها در چند سال گذشته تبدیل شده بود، اما این اتفاق حالا با حاشیه‌هایی همراه شده است. از فردای روزی که بانک مرکزی بخشنامه افزایش نرخ کارمزد خدمات بانکی را به بانک‌ها و موسسات اعتباری ابلاغ کرد، دو جبهه در افکار عمومی و ازجمله در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی شکل گرفت. جبهه نخست از آن کسانی بود که اساسا هر نوع افزایش قیمتی را محکوم می‌کنند و در صدر آن، این تلقی غیرحرفه‌ای و ساده‌نگرانه وجود داشت که «مگر بانک‌ها چه خدماتی ارائه می‌کنند که حالا کارمزد...

۴

کدام سهام‌ها بیشترین رشد قیمت را تجربه کردند؟

برندگان و بازندگان هفتگی بورس

۵

مدیریت و کسب‌وکار

- شارژی وقتی دوستت شارژه!
- چگونه فروش تلفنی اثربخشی داشته باشیم؟
- چگونه تیم موفقی داشته باشیم
- راهکارهای حفاظت از سایت رسمی برند
- تغییرات جمعه سیاه ۲۰۲۰
- سال کرونایی در قاب بازاریابی شاترفلای

۸ تا ۱۶

۱۶۵ شرکت و انجمن صنفی خواستار مقابله با انحصارگرایی گوگل شدند

افزایش کارمزد خدمات بانکی در بوته نقد

ادامه از همین صفحه

امروزه حداقل‌رسانی حضور مشتریان در شعب بانک‌ها و انجام انواع تراکنش‌های بانکی در خارج از شعب - در خانه یا محل کار - باید از جمله راهبردهای اساسی شبکه بانکی کشور باشد تا مشتریان در کمترین زمان و با امن‌ترین و راحت‌ترین روش، عملیات بانکی موردنیاز خود را انجام دهند، اما فراهم‌سازی این خدمات بانکی نیاز به صرف هزینه کلان و خرید سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای موردنیاز و سیستم‌های امنیتی پیشرفته از داخل و خارج دارد. به همین جهت در کمیسیون‌های عالی معاملات بانک‌ها خریدهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری سیستم‌های الکترونیکی بانکی از حیث میزان قیمت معمولا از جمله گران‌ترین معاملات هستند. خریدهایی که بعضا با چندین واسطه معاملاتی صورت می‌گیرد تا در بند تحریم‌های ظالمانه گرفتار نشود، اما در عمل افزایش چند برابری بهای تجهیزات موردنیاز بانک‌ها را در پی خواهد داشت. پرسشی که اینجا مطرح می‌شود، آن است که بانک‌ها و موسسات اعتباری چگونه بایستی هزینه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری انواع خدمات بانکی را تامین نمایند: از منابع اختصاصی بانک‌ها یا از محل کارمزدهای دریافتی از مشتریان؟

به نظر می‌رسد مطلق‌گرایی در این زمینه، یعنی اینکه تمامی این هزینه‌ها بایستی توسط مشتریان بانک‌ها و موسسات اعتباری تامین شود و یا اینکه تمامی این هزینه‌ها باید توسط بانک‌ها پرداخت شود، نوعی افراط اجرایی است که در عمل زیان گسترده شبکه بانکی کشور و نارضایتی مشتریان از افزایش کارمزد انواع خدمات بانکی را به دنبال خواهد داشت. نگاهی به سوابق مستندات قانونی تعیین نرخ کارمزد خدمات بانکی توسط بانک مرکزی، موضوع را روشن‌تر خواهد ساخت. با بررسی قانون پولی و بانکی کشور مصوب تیرماه ۱۳۵۱ و قانون عملیات بانکی بدون ربا مصوب شهریورماه ۱۳۶۲ و همچنین طرح بسیار مفصل مجلس موسوم به «طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران» ملاحظه می‌شود که در هیچ‌کدام از مستندات قانونی مورد اشاره، مدل مشخص و شناخته شده‌ای برای کسب وکار بانک‌ها پیش‌بینی نشده است، اما مواردی از همین مستندات جسته و گریخته حاکی از آن است که درآمد قانونی بانک‌ها معمولا از سود حاصل از پرداخت تسهیلات و احیانا جرائم مترتب بر تسهیلات معوق و حق الوکاله به کارگیری سپرده‌های بانکی و نیز کارمزد انواع خدمات بانکی به دست می‌آید. بند ۴ ماده ۱۴ قانون پولی و بانکی کشور، «تعیین میزان حداقل و حداکثر بهره و کارمزد دریافتی و پرداختی بانک‌ها» و همچنین بند ۴ ماده ۱۹ قانون عملیات بانکی بدون ربا، «تعیین انواع و میزان حداقل و حداکثر کارمزد خدمات بانکی (مشروط بر اینکه بیش از هزینه کار انجام شده نباشد) و حق‌الوکاله به کارگیری سپرده‌های سرمایه‌گذاری که توسط بانک‌ها دریافت می‌شود» را از جمله اختیارات بانک مرکزی برشمرده است بنابراین در این ساختار، درآمد بانک‌ها اعم از بانک‌های دولتی و خصوصی شامل سود سهم بانک‌ها از درآمدهای مشاعی تسهیلات پرداخت شده و حق الوکاله به کارگیری سپرده‌ها در عملیات بانکی و کارمزد خدمات بانکی است. بخشنامه اخیر بانک مرکزی نیز به استناد مستندات قانونی مورداشاره صادر شده است و لذا نمی‌توان آن را از مصادیق اخذ وجوه غیرقانونی از مشتریان بانک‌ها محسوب نمود، اما از دید کارشناسی به نظر می‌رسد چند مطلب در بخشنامه بانک مرکزی نیاز به بررسی مجدد دارد تا ابهامات حقوقی و اجرایی آن در مورد کارمزد خدمات بانکی برطرف شود. به طور خلاصه، این ابهامات عبارت است از:

اول؛ در صنعت بانکداری جهان، رقابت بین بانک‌ها برای جذب مشتری، حرف اول می‌زند. این نوع رقابت بانکی معمولا در نرخ سود تسهیلات و نرخ کارمزد انواع خدمات و سرویس‌های بانکی تبلور می‌یابد. نتیجه رقابت بانک‌ها نیز بهره‌مندی بیشتر مردم از خدمات بانکی است بنابراین تا فضای رقابتی نباشد، مشتریان بانک‌ها تحولی در خدمات بانک‌ها مشاهده نخواهند کرد؛ در حالی که برعکس، بخشنامه اخیر بانک مرکزی در ایجاد فضای رقابتی بین بانک‌ها در نرخ کارمزد خدمات بانکی، روشی سختگیرانه را در پیش گرفته است. در این مورد در بخشنامه اخیر بانک مرکزی آمده است: «همچنین بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی می‌توانند به منظور رقابت با یکدیگر حداکثر تا ۳۰ درصد و برای افراد تحت پوشش سازمان بهزیستی کشور، مستمری بگیران و مددجویان کمیته امداد امام خمینی حداکثر تا ۱۰۰ درصد مبالغ مندرج در جداول ابلاغی، نرخ‌های کمتری اعمال کنند.» اینکه رقابت در نرخ قانونی انواع خدمات بانکی حداکثر تا ۳۰ درصد مجاز باشد، چندان قابل توجیه به نظر نمی‌رسد و تحولی در عملکرد بانک‌ها برای رقابت در ارائه انواع خدمات بانکی به مردم ایجاد نخواهد کرد. بهتر بود در این زمینه حداکثر نرخ قانونی کارمزد انواع خدمات بانکی تعیین می‌شد، ولی «حداقل آن» به بازار رقابت بین بانک‌ها محول می‌گردید. در بازار رقابت امکان بهره‌مندی مشتریان بانک‌ها از خدمات بانکی با نرخ‌های پایین‌تر و معافیت از پرداخت تمام یا بخشی از کارمزد خدمات بانکی وجود دارد. به بیان دیگر، رقابت بین بانک‌ها در ارائه انواع خدمات مطلوب بانکی با تخفیف مناسب مستلزم آن است که بانک‌ها از امکانات قانونی برای ارائه انعطاف لازم در میزان و نحوه تامین هزینه انواع خدمات بانکی برخوردار باشند، درحالی که بانک مرکزی در بخشنامه اخیر، این فضای رقابتی را به نحوی محدود کرده است.

دوم؛ امروزه بسیاری از خدمات و سرویس‌های بانکی از طریق استارت‌آپ‌ها و فین تک‌ها انجام می‌شود. این تحول سیستمی به معنای آن است که در ارائه خدمات بانکی، واسطه‌ای ثالث پیدا شده است. در این صورت این پرسش مطرح است که مشتری بانک بابت آن دسته از خدمات بانکی که از طریق فین تیک‌ها یا استارت‌آپ‌ها دریافت می‌کند، چه میزان کارمزد بایستی پرداخت نماید: کارمزد تعیین شده توسط بانک مرکزی یا کارمزد توافق شده بین بانک و فین‌تک یا استارت‌آپ؟ در بخشنامه اخیر بانک مرکزی، مقررات خاصی در این زمینه ملاحظه نمی‌شود.

سوم؛ واقعیت آن است که افزایش نرخ خدمات بانکی منتهی به افزایش درآمد بانک‌ها خواهد شد و بخشی از هزینه بانک‌ها برای گسترش انواع سرویس‌های بانکی را تامین می‌نماید، اما آیا این افزایش درآمد منتهی به کاهش قیمت تمام شده منابع موردنیاز برای پرداخت انواع تسهیلات بانکی نیز می‌شود؟ پاسخ دقیق بدین پرسش نیازمند در اختیار داشتن داده‌های آماری و آگاهی از متوسط قیمت تمام شده منابع تسهیلاتی بانک‌هاست. به هرحال، گسترش خدمات بانکی و امکان انجام بسیاری از امور بانکی در خارج از شعبه بدون تردید در کاهش هزینه‌های پرسنلی بانک‌ها موثر است.

چهارم؛ در پاره‌ای از امور، مرجع تعیین کارمزد و هزینه بعضی از خدمات متداول در شبکه بانکی کشور قانونا مراجع دیگری هستند. به عنوان مثال، بخش هفتم از بخشنامه کارمزدها به تعیین «نرخ کارمزد ارزیابی انواع اموال منقول و غیرمنقول» توسط کارشناسان رسمی اختصاص یافته است. در حالی که براساس مقررات ماده ۲۹ قانون کارشناسان رسمی مصوب فروردین‌ماه ۱۳۸۱، «دستمزد کارشناسی رسمی طبق تعرفه‌ای است که با پیشنهاد شورای عالی کارشناسان به تصویب رئیس قوه قضائیه خواهد رسید و هر دو سال یک بار قابل تجدیدنظر است. قضات دادگاه‌ها در مورد دستمزد کارشناسی مطابق ماده (۲۶۴) قانون آیین دادرسی دادگاه‌های عمومی و انقلاب در امور مدنی مصوب ۱۳۷۹،۱،۲۱ اقدام خواهند کرد.» با توجه به قانون مورد اشاره این پرسش مطرح خواهد بود که بانک‌ها در ارزیابی اموال منقول و غیرمنقول بایستی کدام مقررات را رعایت کنند: مقررات قانون کارشناسان رسمی دادگستری یا مقررات بخشنامه بانک مرکزی؟

پنجم؛ اگر صدور اعتبار اسنادی و ضمانت نامه بانکی را علاوه بر تعهد بانکی، نوعی خدمات بانکی تلقی نماییم، در این صورت باید توجه داشت که در این قبیل اسناد تعهدی، ریسک تعهدات بانک‌ها بسیار بالا و در حد پرداخت تسهیلات است. هرچند که در مواردی بعضی از بانک‌ها صدور ضمانت‌نامه بانکی را جایگزین تسهیلات بانکی می‌کنند تا مشمول محدودیت‌های قانونی نباشند، اما به نظر می‌رسد کارمزد بانک‌ها در خدمات مربوط به اسناد تعهدی بایستی متناسب با میزان تعهدات و ریسک بانک‌ها تعیین شود، زیرا در سایر خدمات بانکی هیچ‌گونه ریسکی متوجه بانک‌ها نیست، ولی در اسنادی مانند اعتبار اسنادی و ضمانت‌نامه بانکی، ریسک بالقوه بانک‌ها بسیار بالاست و در صورت درخواست ذی‌نفع، تعهد بانک برای پرداخت مبلغ، قطعی و اجتناب‌ناپذیر است.

در هر حال، حرکت اخیر بانک مرکزی در تعیین کارمزد برخی از خدمات بانکی، اقدامی مناسب است که بخشی از هزینه کلان سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و نیز هزینه تشکیلاتی بانک‌ها برای فراهم‌سازی انواع خدمات بانکی را جبران می‌کند و افزون بر آن، در کاهش بهای تمام شده منابع بانکی و به تبع آن، افزایش قدرت تسهیلات‌دهی بانک‌ها نیز موثر خواهد بود. البته در این راستا نباید فراموش کرد که نتیجه این اقدام باید ارتقای کیفیت و کمیت انواع خدمات بانکی باشد. برای حصول بدین مقصود چاره‌ای نیست که پدیده کارمزد خدمات بانکی را در مسیر رقابت بین بانک‌ها برای جذب و رضایت خاطر مشتریان قرار دهیم تا در این فضای رقابتی، مردم بتوانند از خدمات بانکی با کیفیتی بسیار مطلوب برخوردار شوند. در غیر این صورت، افزایش کارمزد خدمات بانکی نتیجه‌ای جز تشدید گرانی‌ها برای مردم به دنبال نخواهد داشت.

رونمایی از اسکناس جدید ۱۰ هزار تومانی

صفرها کمرنگ می‌شوند

فرصت امروز: اواخر هفته گذشته روابط عمومی بانک مرکزی از رونمایی از اسکناس جدید ۱۰ هزار تومانی با مشخصه‌های ویژه امنیتی خبر داد؛ اسکناسی که مهمترین ویژگی آن، کمرنگ بودن چهار صفر آن است و همینطور فرمت و اندازه آن نیز بدیع و نو است. این تازه‌ترین گام بانک مرکزی در مسیر حذف چهار صفر از واحد پول ملی کشور است و نشان می‌دهد بانک مرکزی به حذف صفرها از پول ملی کماکان علاقه‌مند است. بانک مرکزی پیش از این در چک‌پول‌های ۵۰ هزار تومانی نیز چهار صفر را کمرنگ چاپ کرده بود و حالا رونمایی اسکناس‌های جدید ۱۰ هزار تومانی هم از ادامه این رویه از سوی ساکنان ساختمان لاجوردی میرداماد حکایت دارد و به‌نظر می‌رسد به مرور فرآیند حذف صفر در سایر اسکناس‌ها نیز ادامه یابد.

چاپ کمرنگ چهار صفر در چک‌پول‌های ۵۰ هزار تومانی در سال گذشته و اسکناس‌های جدید ۱۰ هزار تومانی در هفته اخیر، این امکان را به شهروندان می‌دهد که هم پیش از اجرای طرح حذف چهار صفر از پول ملی و هم بعد از اجرای این طرح بتوانند از اسکناس‌های جدید استفاده کنند؛ طرحی که سال گذشته بعد از تصویب در هیأت دولت راهی بهارستان شد و نمایندگان مجلس دهم در آخرین هفته‌های فعالیت خود لایحه دولت را به تصویب رساندند، اما ایرادات شورای نگهبان نسبت به آن باعث شد تا این طرح به مجلس یازدهم سپرده شود.

رئیس‌کل بانک مرکزی پیش از این از گردش بیش از ۸ میلیارد قطعه اسکناس در سطح جامعه خبر داده و گفته بود که هم‌اکنون بیش از ۸ میلیارد قطعه اسکناس میان مردم در حال مبادله است و تخمین زده می‌شود که جایگزینی این تعداد اسکناس در کشور با اسکناس‌های جدید که ۴ صفر کمتر دارند، حدود ۴ سال زمان خواهد برد. عبدالناصر همتی اردیبهشت‌ماه امسال و پس از تصویب کلیات این لایحه در صحن علنی مجلس نیز گفته بود که به‌دلیل تورم مزمن در ۵ دهه گذشته عملا کارایی ریال از بین رفته است و اکنون در عرف مبادلاتی جامعه، واحد اصلی میان مردم، تومان است و حتی به جای ۵۰ هزار تومان نیز از لفظ ۵۰ تومان استفاده می‌شود.

او همچنین درباره جزییات اسکناس‌های در دست مردم گفته بود که اکنون از میان ۸ میلیارد اسکناس در گردش در کشور ۵ میلیارد قطعه مربوط به اسکناس‌های کمتر از ۲ هزار تومان است و با این تغییر مجددا سکه‌های یک و دو تومانی به جریان خواهد افتاد. طبق گفته همتی، بانک مرکزی هر ساله یک میلیارد اسکناس امحا می‌کند که هزینه سالانه آن ۴۰۰ میلیارد تومان است.

براساس این لایحه، جدا از آنکه در سه سال آینده ۴ صفر از پول ملی حذف می‌شود، واحد پول کشور نیز تومان شده و براساس واحد پول جدید، هر تومان برابر ۱۰ هزار ریال جاری و معادل ۱۰۰ قران خواهد بود. همتی درباره طرح تبدیل ریال به تومان نیز گفته بود که حفظ حیثیت ظاهری پول ملی کشور از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و نسبت پول کشور با توجه به نسبت ارزش دلار و یورو بسیار پایین است. اما درحالی بانک مرکزی به سمت اجرای حذف چهار صفر از پول ملی رفته است که تجربیات جهانی نشان می‌دهد حذف صفر از پول در کشورهایی موثر واقع شده که توانسته‌اند اقتصاد کلان خود را در ثبات نگه دارند. کشورهای موفق این عرصه در گام نخست به سراغ افزایش رشد اقتصادی و کاهش نرخ تورم رفته‌اند و به دنبال آن توانسته‌اند از حذف صفر از پول کشور خود بهره ببرند. این درحالی است که اقتصاد ایران در حال حاضر با تنگناهای مختلفی ازجمله تحریم، تورم و رکورد اقتصادی ناشی از شیوع کرونا مواجه است و به نظر می‌رسد زمان‌سنجی اجرای این طرح دست‌کم در زمان حاضر چالش‌برانگیز باشد.

کارشناسان معتقدند با وجود تورم بالای دو رقمی در کشور، سیاست حذف چهار صفر از پول ملی جواب نمی‌دهد، چراکه با افزایش تورم، هر چند سال یک بار نیاز به حذف صفر از پول ملی خواهیم داشت و این دور باطل همچنان ادامه خواهد داشت. به عبارت دیگر، هرچند طرح بانک مرکزی قابل ستایش است و حذف صفرها از پول ملی درنهایت به نفع اقتصاد ایران خواهد بود، اما حذف چهار صفر از پول ملی باید در قالب یک جراحی عمیق در اقتصاد ایران و در انتهای مسیر اصلاحات اقتصادی صورت بگیرد و نه به مثابه یک تغییر تزیینی و جایگزینی اسمی تومان به جای ریال و کنار رفتن بی‌واسطه صفرهایی که دیگر به کار هیچ کسی نمی‌آیند.

همکار گرامی؛

سرکار خانم سلیمان زاده

با نهایت تأسف و تأثر درگذشت مادر گرامیتان را تسلیت عرض نموده، از خداوند منان برای آن مرحومه علو درجات و برای شما و خانواده معزز، صبر جمیل و اجر جزیل مسألت داریم.

سید مسعود یعقوبی و همکاران شما در رسانه مجاز

نگاه

زندگی دائمی دهه هفتادی‌ها در تورم

جوانان چطور با تورم کنار می‌آیند؟

نتایج یک مطالعه درخصوص پیامدهای تورم بر زندگی شهروندان نشان می‌دهد که تورم باعث شکل‌گیری احساس ابهام و بی‌هنجاری در زندگی روزمره جوانان شده است. این وضعیت به تدریج بخشی عادی و ماندگار در زندگی جوانان شده و پیامدهای خُرد و کلان زیادی به دنبال دارد.

به گزارش ایسنا، تورم پدیده‌ای آشنا و تجربه‌ای نزدیک و تکراری برای مردم است. اقتصاد ایران در دهه‌های اخیر چندین موج تورمی شدید را تجربه کرده است. به همین دلیل تمام نسل‌ها با آن درگیر هستند و به یکی از تجربه‌های فراگیر جامعه ایرانی تبدیل شده است. تورم از جمله شاخص‌هایی است که برای افراد جامعه به طور مستقیم قابل لمس است و ارتباط مستقیمی با سطح رفاه مردم و فعالیت‌های فعالان اقتصادی دارد.

براساس اعلام مرکز آمار ایران، میزان تورم کلی کشور در سال ۱۳۹۸ به ۳۷٫۶ درصد رسیده است. افزایش میزان نوسانات تورم موجب کاهش قدرت پیش‌بینی و بی‌اعتمادی نسبت به آینده می‌شود. ویژگی مهم میزان تورم از سال ۱۳۸۴ به بعد، بی‌ثباتی و نوسانات بسیار زیاد آن نسبت به تورم باثبات و هموار دوره قبلی است.

پژوهشگران معتقدند که تورم چیزی بیشتر از مسئله اقتصادی است که در ساختارهای اجتماعی و سیاسی رخنه کرده است و تقریبا بر همه پدیده‌های اجتماعی و اقتصادی تاثیرگذار است. به همین دلیل پژوهشگران جامعه‌شناسی با انجام مطالعه‌ای، تجربه و تفسیر جوانان طبقه پایین متولد دهه ۱۳۷۰ را بررسی کردند. این پژوهش با عنوان «پیامدهای تورم در زندگی روزمره جوانان طبقه پایین» توسط حسین افراسیابی و مریم بهارلوئی، پژوهشگران جامعه‌شناسی دانشگاه یزد انجام شد و به صورت مقاله علمی-پژوهشی در فصل‌نامه جامعه‌شناسی کاربردی وابسته به دانشگاه اصفهان منتشر شده است.

در این پژوهش کیفی، با ۳۰ نفر از جوانان ۲۰ تا ۳۴ ساله شهر اصفهان که در مناطق فقیرنشین شهر زندگی می‌کردند، مصاحبه انجام شد. پیش از انجام مصاحبه درخصوص وضعیت شغلی، درآمد ماهیانه و خانواده آنها سوالاتی پرسیده شد. این افراد پیش از آغاز گفت‌وگو در فرآیند مصاحبه، خود را متعلق به طبقه پایین جامعه می‌دانستند. پس از بررسی مصاحبه‌ها، مطالب مطرح شده در ۳۴۵ مفهوم و هفت مقوله اصلی، دسته‌بندی شدند. بررسی و دسته‌بندی صحبت‌های جوانان شرکت‌کننده نشان داد که تورم برای آنها باعث «بحران انگیزه»، «عطش پول»، «غلتیدن در ابهام و روزمرگی»، «عادی‌پنداری»، «قناعت‌پیشگی» و «ناهنجاری‌های تعاملی» شده است.

یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین چالش‌هایی که شرایط تورم برای مشارکت‌کنندگان ایجاد کرده، از دست رفتن انرژی درونی و انگیزه برای کار، فعالیت و برنامه‌ریزی است. شرکت‌کنندگان در این مطالعه با مضامینی مثل بی‌انگیزگی، ناامیدی، نداشتن شور و شوق، نداشتن تمرکز، کم‌حوصله شدن، پرخاشگری، بلاتکلیفی، سردرگمی، احساس ناتوانی، بر باد رفتن آرزوها، محال شدن خواسته‌ها و ... به این موضوع اشاره کردند.

مشارکت‌کنندگان جوان این پژوهش دوره‌های مختلف تورم را تجربه کرده‌اند و به همین خاطر از نظر آنها، تورم‌های بالا و گرانی کالاها و خدمات چیز عجیبی نیست. این نسل تورم و گرانی را امری عادی می‌پندارند و با آن زندگی می‌کنند. جوانان در این شرایط دچار مسخ‌شدگی شده‌اند و گویی جز بی‌تفاوتی چاره‌ای برای آن وجود ندارد. سعی می‌کنند با این وضعیت کنار بیایند و به آن عادت کنند و بدون تعجب از نوسان قیمت‌ها، به زندگی ادامه دهند. آنها نیازهای خود را کاهش می‌دهند و به حداقل می‌رسانند و سعی می‌کنند با افزایش تلاش و اضافه کردن ساعات کار خود به سازگاری با تورم بپردازند. آنها با بیان مضامینی چون چندشغله شدن، افزایش ساعات کاری، عادی شدن شرایط، تعجب نکردن از نوسان قیمت، انتظار افزایش قیمت، پذیرش شرایط، کاهش نیازها، عادت به زندگی در شرایط سخت، مطیع شدن، تلاش‌های بی‌نتیجه و ... به عادت کردن به تورم اشاره کردند.

شرکت‌کنندگان همچنین دغدغه‌هایی مثل ترس از بیکاری، گرانی و آینده دارند. به معنای کلی‌تر آنها با ناامنی روبه‌رو هستند. پس‌اندازهای آنان در اثر تورم بی‌ارزش شده و نمی‌دانند آینده و فردای آنها چه خواهد شد و از برنامه‌ریزی بلندمدت ناتوان هستند. همین سبب شده آرامش از زندگی آنان سلب شود و تنها به فکر گذران زندگی روزمره باشند.

در شرایطی که تورم رشد می‌کند، اجناس و کالاها گران می‌شوند و همه به دنبال این هستند که ارزش پول خود را حفظ کنند. جوانان اولویت اصلی زندگی خود را برمبنای پول قرار داده‌اند و تمام تلاش‌ها برای به دست‌آوردن پول بیشتر است. تمامی گفت‌وگوهای جوانان بر مسائل مالی و پول چرخ می‌زند و همواره در تکاپو برای دوچندان کردن پول و درآمد خود هستند. تورم و شرایط اقتصادی بی‌ثبات و کنترل‌ناپذیر سبب شده قدرت خانواده‌ها برای تامین نیازها و تحقق خواسته‌های فرزندان‌شان کاهش یابد و در نتیجه جوانان به ناچار تامین بخشی از مخارج خانواده را برعهده بگیرند. آنها ناچارند از برخی خواسته‌های خود چشم‌پوشی کنند و همچون یک بزرگسال ایفای مسئولیت کنند.

همچنین از مهمترین سازوکارهایی که جوانان طبقه پایین برای رویارویی با تورم از آن صحبت می‌کنند، صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌هاست. آنها سعی می‌کنند با جلوگیری از ریخت‌وپاش‌های اضافه، حذف فراغت و محدود کردن روابط دوستانه و مواردی از این قبیل با رویکرد قناعت با وضعیت پیش‌رو روبه‌رو شوند. برای برخی از جوانان دیگر فراغت به معنای مدرن آن که جدا از محل کار باشد، وجود ندارد و به طور چشمگیری کاهش یافته است. آنها سقف نیازهای خود را به حداقل نیازهای ممکن کاهش می‌دهند و تنها به احتیاجات ضروری خود توجه می‌کنند.

در این شرایط براساس آنچه مشارکت‌کنندگان از تجربه خود نقل کردند، حمایت‌های متقابل بین خانواده‌ها نیز کاهش یافته و اعتماد و صمیمیت نیز میان افراد خانواده و اقوام و نزدیکان کمرنگ شده است. حتی روابط همسایگی نیز مانند گذشته نیست و بسیار محدودتر شده است. براساس آنچه مشارکت‌کنندگان جوان این پژوهش اظهار کردند، والدین دیگر قادر نیستند مانند گذشته فرزندان خود را حمایت کنند، صمیمیت و گفت‌وگوهای خانوادگی کمرنگ شده است. در مواقعی که خانواده‌ها دور هم باشند هم بحث و جدل مالی بسیار غالب است.

پژوهشگران با توجه به یافته‌های این مطالعه می‌گویند: «تورم، گرانی، رکود و ناپایداری اقتصادی، تأثیرات عمیق بر جنبه‌های فردی و فرهنگی نسل جوان دارد و می‌تواند بر ارزش‌های فرهنگی توسعه در نسل جوان تأثیر بگذارد. رهایی از فشارها و مشکلات ناگزیر تورم، ایجاب می‌کند که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اقتصادی و سیاسی، برنامه‌ریزی مدونی در زمینه نظام‌های مراقبتی در شرایط بحران و ناپایداری اقتصادی فراهم کنند»

ایران برای یازدهمین سال متوالی در گروه اقتصادهای با درآمد متوسط بالا ایستاد

جغرافیای درآمدی جهان در سال ۲۰۲۰

فرصت امروز: بانک جهانی هر ساله در ابتدای ماه ژوئیه، اقتصادهای جهان را براساس سطح درآمدی آنها رتبه‌بندی می‌کند. در این گزارش، کشورهای جهان به چهار گروه دارای درآمد پایین، درآمد متوسط پایین، درآمد متوسط بالا و درآمد بالا تقسیم می‌شوند. اقتصادهای دارای درآمد پایین در سال ۲۰۲۰ درآمدی کمتر از ۱۰۳۶ دلار یا کمتر داشته‌اند. اقتصادهای دارای درآمد متوسط پایین نیز اقتصادهایی هستند که درآمد ناخالص سرانه ملی آنها بین ۱۰۳۶ دلار تا ۴۰۴۵ دلار بوده است. همچنین سطح درآمدی اقتصادهای دارای درآمد متوسط بالا بین ۴۰۴۵ دلار تا ۱۲۵۳۵ دلار بوده است و اقتصادهای دارای درآمد بالا هم دارای سطح درآمدی ۱۲۵۳۵ دلار و بیشتر بوده‌اند. در گزارش جدید بانک جهانی، ۲۱۸ اقتصاد جهان در این گروه‌های چهارگانه قرار گرفته‌اند، به طوری که ۲۹ کشور در گروه کم‌درآمد، ۵۰ کشور در گروه متوسط پایین، ۵۶ کشور در گروه متوسط بالا و ۸۳ کشور در گروه با سطح درآمدی بالا قرار دارند. ایران هم برای یازدهمین سال متوالی همچنان در گروه اقتصادهای با درآمد متوسط بالا ایستاده است.

رتبه‌بندی درآمدی کشورها از نگاه بانک جهانی

با پیشرفت و پسرفت اقتصادها و به دنبال آن، بهبود و تنزل سطح رفاه جوامع، آستانه طبقه‌بندی کشورهای جهان در گروه‌های درآمدی گوناگون هم تغییر می‌کند. سال مالی بانک جهانی در پایان ژوئن هر سال پایان می‌یابد و در این تاریخ بانک جهانی هر ساله گزارش رتبه‌بندی درآمدی کشورها را منتشر می‌کند. البته این گزارش صرفا با هدف تجزیه و تحلیل اقتصادی تهیه می‌شود و هیچ تاثیری در وام‌دهی و تامین مالی بانک جهانی به کشورها ندارد. این رتبه‌بندی در ابتدای سال مالی بانک جهانی یعنی ابتدای ژوئیه هر سال تعیین می‌شود و به مدت ۱۲ ماه اعتبار دارد.

در فهرست جدید بانک جهانی، تعداد ۲۹ کشور در گروه کم درآمد، ۵۰ کشور در گروه با سطح درآمدی متوسط پایین، ۵۶ کشور در گروه متوسط بالا و ۸۳ کشور در گروه با سطح درآمدی بالا قرار گرفته‌اند. به واسطه سطح پیشرفت یا پسرفت و همچنین تغییر آستانه طبقه‌بندی درآمدی کشورها، طبقه درآمدی برخی از اقتصادها در سال ۲۰۲۰ تغییر یافته است؛ چنانچه طبقه درآمدی ۷ کشور اندونزی، بنین، موریس، نائورو، رومانی، نپال و تانزانیا در این سال بهبود یافته و در نقطه مقابل، طبقه درآمدی سه کشور الجزایر، سریلانکا و سودان تضعیف شده است.

گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد، بالاترین درآمد ملی ناخالص سرانه در سال ۲۰۱۹ براساس روش اطلس متعلق به کشور سوئیس با رقم ۸۵٫۵ هزار دلار و براساس روش برابری قدرت خرید متعلق به ماکائوی چین با رقم ۱۲۳ هزار دلار است. در بین ۳۰ کشور با بالاترین سرانه درآمد ملی، ۴ کشور خاورمیانه و همسایه ایران شامل کشورهای قطر، امارات متحده عربی، عربستان سعودی و کویت هم قرار دارند که درآمد ملی سرانه آنها تفاوت قابل توجهی با ایران دارد.

اگرچه ممکن است اقتصادهایی از لحاظ میزان درآمد ناخالص ملی، وضعیت خوبی داشته باشند، اما سرانه این رقم به عنوان یکی از شواهد سطح استانداردهای زندگی جوامع این کشورها، اهمیت بیشتری دارد. برخی از اقتصادهای کوچک ثروتمند و یا اقتصادهای صنعتی توسعه یافته اغلب از درآمد ناخالص ملی سرانه بالاتری برخوردار هستند، ولی روند رو به رشد این متغیر برای برخی از اقتصادهای در حال توسعه نشان‌دهنده روند توسعه و پیشرفت اقتصادی آنهاست. اقتصادهای جهان دائما در تلاش هستند تا ضمن حفظ روند مثبت رشد اقتصادی سالانه، بر شناسایی پتانسیل‌های جدید رشد متناسب با تحولات فناوری و نیازهای جدید کسب و کار اقدام کنند، به طوری که برآیند همه این فعالیت‌ها باعث ارتقای موقعیت و اعتبار آنها در صحنه اقتصاد جهانی شود.

روش‌شناسی تعیین گروه‌های درآمدی چهارگانه

همانطور که اشاره شد، بانک جهانی هر ساله در پایان ماه ژوئن و در انتهای سال مالی، فهرست رتبه‌بندی اقتصادهای جهان براساس سطح درآمدی آنها را منتشر می‌کند. براساس آنچه معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی تهران گزارش داده است، در این فهرست کشورهای جهان به ۴ گروه درآمدی براساس درآمد ناخالص ملی سرانه تعیین شده به روش اطلس طبقه‌بندی می‌شوند. در روش اطلس، درآمد ناخالص ملی کشورها برحسب پول ملی و با استفاده از عامل تبدیل اطلس (که از میانگین سه ساله نرخ‌های ارز برای هموار کردن اثرات نوسانات نرخ ارز استفاده می‌کند) به دلار آمریکا تبدیل شده و براساس تفاوت بین نرخ‌های تورم کشور (با استفاده از شاخص ضمنی تولید ناخالص داخلی در کشور) با چند کشور توسعه یافته (میانگین وزنی شاخص ضمنی تولید ناخالص داخلی کشورها-SDR) تعدیل شده و سپس برای به دست آوردن رقم سرانه به جمعیت تقسیم می‌شود. البته در رتبه‌بندی سال ۲۰۲۰، ارقام به دلیل تورم SDR اندکی افزایش یافته، به طوری که ارتقای طبقه سطح درآمدی کشورها مستلزم دارا بودن مقادیر بیشتری از درآمد ناخالص ملی سرانه است.

در این طبقه‌بندی درآمدی، دو عامل مورد توجه قرار می‌گیرد: نخست، سرانه درآمد ملی ناخالص کشورها با تغییر رشد اقتصادی، تورم، نرخ ارز و جمعیت تغییر می‌کند. روش تهیه حساب‌های ملی و داده‌های مورد استفاده هم در سرانه مزبور تاثیر می‌گذارد. دوم، آستانه طبقه‌بندی که در واقع، مشخص‌کننده محدوده تعیین شده برای هر طبقه سطح درآمدی است و براساس تورم و با استفاده از ضرایب SDR تعدیل می‌شوند. داده‌های جدید سرانه درآمد ملی کشورها برای سال ۲۰۱۹ مشخص شده که با استفاده از این داده‌ها به همراه تغییرات نرخ ارز رسمی، نرخ تورم و جمعیت، سرانه درآمد ملی کشورها به‌روزرسانی و محاسبه می‌شود و در نهایت در تعیین طبقه سطح درآمدی هر کشور برای سال ۲۰۲۰، ملاک عمل قرار می‌گیرد.

پرواضح است که این رتبه‌بندی براساس داده‌های سال ۲۰۱۹ تنظیم شده و از آنجا که رکود اقتصادی ناشی از شیوع کرونا، سطح درآمدی کشورها در سال ۲۰۲۰ را به‌طور فاحشی پایین آورده، در گزارش سال آینده باید منتظر تحولات جدیدی در رتبه‌بندی درآمدی کشورها از سوی بانک جهانی باشیم، چراکه بروز رکود به ویژه رکودهای تورمی، از عوامل تاثیرگذار منفی بر رشد درآمد ناخالص ملی سرانه اقتصادهاست.

اقتصاد ایران در کجای جهان ایستاده است؟

طبق اطلاعات بانک جهانی، در سال ۲۰۱۹ ایران با دارا بودن جمعیت ۸۲٫۹ میلیون نفری رتبه ۱۹ جهان را از حیث جمعیت داراست، در حالی که از لحاظ سرانه درآمد ناخالص ملی با رقم ۵۴۲۰ دلار به روش اطلس، رتبه ۱۰۳ و از حیث سرانه درآمد ناخالص ملی براساس دلار بینالمللی و برابری قدرت خرید با رقم ۱۴۵۶۰ دلار، رتبه ۹۳ را از بین ۲۱۸ کشور جهان به خود اختصاص داده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که روند تغییر درآمد سرانه ایران با نوساناتی در سال‌های گذشته همراه بوده است. در مقایسه ایران با اقتصادهایی با جمعیت مشابه، کشور ترکیه در گروه اقتصادهای با درآمد متوسط بالا و اقتصاد آلمان در گروه اقتصادهای با درآمد بالا قرار دارند. در سال ۲۰۱۹ سرانه درآمد ملی ناخالص ایران براساس برابری قدرت خرید معادل ۱۴۵۶۰ دلار بوده، در حالی که ارقام مربوط به کشور ترکیه و آلمان به ترتیب ۱٫۹ و ۴ برابر ایران است.

در ۳۳ سال گذشته یعنی از سال ۱۹۸۷ تا سال ۲۰۱۹ میلادی، ایران در ۱۹ سال در طبقه با سطح درآمد متوسط پایین و ۱۴ سال در طبقه با سطح درآمد متوسط بالا قرار داشته است. به استثنای سال‌های ۱۹۸۷ تا ۱۹۸۹ که ایران در طبقه متوسط بالای درآمدی قرار داشته و بعد از آن به مدت ۱۹ سال با تنزل موقعیت در گروه درآمدی متوسط پایین قرار می‌گیرد، کشورمان از سال ۲۰۰۹ به بعد در طبقه درآمدی متوسط بالا قرار گرفته و همچنان در این گروه قرار دارد.

گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد، روند تغییر درآمد ناخالص ملی سرانه ایران پس از طی روند صعودی تا سال ۲۰۱۱، از سال ۲۰۱۲ تا سال ۲۰۱۵ نزولی شده و رشد آن هم در سال‌های بعد متوقف شده است. این در حالی است که درآمد ناخالص ملی سرانه ترکیه در همین بازه زمانی، سرعت رشد بالاتری داشته و تقریبا با نوساناتی کم با سرعت بیشتری تا سال ۲۰۱۶، روند خود را ادامه می‌دهد، به نحوی که فاصله سطح درآمدی آن با ایران افزایش می‌یابد. در ۴ سال اخیر منتهی به سال ۲۰۱۹، روند افزایشی درآمد ملی سرانه ترکیه متوقف شده و روند تغییرات آن نزولی شده است. براساس داده‌های بانک جهانی، این روند برای اقتصاد ایران از سال ۲۰۱۶ به بعد تغییر قابل توجهی نداشته و درآمد ملی سرانه ایران در سال ۲۰۱۹ معادل ۵۴۲۰ دلار بوده که با یک درصد کاهش نسبت به سال قبل همراه بوده است. سرانه درآمد ناخالص ملی ایران در سال ۲۰۱۹ تقریبا معادل رقم مشابه ترکیه در سال ۲۰۰۴ بوده است.

چرا شامخ خرده‌فروشی در مهرماه بدتر شد؟

رکود پاییزی در خرده‌فروشی‌ها

شامخ حوزه خرده‌فروشی در مهرماه امسال به ۳۳٫۶۹ واحد رسید که نسبت به شهریورماه ۵٫۰۹ واحد کاهش را نشان می‌دهد و نشانگر تداوم رکود در خرده‌فروشی‌هاست.

تازه‌ترین گزارش طرح شاخص مدیران خرید (شامخ) نشان می‌دهد که در مهرماه سال ۹۹ شاهد ادامه شرایط رکود در بخش خرده‌فروشی بوده‌ایم، به طوری که شاخص مدیران خرید (PMI) خرده‌فروشی در مهرماه عدد ۳۳٫۶۹ را نشان می‌دهد که نسبت به ماه قبل (رقم ۳۸٫۷۸ در شهریورماه) از کاهش بیش از ۵ واحدی حکایت دارد. با توجه به اینکه عدد شامخ کل پایین‌تر از عدد ۵۰، مفهوم رکود را دارد، رقم شامخ خرده‌فروشی مهرماه حاکی از تداوم رکود در خرده‌فروشی‌هاست. این در حالی است که عدد شامخ کل در خردادماه ۵۰٫۸۹ واحد، در تیرماه ۳۷٫۵۰ واحد، در مردادماه ۵۱٫۱۹ واحد، در شهریورماه ۳۸٫۷۸ واحد و نهایتا در مهرماه به ۳۳٫۶۹ واحد رسید که نشان‌دهنده تداوم رکود در دو ماه گذشته است.

همچنین شاخص موجودی مواد اولیه (با رقم ۵۰٫۴۱) در مهرماه، بیشترین و شاخص میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی (با رقم ۲۰٫۹۲) کمترین مقدار شاخص در بین پنج مولفه اصلی شامخ بوده است. در این میان، شاخص قیمت محصولات تولیدشده نسبت به ماه قبل نیز افزایش ۱۵٫۸۲ درصدی داشته که به دلیل ارتباط مستقیم با شاخص میزان فروش کالا و خدمات موجب کاهش ۱۳٫۷۴ درصدی آن نسبت به ماه قبل شده است.

به طور کلی، کاهش عدد شامخ خرده‌فروشی از ۳۸٫۷۸ واحد در آخرین ماه تابستان ماه به ۳۳٫۶۹ واحد در اولین ماه پاییز نشان‌دهنده بدتر شدن وضعیت خرده‌فروشی در حوزه فروشگاه‌های زنجیره‌ای است. همچنین با بررسی نتایج به دست آمده از این طرح شاهد بیشترین تغییر در شاخص میزان به کارگیری و استخدام نیروی انسانی با درصد تغییر ۳۹٫۷۰- هستیم که احتمالا دلیل آن این است که با توجه به وضعیت شاخص کل و بدتر شدن اوضاع کسب و کارها، استخدام نیروی جدید با ایجاد هزینه مازاد برای واحد صنفی قابل توجیه اقتصادی نیست. همچنین اتاق اصناف ایران در گزارش خود در بررسی علل افزایش عدد شاخص قیمت خرید مواد اولیه (۱۴٫۸۹) درصد، شاخص قیمت محصولات تولیدشده (۱۵٫۸۲) درصد و همچنین شاخص مصرف حامل‌های انرژی (۶٫۶۸) به افزایش ۰٫۷ درصدی نرخ تورم نقطه‌ای در مهرماه نسبت به شهریورماه اشاره کرده و سقوط شاخص بورس از شهریور و به تبع آن، کاهش درآمد مازاد سهامداران را از جمله عوامل کاهش قدرت خرید مردم عنوان کرده است.

بررسی‌های اتاق اصناف ایران همچنین نشان می‌دهد که در کنار این عوامل، مباحث مربوط به رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی و پیش‌گیری از شیوع بیشتر ویروس کرونا باعث شده تا ترددهای غیرضروری کاهش یافته و تقاضاکنندگان بیشتر به خریدهای اینترنتی و فروش‌های مجازی روی آورند. البته برخی از این فروشگاه‌ها دارای فروش مجازی هستند ولی اپلیکیشن‌های جدید در این طرح مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. گفتنی است شاخص مدیران خرید (شامخ)، شاخصی است که به صورت ماهانه، اطلاعات موردنیاز فعالان اقتصادی، سرمایه‌گذاران و همچنین برنامه‌ریزان کشور در مورد وضعیت رونق و رکود اقتصادی را بیان می‌کند. این شاخص از طریق جمع‌آوری اطلاعات از مدیران مهم‌ترین بنگاه‌های اقتصادی (دارای بیشترین ارزش افزوده، میزان تولید و نیروی انسانی) تهیه شده است و براساس آن، اطلاعات واقعی (و نه حدس و نظر شخصی) در مورد وضعیت متغیرهای مهمی از قبیل «مقدار تولید»، «سفارشات جدید»، «سرعت انجام و تحویل سفارش»، «موجودی مواد اولیه» و «میزان استخدام شرکت» در ماه موردنظر نسبت به ماه قبل (بیشتر، کمتر یا مانند) دریافت می‌شود. موسسات معتبر جهانی نیز این شاخص را با همکاری بیش از ۴۰ کشور دنیا به صورت ماهانه محاسبه و منتشر می‌کنند.

واکسن کووید-۱۹ بازار نفت را نجات نمی‌دهد

کابوس طلای سیاه

فرصت امروز: در حالی که خبر ساخت واکسن کرونا از سوی شرکت داروسازی فایزر آمریکا و شرکت بیوتک آلمان، موج مثبتی در بازارهای مالی و بورس‌های جهانی به راه انداخته، اما اوضاع در بازار جهانی نفت طبق انتظارها پیش نرفته است، چنانچه آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) در تازه‌ترین پیش‌بینی خود اعلام کرده واکسن کووید-۱۹ بازار نفت را نجات نمی‌دهد و بعید است که تقاضای جهانی نفت تحت تاثیر عرضه واکسن کرونا در سال آینده تقویت شود. از سوی دیگر، اوپک نیز در جدیدترین گزارش ماهانه خود پیش‌بینی کرده که تقاضای نفت از آنچه پیش از این تصور می‌کرده کمتر خواهد شد و روند احیای تقاضای جهانی نفت در سال ۲۰۲۱ به دلیل موج جدید شیوع کرونا و تجدید قرنطینه‌ها، کندتر از تصور قبلی پیش خواهد رفت. در همین حال، روند صعودی قیمت نفت معکوس شد و قیمت طلای سیاه در معاملات روز گذشته (جمعه) تحت تاثیر نگرانی‌ها نسبت به کندی روند احیای اقتصاد جهانی و افزایش موارد ابتلا به ویروس کرونا کاهش یافت.

وقتی واکسن کرونا، بازار نفت را تکان نمی‌دهد

آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) در تازه‌ترین پیش‌بینی خود اعلام کرد تقاضای جهانی برای نفت بعید است تحت تاثیر عرضه واکسن کووید-۱۹ در سال ۲۰۲۱ به میزان قابل توجهی تقویت شود. به گزارش رویترز، آژانس بین‌المللی انرژی در جدیدترین گزارش ماهانه خود اعلام کرد هنوز اطلاعی درباره اینکه واکسن‌های کووید-۱۹ چگونه و چه زمانی اجازه خواهند داد زندگی عادی از سرگرفته شوند، وجود ندارد. فعلا در پیش‌بینی‌های ما از تاثیر قابل توجه ساخت واکسن در نیمه اول سال ۲۰۲۱ فرضی گرفته نشده است. دورنمای ضعیف تقاضا و رشد تولید در برخی از کشورها نشان می‌دهد که عوامل بنیادین بازار نفت ضعیف‌تر از آن هستند که به حمایت از قیمت‌ها کمک کنند.

به گفته آژانس بین‌المللی انرژی، سطح ذخایر نفت کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری اقتصادی تا ماه سپتامبر برای دومین ماه متوالی کاهش پیدا کرد اما در مقایسه با سطح ذخایر در ماه مه که در پیک شیوع ویروس کرونا جهش یافت، فاصله چندانی ندارد.

در گزارش آژانس بین‌المللی انرژی با اشاره به افزایش موارد ابتلا به کرونا در اروپا و آمریکا و اجرای دوباره تدابیر قرنطینه، برآورد تقاضای جهانی برای نفت در سال ۲۰۲۰ به میزان ۴۰۰ هزار بشکه در روز در مقایسه با گزارش ماه پیش کاهش داده شد و آژانس اکنون انتظار دارد مصرف جهانی نفت امسال ۸٫۸ میلیون بشکه در روز کاهش پیدا کرده و به ۹۱٫۳ میلیون بشکه در روز برسد. همچنین تقاضا در سال میلادی آینده ۵٫۸ میلیون بشکه در روز رشد کرده و به ۹۷٫۱ میلیون بشکه در روز می‌رسد. اگرچه دورنمای تقاضای نفت با انتظاراتی که برای بهبود وضعیت بازار چین و هند وجود دارد، تا حدودی روشن‌تر شده اما این پیش‌بینی، موج جدید دیگری از شیوع پاندمی را فرض نگرفته است.

آژانس بین‌المللی انرژی همچنین هشدار داد برنامه اوپک و متحدانش برای افزایش تولید به میزان ۲ میلیون بشکه در روز از ژانویه به معنای آن است که میزان عرضه از تقاضا فراتر خواهد رفت. اگر این تولیدکنندگان این برنامه را اجرا کنند، برداشت از ذخایر در سه ماهه اول سال ۲۰۲۱ متوقف خواهد شد. به اعتقاد آژانس بین‌المللی انرژی، اگر عوامل بنیادین تغییر نکند، روند برقراری توازن بازار پیشرفت آهسته‌تری خواهد داشت.

میزان تقاضا برای نفت اوپک کمتر می‌شود

جدیدترین گزارش ماهانه اوپک نیز چندان چشم‌انداز امیدوارکننده‌ای از آینده بازار جهانی نفت نشان نمی‌دهد و بزرگ‌ترین کارتل نفتی جهان پیش‌بینی کرد که روند احیای تقاضای جهانی نفت در سال ۲۰۲۱ به دلیل موج جدید شیوع کرونا و تجدید قرنطینه‌ها، کندتر از تصور قبلی خواهد بود. اوپک در این گزارش برآورد کرده که تقاضای نفت در سال میلادی آینده به میزان ۶٫۲۵ میلیون بشکه در روز رشد کرده و به ۹۶٫۲۶ میلیون بشکه در روز می‌رسد. این برآورد ۳۰۰ هزار بشکه در روز کمتر از پیش‌بینی ماه گذشته اوپک است.

اوپک همچنین پیش‌بینی کرد تقاضای جهانی برای نفت این گروه در سال ۲۰۲۰ به ۲۲٫۱ میلیون بشکه در روز می‌رسد و این میزان در سال آینده میلادی نیز ۲۷٫۴ میلیون بشکه در روز خواهد بود که ۶۰۰ هزار بشکه در روز کمتر از برآورد قبلی است. همچنین عرضه نفت غیراوپک در سال ۲۰۲۰ به ۶۲٫۷۳ میلیون بشکه در روز و در سال ۲۰۲۱ به ۶۳٫۶۸ میلیون بشکه در روز می‌رسد.

ضعیف شدن روند احیای تقاضا ممکن است ضرورت به تاخیر افتادن افزایش برنامه‌ریزی شده تولید اوپک پلاس در ابتدای سال ۲۰۲۱ را تقویت کند. الجزایر که ریاست دوره‌ای اوپک را برعهده دارد، روز چهارشنبه گذشته اعلام کرد که گروه اوپک پلاس در صورت نیاز تولیدش را به میزان بیشتری محدود خواهد کرد.

در گزارش اوپک آمده است: اقدامات دولت‌های اروپایی برای تعطیلی مکان‌های عمومی و تشویق به دورکاری به تقاضا برای سوخت در ادامه سال ۲۰۲۰ لطمه خواهد زد و تاثیر همه‌گیری کرونا بر تقاضا برای نفت تا اواسط سال آینده ادامه خواهد داشت. همچنین روند احیای تقاضا برای نفت به شدت آهسته خواهد بود و کندی تقاضا برای سوخت صنعتی و حمل و نقل تا اواسط سال ۲۰۲۱ ادامه پیدا می‌کند. گفتنی است این آخرین گزارش پیش از دیدار هفته آینده کمیته نظارتی مشترک وزیران اوپک پلاس و دیدار وزیران این گروه در روزهای ۱۰ و ۱۱ آذر خواهد بود.

اوپک البته در گزارش خود تاثیر کشف واکسن جدید کرونا را در پیش‌بینی‌هایش لحاظ نکرده است. این درحالی است که قیمت نفت پس از آنکه شرکت‌های داروسازی فایزر و بیوتک اعلام کردند واکسن کرونای آنها بیش از ۹۰درصد در آزمایشات اولیه موثر بوده است، روند صعودی پیدا کرد و روز چهارشنبه به بالای ۴۵ دلار در هر بشکه رسید.

روند صعودی قیمت نفت معکوس شد

با این حال، قیمت نفت در معاملات روز جمعه تحت تاثیر نگرانی‌ها نسبت به کندی روند احیای اقتصاد جهانی و تقاضا برای سوخت به دلیل شتاب در روند افزایش موارد ابتلا به ویروس کرونا کاهش یافت، چنانچه بهای معاملات نفت برنت ۷۵ سنت معادل ۱٫۷ درصد کاهش یافت و به ۴۲ دلار و ۷۸ سنت در هر بشکه رسید. نفت برنت روز پنجشنبه هم ۰٫۶ درصد کاهش قیمت داشت. همچنین بهای معاملات وست تگزاس اینترمدیت آمریکا ۸۹ سنت معادل ۲٫۲ درصد کاهش پیدا کرد و به ۴۰ دلار و ۲۳ سنت در هر بشکه رسید. شاخص نفت آمریکا روز پنجشنبه نیز حدود ۰٫۸ درصد کاهش داشت. با این حال هر دو شاخص از ابتدای هفته تاکنون حدود ۸ درصد رشد داشته‌اند.

آمار دولت آمریکا که نشان داد ذخایر نفت این کشور در هفته گذشته ۴٫۳ میلیون بشکه رشد کرده است، به فشارهای کاهشی بر قیمت‌ها افزود. تحلیلگران کاهش ذخایر به میزان ۹۱۳ هزار بشکه را پیش‌بینی کرده بودند. کویچی موراکاکی، تحلیلگر شرکت دایچی کامادیتیز درباره وضعیت بازار گفت: «سرمایه‌گذاران به سودگیری از رشد اخیر قیمت‌ها اقدام کردند زیرا دورنمای تیره اقتصاد جهانی در بحبوحه افزایش شدید موارد ابتلا به ویروس کرونا و محدودیت‌های اجتماعی جدید، فضا را بدبینانه‌تر کرده است. اگر روند شیوع ویروس کرونا در بسیاری از نقاط جهان تسریع شود، انتظار می‌رود قیمت‌های نفت در هفته پیش رو تحت فشارهای نزولی بمانند.»

افزایش موارد ابتلا به ویروس کرونا در آمریکا و نقاط دیگر به رکورد جدید و محدودیت‌های اقتصادی برای مهار شیوع بیماری به چشم‌انداز پایان بحران سلامتی جهانی در آینده نزدیک لطمه زده است. امیدواری به نزدیک شدن پایان این بحران هفته گذشته با اعلام خبر موثر بودن ۹۰ درصدی واکسن ساخت شرکت‌های فایزر و بیوتک آلمان به اوج رسید و باعث جهش شاخص‌های قیمت بازار نفت شد. با این حال، همانطور که در ابتدای گزارش نیز اشاره شد، آژانس بین‌المللی انرژی در گزارش تازه خود این امر را چندان که باید و شاید موثر ندانست و اعلام کرد بعید است تقاضای نفت تحت تاثیر عرضه یک واکسن تا اواسط سال ۲۰۲۱ تقویت شود.

واکنش بازار مسکن به انتخابات آمریکا چه بود؟

رکود بیشتر در انتظار بازار مسکن

در شرایطی که بازار دلار و طلا و البته سهام هفته‌ای پرنوسان را به دلیل انتخابات آمریکا دنبال کردند اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که بازار مسکن بی‌توجه به این تحولات هفته‌ای بی‌تفاوت را پشت سر گذاشته است. مشاهدات عینی و پرس‌وجو از مشاوران املاک نشان می‌دهد که در بازار مسکن هیچ اتفاقی از نظر قیمتی رخ نداده است اگرچه که میزان معاملات مسکن کاهش یافته است. در این باره، یکی از مشاوران املاک می‌گوید «خریداران در انتظار کاهش قیمت هستند و فروشندگان هم حاضر نیستند که از قیمت‌های اعلام شده پایین بیایند و این فضا تنها به معنای رکود بیشتر بازار مسکن خواهد بود. «یکی از مشاوران دیگر املاک هم می‌گوید: «وقتی قیمت زمین و هزینه‌های ساخت کاهش پیدا نکرده و از طرف دیگر همه سازندگان با قیمت گران قبلی ساختمان خود را ساخته‌اند چرا باید انتظار داشت که قیمت در بازار کاهش پیدا کند و اتفاقی که در آینده نزدیک رخ می‌دهد کسادی و رکود بیشتر بازار مسکن خواهد بود.»

البته در این بین خریداران در انتظار ارزان شدن هستند. یکی از آنها که به مشاور املاکی در نزدیکی میدان هفت تیر آمده است، می‌گوید:« بعد از انتخاب بایدن من انتظار داشتم قیمت‌ها کاهش پیدا کند. من و همسرم یک ماهی هست که دنبال خرید خانه هستیم تا قبل از انتخابات املاک‌ها و صاحبان خانه اعلام می‌کردند که دست نگه داشته‌اند تا قیمت‌ها بعد از انتخابات مشخص شود و حالا هم که ترامپ نشده و بایدن شده است اعلام می‌کنند؛ قیمت بازار مشخص نیست و باید همه صبر کنند.» در این بین البته یکی از مشاوران املاک با اشاره به اینکه دلار هم ارزان نشده است و تنها دلار دو روز به زیر ۲۵ هزار تومان رسید و حالا احتمال عبور آن از ۳۰ هزار تومان هم وجود دارد، می‌گوید: «انتظار کاهش قیمت مسکن با افت قیمت دلار در شرایطی محقق می‌شود که ارزان شدن دلار به کاهش قیمت نهاده‌های ساختمانی و هزینه‌های ساخت و ساز منجر شود و عملا هزینه تولید کاهش یابد و این اتفاق هم در بلندمدت می‌تواند رخ دهد. البته باید در نظر داشت که این اتفاق هم درباره ملک‌های جدیدساز می‌افتد زیرا هیچ فردی حاضر نیست خانه‌ای که گران ساخته را ارزان بفروشد.»

در این بین پورحاجت، دبیر کانون سراسری انبوه‌سازان هم گفته است: «جمعیت کشور ما در حال افزایش است و بخش مسکن جدای از اینکه از تحولات اقتصاد کلان اثر می پذیرد، افزایش نیاز آیندگان را نیز مدنظر قرار می‌دهد، درنتیجه مادامی که یکی از این دو عامل کلی به ثبات نرسد یعنی اقتصاد کلان آرام نشود یا پاسخ مناسبی به تقاضای مسکن داده نشود، این بازار با چسبندگی قیمت مواجه خواهد بود.» بازار مسکن ایران همواره در دوره‌های شوک و جهش ارزی با سونامی رشد قیمت مواجه بوده است. با در نظر گرفتن برآوردهایی که از کسری ۵میلیون واحدی مسکن در کشور می‌شود، در آینده نیز این اتفاقات تکرار خواهد شد.

در همین حال، جزییات تغییر قیمت مصالح ساختمانی در نیمه اول سال نشان می‌دهد که تیرآهن در صدر گرانی‌ها قرار داشته است؛ موضوعی که بی‌ارتباط با قیمت مسکن نیست. مرکز آمار ایران جزییات تغییرات قیمت نهاده‌های ساختمانی طی نیمه نخست امسال را منتشر کرد و مطابق با این آمار تیرآهن نمره ۳۰ با ۱۹۸ درصد بیشترین رشد قیمت را داشته است.

براساس اطلاعات ارائه شده از سوی مرکز آمار ایران، مقایسه متوسط قیمت همه ۱۷۹ قلم مورد آمارگیری نیمه نخست امسال در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته حاکی از آن است که تیرآهن نمره ۳۰ با ۱۹۸٫۶ درصد دارای بیشترین افزایش و لمبه چوبی با ۶٫۵ درصد دارای بیشترین کاهش بوده است. مقایسه با دوره مشابه سال قبل نیز نشان می‌دهد که بیشترین افزایش متوسط قیمت مربوط به ورق سیاه به ضخامت بیش از ۳ میلیمتر با ۲۵۲ درصد و کمترین افزایش قیمت مربوط به لمبه چوبی با ۶٫۳ درصد بوده است.

مقایسه متوسط قیمت ۹ قلم مهم مورد آمارگیری این دوره نسبت به دوره قبل هم نشان می‌دهد تیرآهن نمره ۱۴ با ۱۲۴٫۲ درصد دارای بیشترین افزایش و آجر فشاری با ۱۸٫۹ درصد دارای کمترین افزایش بوده‌اند. مقایسه با دوره مشابه سال قبل نشان می‌دهد بیشترین افزایش قیمت مربوط به تیرآهن نمره ۱۴ با ۲۲۱٫۹ درصد و کمترین افزایش قیمت مربوط به آجر فشاری با ۴۴٫۷ درصد بوده است.

دریچه

از بورس‌بازان تا دلالان خودرو و شاخ‌های اینستاگرامی

کرونا چه کسانی را پولدار کرد؟

در این شکی نیست که آغاز همه‌گیری کرونا در زمستان پارسال، اقتصاد کم‌جان ایران را با بحران تازه‌تری مواجه کرد؛ بحرانی که مشابه آن دست کم در دهه‌های اخیر مشاهده نشده بود. شواهد نشان می‌دهند که شیوع کرونا در کنار اعمال بی‌سابقه تحریم‌ها، بسیاری از بخش‌های اقتصاد ایران را دست کم برای سال‌ها تغییر داده است. با این همه، ظاهراً این وضعیت برای گروهی از کسب و کارها و شهروندان در ایران نه فقط بد نبوده، که آنها را ثروتمندتر هم کرده است، اما آنها چه کسانی هستند؟

به گزارش فرارو، مرکز پژوهش‌ها چند ماه پیش در گزارشی به تاثیر همه‌گیری کرونا بر وضعیت کلان اقتصاد ایران پرداخته و برآورد کرده بود ایران تا پایان سال ۱۳۹۹ با تبعات اقتصادی این ویروس دست و پنجه نرم خواهد کرد و مهم‌تر اینکه کرونا، بین ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تا ۶ میلیون و ۴۰۰ هزار نفر از ایرانی‌ها را از کار بیکار خواهد کرد.

برای اینکه بدانیم این آمارها چقدر تکان‌دهنده هستند، کافی است در نظر بگیریم که تعداد کل شاغلان در بازار کار ایران حدود ۲۵ میلیون نفر است. به عبارت دیگر، اگر سناریوی بدبینانه مرکز پژوهش‌ها محقق شود، تا پایان امسال حدود ۲۵درصد از شاغلان ایرانی (یک نفر از هر چهار نفر) شغل خود را از دست خواهند داد.

با این همه، همین تصویر سیاه برای بسیاری از شهروندان و کسب و کارها متفاوت بوده است. بررسی‌ها نشان می‌دهند دقیقاً در دورانی که بسیاری از کسب و کارهای ایرانی با بحران‌های جدی مواجه شده‌اند، کسب و کارهای دیگری حتی افزایش سودآوری را تجربه کرده‌اند، اما این کسب و کارها دقیقاً در چه حوزه‌هایی فعالیت می‌کنند و یا اینکه شیوه کسب و کار آنها با شیوه کسب و کارهای زیان‌دیده چه تفاوتی دارد؟

نخستین ویژگی کسب و کارهای موفق در دوره بروز همه‌گیری، چه در ایران و چه در جهان، آنلاین بودن آنها است. کسب وکارهای آنلاین، همچون فروشگاه‌های آنلاین، پلتفرم‌های آموزش مجازی، استارت‌آپ‌های ورزش در منزل، پزشکی از راه دور، تحویل مرسولات و بسته‌ها و نیز استارت‌آپ‌های حوزه «فین تک» (نقل و انتقالات مالی)، از جمله حوزه‌هایی بوده‌اند که شیوع کرونا موجب رشد آنها شده است.

در همین رابطه، آن دسته از کسب و کارهایی که موفق به سازگاری سریع با شرایط جدید شدند هم جلوی ضرر و زیان خود را گرفتند و نوع تازه‌ای از فعالیت را تجربه کردند. مهمترین رخداد در این زمینه، با «پدیده دورکاری» تجربه شد. بر این اساس، در حالی که بسیاری از شرکت‌ها همچنان بر حضور فیزیکی کارمندان اصرار دارند، شرکت‌های موفق‌تر تقریباً تمام فرصت‌های شغلی خود را با دورکاری حفظ کرده‌اند و این ممکن است به الگویی برای سال‌های پس از کرونا هم بدل شود.

اما این تنها کسب و کارهای مجازی نیستند که در دوران کرونا شاهد بهبود وضعیت بودند، بلکه شرایط جدید اقتصاد و جامعه ایرانی در این دوره، موجب شکلگیری فضاهای تازه‌ای هم شد. این روزها، دکه‌های فروش ماسک و الکل تقریباً در جای جای شهرهای بزرگ ایران خودنمایی می‌کنند و اقتصاد بزرگی حول محور مبارزه با کرونا شکل گرفته است.

«سامانت سوبرامانیان» چند ماه پیش در نشریه انگلیسی «گاردین»، مقاله‌ای مفصل در مورد تبدیل شدن ماسک به خواستنی‌ترین کالای جهان نوشت و اشاره کرد که تا پیش از بروز همه‌گیری، حدود ۸۵ درصد از تمامی ماسک‌های بهداشتی جهان در چین تولید می‌شد، اما این وضعیت پس از سر برآوردن کرونا تغییر کرد و تقریباً تمام کشورها دست به کار تولید ماسک شدند، تا آنجا که برای ماسک‌های باکیفیت‌تر، حتی یک بازار سیاه بین‌المللی شکل گرفت.

در ایران هم نمونه مشابه کم نبوده است: از شکل گرفتن کارگاه‌های تولید ماسک در خیاطی‌ها، تا تولید ماسک‌های پارچه‌ای در فضاهای عمومی فرهنگسراها و توسط بانوان خانه‌دار یا سرپرست خانوار. این در حالی است که این روزها، خیریه‌های اهدای ماسک به نیازمندان هم در برخی ایستگاه‌های مترو در تهران به چشم می‌خورند.

تولید الکل جهت ضدعفونی کردن سطوح هم کسب و کار دیگری است که شاید اکنون از نظر رونق رقیبی نداشته باشد. بررسی‌ها نشان می‌دهند که اکنون برخی تولیدکنندگان در این حوزه به شکل شبانه‌روزی و سه شیفت در حال کار هستند و این در حالی است که تقاضا، اگر بیش از عرضه نباشد، کمتر هم نیست.

شرکت‌های داروسازی هم در این مدت شاهد افزایش چشمگیر تولید بوده‌اند و این، شامل نیازهای دارویی مبتلایان به کووید-۱۹ هم می‌شود. تولید مواد ضدعفونی‌کننده، ویتامین‌ها و مکمل‌ها، داروهای حمایت‌کننده از افراد با بیماری‌های زمینه‌ای مانند بیماری‌های کلیوی، قندی و عروقی، آنتی ویروس‌ها، سرم‌ها و نظایر آنها، محصولاتی هستند که همزمان با همه‌گیری کرونا، سودآوری داروسازان را افزایش داده‌اند.

از آن سو، اما برخی دیگر هم بوده‌اند که طی این مدت، از آب گل‌آلود کرونا و تحریم ماهی گرفته‌اند. بررسی‌ها نشان می‌دهند که به دلیل فاصله میان نرخ مصوب خودرو و قیمت حاشیه بازار، طی چند ماه گذشته حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان رانت توزیع شده که به جیب کسانی رفته که خودرو را با نرخ مصوب از کارخانه خریده‌اند و به نرخ آزاد در بازار فروخته‌اند. به عبارت ساده‌تر، دولت از جیب همه شهروندان، حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان رانت به جیب عده‌ای خاص واریز کرده است. بازار سرمایه ایران هم بازار دیگری بود که طی این مدت به شدت مورد توجه بود و دست‌کم بخشی از سرمایه‌گذاران را به سودهای آنچنانی رساند.

همچنین «شاخ‌های اینستاگرامی» هم بخش دیگری از شهروندان ایرانی هستند که نه تنها در دوره همه‌گیری کرونا، که از مدت‌ها پیش از شروع این وضعیت به درآمدهای بالا دست پیدا کرده‌اند. میزان دقیق درآمد «شاخ‌های اینستاگرامی» مشخص نیست و بسته به مورد متفاوت است، اما جست و جویی ساده در مورد ارقامی که برای تبلیغات در اینستاگرام مطرح می‌شود، می‌تواند محکی برای تخمین درآمد این افراد به دست بدهد. برخی فعالان تبلیغات اینستاگرامی، برای هر ثانیه استوری حدود ۳۰۰ هزار تومان دریافت می‌کنند و به این ترتیب، یک استوری ۱۵ ثانیه‌ای حدود ۵ میلیون تومان برای آنها درآمد خواهد داشت. از آن سو، چهره‌های معروف‌تری هم هستند که تعداد دنبال‌کنندگان آنها در مقیاس چندصد هزار یا میلیون است و گفته می‌شود که درآمدهای ماهانه چندصد میلیونی و حتی چند میلیاردی، تنها از طریق انتشار تبلیغات در محیط شبکه‌های اجتماعی به دست می‌آورد. ظاهراً کرونا و تشدید وجوه آنلاین زندگی، حتی تلقی ما از درآمدزایی و کسب و کار را هم برای همیشه تغییر داده است.

بانک نامه

کاهش ۸۰۰ هزار تومانی قیمت سکه در هفته گذشته

دلار بالاخره کانال عوض کرد

در آخرین روز هفته گذشته قیمت هر دلار آمریکا به کانال ۲۶ هزار تومان وارد شد و بالاخره از سد مقاومتی ۲۷ هزار تومان عقب‌نشینی کرد. در جریان معاملات روز پنجشنبه در صرافی‌های بانکی، قیمت هر اسکناس دلار آمریکا وارد کانال ۲۶ هزار تومانی شد و نرخ آن به ۲۶ هزار و ۸۵۰ تومان رسید. همچنین قیمت خرید هر اسکناس دلار ۲۵ هزار و ۸۵۰تومان اعلام شد.

قیمت دلار درحالی در دو هفته گذشته و با برگزاری انتخابات آمریکا، نوسان شدیدی را تجربه کرد که در مقاطعی حتی تا ۲۲ هزار و ۳۰۰ تومان نیز رسید و خرید دلار در برخی روزها از سوی دلالان و صرافان متوقف شد، اما در نهایت روند صعودی به بازار ارز بازگشت و البته این روند صعودی در دو روز اخیر اندکی مهار شده است.

در بازار سکه و طلا نیز در طول هفته‌ای که گذشت، قیمت سکه کاهشی ۸۰۰ هزار تومانی را ثبت کرد. محمد کشتی‌آرای نایب رئیس دوم اتحادیه طلا و جواهر تهران در رابطه با تغییرات یک هفته اخیر بازار داخلی سکه و طلا به ایسنا گفت: با توجه به تحولات سیاسی-اقتصادی آمریکا، در هفته‌ای که گذشت، نوسان کاهشی قیمت جهانی طلا را داشته‌ایم. در حالی که در قیمت‌های جهانی هر اونس طلا تا ۱۹۶۴ دلار رسیده بود، در طول یک هفته اخیر به ۱۸۸۰ دلار رسید و کاهش ۸۰ دلاری را تجربه کرد و همانطور که پیش‌بینی شده بود، آرامشی بود که در این زمینه اتفاق افتاده بود. اگرچه تحولات سیاسی به سمت بحران در آمریکا پیش می‌رفت، طبیعتا قیمت‌های جهانی طلا افزایشی بود اما با آرامشی که فعلا ایجاد شده است، قیمت انس جهانی کاهشی بوده است.

نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران ادامه داد: در بازار داخلی نیز قیمت سکه و طلا همچنان تحت تاثیر نرخ ارز نیز بوده است. در حالی که قیمت جهانی طلا کاهش پیدا کرد، نوسانات نرخ ارز تعیین‌کننده بود. در طول هفته‌ای که گذشت، با توجه به نوسانات کاهشی نرخ ارز، می‌توان گفت که به طور متوسط قیمت سکه نوسان ۸۰۰ هزار تومانی داشت و در حالی که در ابتدای هفته در محدوده ۱۳ میلیون و ۸۰۰ هزار تومانی قرار گرفته بود، هفته را با قیمت ۱۳ میلیون تومان به پایان رساند.

به گفته وی، در مجموع با توجه به اتفاقاتی که در بازار داخلی رخ داد و معاملات فیزیکی و کاغذی طلا ممنوع شد و تعدادی از معامله‌گران این حوزه و افرادی که موجب اختلالات ارزی و اختلال در قیمت سکه و طلا بودند، دستگیر شدند، سطح معاملات در روزهای پایانی هفته در بازار به شدت کاهش پیدا کرد و روزهای پایانی هفته، قیمت سکه رو به کاهش پیش رفت که این کاهش چشمگیر نیز بود. در حال حاضر هر قطعه سکه حدودا یک میلیون ۲۰۰ هزار تومان تا یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان دارای حباب است که البته نسبت به ابتدای هفته کاهش یافته است.

نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران، ضمن تاکید بر اینکه در مجموع بازار سکه و طلای داخلی در یک هفته اخیر روندی نزولی در قیمت‌ها داشته است، در رابطه با آخرین قیمت‌های معاملاتی سکه و طلا، گفت: در حال حاضر قیمت هر قطعه سکه تمام بهار طرح جدید ۱۳ میلیون تومان و سکه تمام طرح قدیم ۱۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان است. هر قطعه نیم سکه ۷میلیون و ۲۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۴ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان و سکه‌های یک گرمی ۲ میلیون و ۶۵۰ هزار تومان قیمت دارند. همچنین هر مثقال طلا ۵میلیون و ۳۰۰ هزار تومان و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز یک میلیون و ۲۲۳ هزار و ۵۰۰ تومان قیمت دارند. آخرین نرخ ثبت شده برای اونس جهانی نیز ۱۸۷۲ دلار است.

از شنبه آینده نرخ کارمزد خدمات بانکی افزایش می‌یابد

فصل جدید کارمزد خدمات بانکی

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

چند هفته قبل بود که بانک مرکزی در بخشنامه‌ای نرخ جدید کارمزد خدمات بانکی را اعلام کرد و از اجرای آن از ابتدای آذرماه خبر داد. هرچند از آخرین باری که نرخ کارمزد خدمات بانکی افزایش یافته بود، بیشتر از یک دهه می‌گذرد و این موضوع به یکی از مطالبات بانک‌ها در چند سال گذشته تبدیل شده بود، اما این اتفاق حالا با حاشیه‌هایی همراه شده است. از فردای روزی که بانک مرکزی بخشنامه افزایش نرخ کارمزد خدمات بانکی را به بانک‌ها و موسسات اعتباری ابلاغ کرد، دو جبهه در افکار عمومی و ازجمله در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی شکل گرفت. جبهه نخست از آن کسانی بود که اساسا هر نوع افزایش قیمتی را محکوم می‌کنند و در صدر آن، این تلقی غیرحرفه‌ای و ساده‌نگرانه وجود داشت که «مگر بانک‌ها چه خدماتی ارائه می‌کنند که حالا کارمزد آن را افزایش داده‌اند؟» جبهه دوم هم عمدتا از سوی محافل بانکی بود که از بخشنامه بانک مرکزی استقبال کرده، اما میزان افزایش نرخ کارمزد خدمات بانکی را کافی نمی‌دانستند.

اما از عجیب‌ترین حاشیه‌های ممکن، گمانه‌زنی‌هایی بود که به اشتباه در فضای عمومی جامعه شکل گرفته بود، ازجمله اینکه افزایش نرخ کارمزد خدمات بانکی همان مالیات بر تراکنش‌های بانکی است و یا اینکه منابع جمع‌آوری شده از محل افزایش کارمزدهای بانکی قرار است در قالب طرح کوپن الکترونیکی به مردم برگردانده شود.

رقابت ۳۰ درصدی بانک‌ها در ارائه کارمزد بانکی

بانک‌ها امروزه خدمات متنوعی را به‌صورت الکترونیک به مشتریان ارائه می‌کنند. الکترونیکی شدن خدمات بانکی موجب می‌شود که شهروندان کمتری به‌صورت حضوری به بانک‌ها مراجعه کنند و از بسیاری از هزینه‌ها نظیر زمان و هزینه کاغذ جلوگیری شود. پرواضح است که ارائه خدمات بانکی، برای بانک‌ها هزینه‌هایی به همراه دارد بنابراین بانک‌ها این هزینه‌های اسمی را براساس هزینه تمام شده محاسبه کرده و به‌عنوان کارمزد خدمات بانکی از مشتریان خود دریافت می‌کنند. دریافت کارمزد بابت خدمات بانکی درحالی به یکی از اصول بنیادین بانکداری تبدیل شده که کارمزد بانک‌های ایرانی جزو ارزان‌ترین نرخ‌های کارمزد در بانکداری دنیاست.

اگرچه طبق قوانین پولی کشور هر ساله باید نرخ کارمزد خدمات بانکی متناسب با میزان تورم هماهنگ شود، اما نرخ کارمزد خدمات بانکی سال‌ها بود که ثابت مانده و به روزرسانی نشده بود. با اینکه پس از ۱۰ سال بالاخره بانک مرکزی به این مطالبه بانک‌ها تن داد و نرخ کارمزد خدمات بانکی را افزایش داد، اما کیفیت این اقدام با تردیدهایی همراه است.

بدیهی است که بانک‌ها نظیر هر بنگاه اقتصادی برای جذب مشتری با یکدیگر رقابت می‌کنند و نرخ کارمزد خدمات بانکی ازجمله عرصه‌های رقابت بانکی میان بانک‌ها و موسسات اعتباری است. درحالی که بانک‌های غربی در این زمینه از انعطاف و آزادی لازم برخوردارند و برای رضایت مشتری تلاش می‌کنند در کارمزد انواع خدمات بانکی تخفیف در نظر گرفته و یا با نرخ‌های پایین‌تر به مشتریان خود خدمات ارائه دهند، اما بانک‌های ایرانی طبق بخشنامه اخیر بانک مرکزی تنها می‌توانند «به منظور رقابت با یکدیگر حداکثر تا ۳۰ درصد و برای افراد تحت پوشش سازمان بهزیستی کشور، مستمری‌بگیران و مددجویان کمیته امداد امام خمینی حداکثر تا ۱۰۰ درصد مبالغ مندرج در جداول ابلاغی، نرخ‌های کمتری اعمال کنند.» به عبارت بهتر، بانک‌های ایران در ارائه نرخ‌های کارمزد خدمات بانکی حداکثر تا ۳۰ درصد می‌توانند با یکدیگر رقابت کنند و نه بیشتر. در نقطه مقابل، در بانک‌های غربی بین بانک‌ها تفاوت کارمزد وجود دارد و برخی از بانک‌ها نرخ کارمزد را برای مشتریان پرکار خود با تخفیف در نظر می‌گیرند و از این سیاست تشویقی برای رقابت و جذب سپرده‌گذاری بیشتر استفاده می‌کنند. اگر نتیجه رقابت بانک‌ها، بهره‌مندی بیشتر و مطلوب‌تر مشتریان از انواع خدمات بانکی است، بانک مرکزی با این سازوکار عملا صحنه رقابت بانکی کشور را محدود کرده و جذابیت رقابت را از بانک‌ها گرفته است.

از هزینه کارت به کارت تا هزینه صدور دسته چک

حالا کمتر از یک هفته به اجرای بخشنامه بانک مرکزی باقی مانده است و از شنبه آینده نرخ کارمزد خدمات بانکی افزایش می‌یابد. شاید آشناترین و پرکاربردترین خدمات بانکی برای مردم همان کارت به کارت است که کارمزد آن از اول آذرماه به ازای انتقال هر یک میلیون تومان از ۵۰۰ تومان به ۶۰۰ تومان افزایش خواهد یافت و در صورت افزایش هر یک میلیون تومان در فرآیند کارت به کارت نیز معادل ۲۴۰ تومان به این کارمزد اضافه می‌شود. دیگر نکته مهم بخشنامه بانک مرکزی، هزینه دو خدمت بانکی است که تا پیش از این کارمزدی برای آن تعریف نشده بود، اما حالا طبق مصوبه‌ای که از آذرماه اجرا می‌شود، کارمزد انتقال وجه بین‌بانکی پایا یک صدم مبلغ تراکنش با کف ۲۰۰ تومان و تا سقف ۲۵۰۰ تومان خواهد بود. کارمزد انتقال وجه بین‌بانکی ساتنا نیز ۲ صدم درصد مبلغ تراکنش تا سقف ۲۵۰۰ تومان تعیین شده است.

جزییات بخشنامه جدید بانک مرکزی همچنین نشان می‌دهد که هزینه کارمزد اعلام مانده کارت و صورت‌حساب ۱۰ گردش آخر معادل ۲۴۰ تومان و همچنین کارمزد اعلام مانده کارت از طریق خودپردازها به قیمت ۱۲۰ تومان خواهد بود. این در حالی است که پیش‌تر کارمزد اعلام مانده کارت از طریق خودپردازها معادل ۱۰۰ تومان بوده است. بخشنامه جدید بانک مرکزی همچنین نشان می‌دهد که کارمزدهای اعلام ۱۰ گردش آخر کارت شناسایی، صدور انواع کارت مغناطیسی و دریافت حضوری و غیرحضوری قبوض به ترتیب ۱۵۰ تومان، ۶۰۰۰ تومان، ۲۴۰۰ تومان و ۱۲۰ تومان می‌شود.

همچنین مشتریان بانک‌ها باید از ابتدای آذرماه به ازای صدور دسته چک به ازای هر برگ معادل ۲۰۰ تومان کارمزد پرداخت کنند که این رقم به اضافه هزینه تمبر محاسبه شده است. پیش از این، کارمزد صدور دسته چک ۱۲۰ تومان بوده است. از سوی دیگر، ارائه صورت‌حساب سال جاری هر صفحه ۶۰۰ تومان و برای سال‌های گذشته به ترتیب ۶۰۰ تومان و ۷۲۰ تومان هزینه در بر دارد که این ارقام پیش از این، ۵۰۰ تومان و ۶۰۰ تومان بوده‌اند. همچنین طبق گزارش بانک مرکزی، از آذرماه باید برای صدور رمز جدید کارت بانکی در شعبه ۱۰۰۰ تومان پرداخت کرد.

هزینه سرویس پیامکی و خدمات پایا و ساتنا

سامانه سرویس پیامکی بانکی به مشتریان این امکان را می‌دهد تا با مراجعه به شعب بانک خود یا از طریق سامانه اینترنتی بانک حواله‌هایی با مبالغ بیش از ۱۵ میلیون تومان را به هر حسابی در هر بانکی انتقال دهند. افتتاح حساب از جمله خدمات بانکی بدون هزینه و کارمزد است و هزینه ارسال پیامک برای اطلاع‌رسانی با گرفتن رضایت مشتری معادل ۳۰ تومان به اضافه هزینه پیامک و حق اشتراک سالانه خواهد بود.

همانطور که گفته شد، با اینکه تا پیش از این بانک مرکزی دستوری مبنی بر دریافت خدمات الکترونیکی بانک چون پایا و ساتنا ابلاغ نکرده بود و کارمزد خدمات بانکی شامل حال خدمات الکترونیکی نمی‌شد، اما حالا طبق بخشنامه اخیر بانک مرکزی، کارمزد انتقال وجه بین‌بانکی پایا یک صدم مبلغ تراکنش با کف ۲۰۰ تومان و تا سقف ۲۵۰۰ تومان خواهد بود. کارمزد انتقال وجه بین‌بانکی ساتنا نیز ۲ صدم درصد مبلغ تراکنش تا سقف ۲۵۰۰ تومان تعیین شده است.

برای آنها که آشنایی چندانی با این خدمات بانکی ندارند، باید گفت پایا یک سیستم تبادل اطلاعات بانکی است که به بانک‌ها اجازه می‌دهد تمامی تبادلات بین بانکی مشتریان خود را به صورت الکترونیکی انجام دهند. کاربرد اصلی این سامانه، مکانیزه کردن پرداخت‌های خرد بین بانکی با تعداد انبوه برای مشتریان است که پس از تکمیل مراحل پیاده‌سازی، ارائه خدمات از طریق اینترنت را هم میسر می‌سازد و به کمک این سامانه، بانک‌های عضو آن می‌توانند بنا به درخواست مشتری، دستور واریز و یا برداشت وجوه در حساب‌های سایر بانک‌ها را صادر کنند. بانک مرکزی با پیاده‌سازی این سامانه، امکان حواله الکترونیکی پول از حسابی در یک بانک به حسابی در بانک دیگر (بین بانکی) را فراهم کرده است و مشتریان بانک‌ها با استفاده از پایا می‌توانند پول را از حساب خود به حسابی در بانک دیگر به صورت الکترونیکی حواله کنند.

ساتنا نیز سامانه‌ای الکترونیکی است که پردازش و تسویه تراکنش‌های بین بانکی و دستور پرداخت‌های فوری را به صورت انفرادی و آنی انجام می‌دهد. در این سامانه مشتریانی که در بانک ملی دارای یکی از انواع حساب (جاری، پس انداز و کوتاه مدت) هستند، می‌توانند نسبت به انتقال وجوه (مبالغ بیش از ۱۵ میلیون تومان) به حساب خود و یا سایر افراد در سایر بانک‌ها اقدام کنند.

«آگهی مزایده کتبی»

باستناد ماده ۳۰ آئین نامه مالی شهرداری های تهران و مراکز استان ها و از محل ردیف اعتباری ۴۰۲۰۰۱ بودجه سال ۹۹، شهرداری ساری در نظر دارد اجاره کانکس های فروشگاهی سطح شهر را به صورت مجزا و با شرایط ذیل از طریق مزایده عمومی واگذار نماید.

۱- موضوع مزایده: اجاره ۲۸ کانکس فروشگاهی مستقر در سطح مناطق سه گانه شهرداری به صورت مجزا و به مدت سه سال شمسی
۲- هر خانواده تنها می تواند برنده یکی از کانکس ها باشد.
۳- موقعیت مکانی، مساحت و قیمت پایه کارشناسی هر کانکس در اسناد مزایده اعلام می گردد.
۴- متقاضیان می بایستی از تاریخ ۹۹/۰۸/۲۴ لغایت ۹۹/۰۸/۲۸ نسبت به خرید اسناد مزایده کتبی از دبیرخانه شهرداری مرکزی اقدام نمایند.
۵- کلیه متقاضیان شرکت در مزایده می بایستی جهت خرید اسناد مزایده، مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب درآمد شهرداری ساری به شماره ۰۱۰۸۵۹۸۷۹۹۰۰۰ نزد بانک ملی ایران واریز نمایند.
۶- متقاضیان می بایست سپرده شرکت در مزایده کتبی را برابر مبلغ مندرج در اسناد مزایده مربوط به هر کانکس را به حساب سپرده شهرداری ساری واریز و یا معادل آن ضمانتنامه معتبر بانکی ارائه نمایند.
۷- شهرداری در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مجاز می باشد.
۸- سایر اطلاعات در اسناد مزایده مندرج می باشد.
تاریخ انتشار روز شنبه مورخ ۹۹/۰۸/۲۴

۷۴۷

عباس رجبی – شهردار ساری

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی ساده

(شماره: ۸۷۱۹۰۰۴۰)

نوبت اول

شرکت انتقال گاز ایران
منطقه ۸ عملیات انتقال گاز

شماره مجوز: ۱۳۹۹/۴۵۳۲

۱- کد فراخوان در پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات: ۲۶۴۵۸۶۳۶
۲- شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت: ۲۰۹۹۰۹۱۵۹۲۰۰۰۰۱۰
۳- موضوع مناقصه: خرید قطعات توربین D-۳۳۶-۲ اکراینی موتورسیچ
۴- نام و نشانی مناقصه گزار: شرکت انتقال گاز ایران (منطقه ۸ عملیات انتقال گاز)/ تبریز، کیلومتر ۱۵ جاده آذرشهر
۵- میزان و نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۹۶۸۵۴۰۰۰۰ ریال مطابق بند الف ماده ۶ آیین نامه تضمین معاملات دولتی (تصویب نامه شماره ۱۲۲۴۰۲ / ت ۵۰۶۵۹ تاریخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲) در وجه شرکت انتقال گاز ایران، منطقه ۸ عملیات انتقال گاز)
۶- آخرین مهلت دریافت (دانلود) اسناد مناقصه و فرمها: روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۰۴ ساعت ۱۴:۰۰
۷- آخرین مهلت عودت (بارگذاری) اسناد مناقصه و فرمها: روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۱۵ ساعت ۱۱:۰۰
۸- زمان گشایش پاکات: روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۱۶ ساعت ۱۰:۰۰
جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت اینترنتی www.nigcdist8.ir مراجعه فرمایید.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۸/۲۴ — تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۸/۲۵

۷۶۱

روابط عمومی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران

«خاموش نمودن لامپهای اضافی نشانه رشد فرهنگی است»

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

نوبت دوم

شرکت مدیریت تولید برق شهیدرجایی-سهامی خاص

۱- نام مناقصه گزار : شرکت مدیریت تولید برق شهیدرجایی-سهامی خاص (نیروگاه شهیدرجایی)
۲- شرایط و عناوین مناقصه :

ردیف	شماره مناقصه	موضوع مناقصه	میزان سپرده شرکت در مناقصه (ریال)
۱	۲۵-۹۹/۸خ	واگذاری فعالیتهای خدمات نظافت و آبدارخانه نیروگاه سیکل ترکیبی شهید رجائی	۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰

۲- محل دریافت اسناد مناقصه: کیلومتر ۲۵ اتوبان قزوین-کرج،امور قراردادها و توسعه بازار ،اداره قراردادها، تلفن ۳-۸۸۷۹۶۶۸۱-۰۲۱ و ۱۲-۳۲۸۴۹۲۱۱-۰۲۸ – داخلی ۶۰۷۳
۳- سپرده شرکت در مناقصه: به شرح مبلغ جدول فوق الذکر بصورت ارائه یکفقره ضمانت نامه بانکی یا واریز وجه به حساب جام۶۸۰۴۴۶۶۱۸۸ بانک ملت شعبه اسدآبادی قزوین (باجه نیروگاه با کد شعبه ۲۱۰۹/۷ به نام مناقصه گزار).
۴- تاریخ فروش اسناد مناقصه: پنج روز کاری از تاریخ آخرین چاپ نوبت دوم آگهی.
۵- تاریخ تحویل اسناد مناقصه به دبیرخانه نیروگاه: تا ساعت ۱۵ عصر روز پنج شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۱۳.
۶- مبلغ فروش اسناد مناقصه: مبلغ ۵۴۵,۰۰۰ ریال با احتساب ۹٪ ارزش افزوده به صورت واریز وجه به حساب جام ۶۸۰۴۴۶۶۱۸۸ بانک ملت شعبه اسدآبادی قزوین)باجه نیروگاه با کد شعبه ۲۱۰۹/۷(به نام مناقصه گزار.
۷- زمان و محل قرائت پیشنهادات مناقصه: زمان بازگشائی پاکات روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۱۵ رأس ساعت ۱۰ صبح در محل مناقصه گزار انجام خواهد شد و حضور نمایندگان هر پیشنهاد دهنده (حداکثر ۲ نفر) با ارائه معرفی نامه کتبی در محل جلسه بلامانع می باشد.
۸- تاریخ جلسه توضیح و تشریح اسناد: رأس ساعت ۱۴ عصر روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۱۰ در محل مناقصه گزار.
۹- داشتن و ارائه گواهی صلاحیت در رسته مربوطه (مرتبط با موضوع مناقصه) و گواهی نامه تأیید صلاحیت ایمنی (HSE) از اداره کل کار و امور اجتماعی استان مربوطه با داشتن تاریخ اعتبار در این مناقصه از سوی مناقصه گر الزامی است.
– این آگهی را می توانید در سایت اینترنتی ذیل مشاهده کنید.
سایت ملی اطلاع رسانی: http://iets.mporg.ir
سایت شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی: http://tender.tpph.ir
سایت نیروگاه شهید رجایی: http://www.rpgm.ir

تاریخ انتشار نوبت اول:۹۹/۸/۲۱ — تاریخ انتشار نوبت دوم:۹۹/۸/۲۴

۷۶۶

روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهیدرجائی

کدام سهام‌ها بیشترین رشد قیمت را تجربه کردند؟

برندگان و بازندگان هفتگی بورس

فرصت امروز: با اینکه معاملات بازار سهام در هفته‌ای که گذشت با بازدهی منفی ۵ درصدی همراه بود، اما با این حال در دو روز پایانی هفته دادوستدها جانی تازه گرفتند و ارزش معاملات خرد سهام از ۱۳۰۰ میلیارد تومان روزهای ابتدایی هفته به بیش از ۶هزار میلیارد تومان رسید. همچنین عملکرد صنایع سی‌وهشت‌گانه بورسی نشان می‌دهد که در برابر افت میانگین قیمت سهام در ۳۲ گروه شاهد بازگشت ۵ صنعت به مسیر صعودی بودیم.

بیشترین بازدهی هفتگی نیز از آن گروه رایانه با رشد ۵.۷۴ درصدی شاخص صنعت شد. پس از آن گروه لاستیک و پلاستیک بود که با افزایش ۵.۶ درصدی قیمت سهام زیرمجموعه خود همراه شد. کاشی و سرامیک نیز همچنان در مسیر صعودی حرکت می‌کند و این هفته را نیز با رشد ۴ درصدی به پایان رساند. دو گروه زغال سنگ و سایر مالی نیز در میان برندگان این هفته بورس تهران قرار گرفتند و به ترتیب شاهد رشد ۳.۹ درصد و ۳.۴ درصدی شاخص صنعت خود بودند. به این ترتیب هفته معاملاتی منتهی به ۲۱ آبان ماه به نفع گروه‌های کوچک بازار تمام شد تا سهامداران این صنایع خشنود به استقبال تعطیلات پایان هفته بروند.

در آن سوی بازار نیز گروه محصولات چوبی با افت ۳۴.۵ درصدی قعرنشین شد. تک سهم این گروه یعنی «چفیبر» ۱۲ آبان ماه پس از انتشار اطلاعات بااهمیت گروه الف متوقف شد. شرکت فیبر ایران در این اطلاعیه از مزایده فروش چوب گرد با پوست در استان گیلان خبر داده بود. در حالی که یک روز پس از افشای این اطلاعات نماد متوقف بدون محدودیت دامنه نوسان بازگشایی می‌شود اما روز چهارشنبه ناظر بازار اعلام کرد توقف «چفیبر» با توجه به ابهامات موجود در اطلاعات بااهمیت منتشرشده توسط ناشر، برای ۲ روز کاری دیگر ادامه پیدا می‌کند. از این رو این تک سهم گروه محصولات چوبی روز دوشنبه با افت بیش از ۳۴ درصدی به گردونه معاملات سهام بازگشت و تا پایان هفته در صف فروش دادوستد شد. پس از این صنعت، گروه محصولات کاغذی عنوان دومین صنعت پرزیان بورس در هفته گذشته را با کاهش بیش از ۱۱.۷ درصدی از آن خود کرد.

در این بین، فعالان بازار سهام در این هفته شاهد واگذاری مجوز قیمت‌گذاری به تولیدکنندگان شکر و لاستیک بودند. از این رو نامه رسمی ستاد تنظیم بازار تایید کرد که قیمت‌گذاری این دو محصول به تولیدکنندگان سپرده شده است. آخرین روز کاری هفته گذشته ستاد تنظیم بازار اعلام کرد: «طبق مصوبه جدید مقرر شد، لاستیک‌های سواری تولید شده با مواد اولیه ارز نیمایی در چارچوب ضوابط سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، مشروط بر اینکه تولید و فروش آن در سامانه جامع تجارت ثبت شود، توسط واحدهای تولیدی قیمت‌گذاری شوند. همچنین لاستیک‌های سنگین وارداتی با ارز ۴۲۰۰ تومانی با قیمت‌های تعیین شده از طریق سامانه جامع تجارت و یا حواله سازمان راهداری استان‌ها به فروش برسد.» این مصوبه شامل حال شرکت‌های بورسی و فرابورسی لاستیک سهند، کویر تایر، گروه صنعتی بارز (پکرمان)، ایران‌یاساتایرورابر، آرتاویل‌تایر و لاستیک یزد بوده و می‌تواند زمینه‌ساز بهبود شرایط این گروه باشد. این خبر موجب شد تا لاستیکی‌ها در پایان صف با افزایش محسوس تقاضا به صف خرید بروند و در مجموع هفته نیز شاهد رشد ۵.۶ درصدی میانگین قیمت سهام زیرمجموعه خود باشند.

همچنین براساس تصمیم کارگروه تنظیم بازار اولویت ارزی واردات شکر برداشته شد و ارز این محصول از نرخ ۴۲۰۰ تومان، رسما به ارز نیمایی تغییر کرد. براساس آخرین آمار، قیمت شکر خام جهانی حدود ۳۳۰ دلار در هر تن است و شکر تصفیه شده نیز ۴۰۰ دلار است بنابراین قیمت هر

کیلو واردات شکر سفید با نرخ نیمایی حدود ۱۰ هزار تومان می‌شود و با هزینه حمل و گمرک می‌تواند تا ۱۳ هزار تومان افزایش یابد بنابراین همچنان احتمال افزایش نرخ شکری‌ها وجود دارد. در مصوبه کارگروه تنظیم بازار آمده است: بابت هر کیلو شکر صنف و صنعت مبلغ ۵۰۰۰ ریال مطالبات کارخانجات از دولت براساس کنترل و محاسبات سازمان حمایت مصرف تسویه شود. گروه قندوشکر معاملات این هفته را با افت ۵.۶ درصدی به پایان رساند. گفتنی است شاخص کل بورس در پایان معاملات روز چهارشنبه (۲۱ آبان) به عدد یک میلیون و ۲۲۱ هزار واحد رسید که با کاهش ۶۹ هزار واحدی در مقایسه با پایان هفته گذشته ۵.۵ درصد افت داشت. در پنج روز معاملاتی این هفته، نمادهای ایران خودرو، سایپا، بانک صادرات ایران، ملی صنایع مس ایران، فولاد مبارکه اصفهان، پالایش نفت بندرعباس، سرمایه‌گذاری سیمان تامین و تولید نیروی برق آبادان در گروه نمادهای پربیننده قرار داشتند.

در هفته‌ای که گذشت عمده‌فروشی، سایر واسطه‌گری‌های مالی، رایانه، لاستیک و پلاستیک، صنایع غذایی به جز قند و شکر، کاشی و سرامیک، استخراج زغال سنگ و دارویی با بالاترین درصد بازدهی همراه بودند.

همچنین نماد چاپ، استخراج نفت و گاز به جز اکتشافات، سایر حمل و نقل، منسوجات، پیمانکاری صنعتی، هتل و رستوران، خرده فروشی، استخراج سایر معادن، استخراج کانه‌های فلزی، محصولات چرمی، سیمان، آهک و گچ، اطلاعات و ارتباطات، بیمه و بازنشستگی، خودرو و قطعات، شیمیایی، واسطه‌گری‌های مالی و پولی، کانی غیرفلزی، وسایل ارتباطی، ماشین‌آلات و تجهیزات، چند رشته‌ای صنعتی، قند و شکر، انبوه‌سازی املاک و مستغلات، فعالیت‌های هنری، سرگرمی و خلاقانه، محصولات فلزی، عرضه برق، گاز، بخار و آب گرم، فلزات اساسی، فنی و مهندسی، دستگاه‌های برقی، سرمایه‌گذاری‌ها، حمل و نقل انبارداری و ارتباطات، بانک‌ها و موسسات اعتباری، مخابرات، فرآورده‌های نفتی، زراعت و خدمات وابسته، فعالیت‌های کمکی به نهادهای مالی واسط، محصولات کاغذی، محصولات کامپیوتری، الکترونیکی و نوری و محصولات چوبی از جمله نمادهایی بودند که بازدهی منفی را در بازار به همراه داشتند.

صنعتی مینو (غصینو)، کاشی تکسرام (کترام)، فنرسازی زر (خزر)، کاشی سینا (کاوه)، جوشکاب یزد (بکاب)، دوده صنعتی پارس (شدوص)، شرکت سرمایه‌گذاری توسعه و عمران زاگرس (ثزاگرس)، صنعتی بارز (پکرمان)، کاشی پارس (کپارس)، سیمان غرب آسیا (سجام)، دنا آفرین فدک (گدنا)، لیزینگ خودرو (ولقدر)، سیمان اصفهان (سصفها)، توسعه بازرگانی آهن و فولاد میلاد (بمیلا)، بیمه آرمان (آرمان)، دارو زهراوی (دزهراوی)، تجارت الکترونیک پارسیان کیش (تاپکیش)، مرجان کار (کمرجان)، پخش البرز (پخش)، خوراک دام پارس (غدام)، توزیع داروپخش (دتوزیع)، دارویی ره‌آورد تامین (درهآور)، کارت اعتباری ایران کیش (رکیش)، خدمات انفورماتیک (رانفور)، توکا رنگ فولاد سپاهان (شتوکا)، پارس مینو (غپینو)، کاشی الوند (کلوند)، دارو ابوریحان (دابور)، فارسیت درود (سفارود) و پارس خودرو (خپارس) مثبت‌ترین نمادهای بازار بودند.

همچنین فیبر ایران (چفیبر)، نهادهای مالی بورس انرژی (انرژی ۱)، کشاورزی و دامپروری بینالود (زبینا)، کشت و صنعت دشت خرمدره (زدشت)، هتل بین‌المللی پارسیان کوثر اصفهان (گکوثر)، سایر اشخاص بورس انرژی (انرژی ۳)، شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی (وخارزم)، کشت و دام قیام اصفهان (زقیام)، شهرسازی و خانه‌سازی باغمیشه (ثباغ)، پالایش نفت بندرعباس (شبندر)، کاغذ پارس (چکاپا)، پالایش نفت تهران (شتران)، بانک صادرات ایران (وبصادر)، شرکت سرمایه‌گذاری ایران خودرو (خگستر)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، جنرال مکانیک (رنیک)، ذوب روی اصفهان (فروس)، پالایش نفت تبریز (شبریز)، کاشی حافظ (کحافظ)، کود شیمیایی اوره لردگان (شلرد)، قند اصفهان (قصفها)، پتروشیمی خراسان (خراسان)، صندوق سرمایه‌گذاری سکه طلای کیان (گوهر)، سیمان خوزستان (سخوز)، شیر و گوشت زاگرس شهرکرد (زشگزار)، گلوکوزان (غگل)، فرابورس ایران (فرابورس)، شرکت سرمایه‌گذاری نفت (ونفت)، زوب روی اصفهان (ذوب) و سیمان فارس و خوزستان (سفارس)، سیمان ساوه (ساوه)، شرکت سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی (وبانک)، قطعات اتومبیل (ختوقا)، شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا) و بانک پارسیان (وپارس) از جمله نمادهای منفی معاملاتی در بازار بودند.

دریچه

یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

وضعیت معاملات بورس بهبود می یابد

یک کارشناس بازار سرمایه گفت: افزایش ارزش معاملات بورس در دو روز کاری پایانی هفته‌ای که گذشت، می‌تواند نشانه امیدواری برای بهبود شرایط بازار سهام و خبر خوبی برای سهامداران جهت احتمال بازگشت رشد به این بازار باشد. هومن عمیدی با بیان اینکه در هفته‌ای که گذشت گمانه‌زنی‌ها در مورد انتخابات آمریکا به پایان رسید که به تبع آن، ریسک های سیستماتیک بازار کاهش می یابد، به ابرنا گفت: درحالی دلار تا محدوده ۲۳ هزار تومان کاهش یافت و بار دیگر به محدوده ۲۷ هزار تومان افزایش پیدا کرد که بازار سهام در هفته‌ای که گذشت در سایه انتخابات آمریکا و پیروزی «بایدن» در مسیر نوسان زیادی قرار داشت. در پایان معاملات روز چهارشنبه شاخص کل بورس تهران با رشد ۹ هزار واحدی در رقم یک میلیون و ۲۲۱ هزار واحد قرار گرفت و سرانجام به محدوده حمایتی خود رسید، در این روز ارزش معاملات کل بازار سهام ۱۰ هزار و ۱۵۷ میلیارد تومان بود که نسبت به روز گذشته کاهش یک درصدی را نشان داد. ارزش معاملات خرد نیز با ۱۸ درصد افزایش نسبت به روز قبل به هفت هزار و ۶۳۳ میلیارد تومان رسید که بالاترین رقم از ابتدای آبان ماه بوده است. به گفته عمیدی، در معاملات روز چهارشنبه، بازار سرمایه برای پنجمین روز پیاپی با خروج پول حقیقی ها به میزان ۲۳۳ میلیارد تومان از بازار مواجه شد اما در این روز سرعت خروج پول از این بازار کاهش پیدا کرد. البته در کنار خروج پول حقیقی‌ها، شاهد افزایش ارزش صف‌های خرید بودیم که رقم آن به یک هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان رسید و بالاترین رقم در معاملات هفته گذشته بود، همچنین در این روز ارزش صف‌های فروش نیز نزولی شد و با دو هزار و ۹۲ میلیارد تومان، پایین‌ترین رقم هفته گذشته را نشان می داد. او ادامه داد: در معاملات روز چهارشنبه، ایران خودرو که بعد از مدت ها با روند منفی همراه بود با معامله یک میلیارد و ۶۲۰ میلیون و ۱۳۶ هزار و ۶۰۲ سهم، بیشترین حجم از معاملات بازار را به خود اختصاص داد، بعد از آن نمادهای وبصادر (بانک صادرات)، خگستر (گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو)، وپارس (بانک پارسیان) و وبملت (بانک ملت) در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. عمیدی با بیان اینکه بیشترین ارزش معاملات بازار به نماد خگستر (گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو) تعلق داشت که رقمی معادل ۲۸۴ میلیارد تومان بود، گفت: در کنار آن شبندر (پالایش نفت بندرعباس)، وبصادر (بانک صادرات)، حکشتی (کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران) و شتران (پالایش نفت تهران) به ترتیب بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص دادند. همچنین از مهمترین اتفاقات بازار سرمایه، نظرسنجی عمومی کارشناسان در مورد اصلاح قوانین بازار توسط ارکان سازمان بورس است که امیدواریم در این زمینه به جمع بندی و اجرا برسند. با توجه به نزدیک بودن زمان ارائه بودجه دولت و گمانی‌زنی‌های آن، در صورتی که قوانین بازار سرمایه اصلاح نشود شاهد پیش‌خور شدن اثرات بودجه بر بازار سرمایه خواهیم بود.

نوبت اول

اداره کل راه وشهرسازی استان گلستان

آگهی مزایده عمومی بخشی از پلاک ثبتی ۶۴ و ۶۸ فرعی از سه اصلی بخش شش ثبت گرگان واقع در آق قلا

شناسه آگهی:۱۰۴۳۰۹۰

(شماره مزایده مرجع ۵۱/۱۲۵۵۸۸ مورخ ۱۳۹۹/۸/۱۹)

اداره کل راه وشهرسازی استان گلستان در راستای اجرای جزء (۳) بند (د) تبصره (۱۲) قانون بودجه سال ۱۳۹۹ کل کشور و آیین نامه اجرایی آن تصویب نامه شماره ۲۹۲۴۵ / ت ۵۷۶۷۴ ه – مورخ ۱۳۹۹/۰۳/۲۴ و صورتجلسه کارگروه استانی (موضوع تبصره ۱ ماده ۲ آیین نامه) در نظر دارد ملک مشروحه ذیل را از طریق آگهی فراخوان مزایده عمومی واگذار نماید.

ردیف	پلاک ثبتی	مساحت عرصه موجود (متر مربع)	نوع کاربری (متر مربع)		قیمت پایه کارشناسی (ریال)	مبلغ تضمین(ریال)	آدرس	توضیحات
			مسکونی	فضای سبز و معبر				
۱	بخشی از پلاک ثبتی ۶۸و۶۴ فرعی از ۳ اصلی	۱۹۱۷۸/۶۹ متر مربع سهم مشاع از ۱۲۸۳۰۳ متر و ۷۵ صدم متر	۱۶۹۸۶/۷۵	۲۱۹۱/۹۲	۱۵۳/۴۲۹/۵۲۰/۰۰۰	۵/۷۶۸/۵۹۰/۴۰۰	شهرستان آق قلا -جنب شرکت تعاونی فرهنگیان	

*زمان انتشار در سایت ۹۹/۰۸/۲۴ ساعت ۱۲ مهلت دریافت اسناد مزایده ۹۹/۰۹/۰۶ ساعت ۱۳
*تاریخ بازدید ۹۹/۰۹/۰۱ ساعت ۸ صبح آخرین مهلت ارسال پیشنهاد قیمت ۹۹/۰۹/۲۲ساعت ۱۳
*زمان بازگشایی ۹۹/۰۹/۲۳ ساعت ۹ صبح زمان اعلام به برنده ۹۹/۰۹/۲۴ ساعت ۱۲

ضمنا رعایت موارد ذیل الزامی می باشد.

۱-برگزاری مزایده صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می باشد و کلیه مراحل فرآیند مزایده شامل دریافت اسناد مزایده (در صورت وجود هرینه مربوطه) ، پرداخت تضمین و سپرده شرکت در مزایده

(نوع مبلغ و نحوه دریافت در سامانه درج شده است)/، ارسال پیشنهاد قیمت، بازگشایی پاکات، اعلام به برنده، واریز وجه مزایده و تحویل مورد مزایده در بستر سامانه از این طریق امکان پذیر می باشد.

۲-پیشنهاد می گردد با توجه به ملک اعلام شده در مزایده، قبل از ارائه پیشنهاد از ملک موضوع مزایده بازدید به عمل آوردید.

علاقمندان به شرکت در مزایده می بایست جهت ثبت نامه و دریافت گواهی الکترونیکی (توکن) با شماره های روبرو تماس حاصل نمایند. (مرکز پشتیبانی و راهبری سامانه ۴۱۹۳۴-۰۲۱) اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه www.setadiran.ir بخش ثبت نام/ پروفایل مزایده گر موجود است.

۳-برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۳۲۲۴۴۳۷۱-۰۱۷ (اداره پیمان و رسیدگی) تماس حاصل نمائید.

۴-نوع مبلغ تضمین و سپرده و نحوه دریافت آن در سامانه درج شده است.

تاریخ انتشار نوبت اول:۹۹/۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۸/۲۵

۷۷۰

اداره کل راه وشهرسازی استان گلستان

نوبت اول

شهرداری وحیدیه Vahidiye Municipality

«آگهی تجدید مناقصه عمومی»

شهرداری وحیدیه در نظر دارد به استناد مجوز واصله از سوی شورای اسلامی شهر وحیدیه به شماره ۳۳/۳۰۳ مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۰۵ نسبت به اجرای پروژه:

۱- خرید تجهیزات نصب دوربینهای پایش تصویری سطح شهر وحیدیه با برآورد اولیه ۱۶/۹۹۳/۴۳۰/۰۰۰ ریال اقدام نماید. لذا از کلیه متقاضیان شرکت در مناقصه دعوت به عمل می آورد حداقل قیمت پیشنهادی خود را جهت اجرای پروژه فوق در سه پاکت جداگانه به شرح زیر:

۱. پاکت الف- حاوی ضمانت نامه معتبر بانکی معتبر (۵ ٪ قیمت برآورد اولیه)
۲. پاکت ب- حاوی مدارک مثبته شرکت و تاییدیه اداره کل حراست استانداری تهران
۳. پاکت ج- حاوی قیمت پیشنهادی

حداکثر تا ۱۰ روز پس از تاریخ درج آگهی نوبت دوم به امور مالی شهرداری وحیدیه تحویل و رسید دریافت نمایند. در ضمن شهرداری در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است و کلیه کسورات متعلقه و هزینه درج آگهی نیز به عهده برنده مناقصه می باشد و به پیشنهادات مشروط و مخدوش و فاقد ضمانت نامه بانکی معتبر معادل ۵ ٪ قیمت برآورد اولیه ترتیب اثر داده نخواهد شد.

جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۶۵۶۳۶۲۰۰ تماس حاصل نمایید.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۹/۱

۷۶۷

شهرداری وحیدیه

نوبت اول

شهرداری وحیدیه Vahidiye Municipality

«آگهی تجدید مناقصه عمومی»

شهرداری وحیدیه در نظر دارد به استناد اعتبارات عمرانی بودجه سالجاری نسبت به اجرای پروژه:

۱- زیرسازی و جدولگذاری معابر جدید الاحداث شهر وحیدیه با اعتبار ۵/۰۳۶/۲۳۹/۶۲۷ ریال اقدام نماید. لذا از کلیه متقاضیان شرکت در مناقصه دعوت به عمل می آورد حداقل قیمت پیشنهادی خود را جهت اجرای پروژه فوق در سه پاکت جداگانه به شرح زیر:

۱. پاکت الف- حاوی ضمانت نامه معتبر بانکی معتبر (۵ ٪ قیمت برآورد اولیه)
۲. پاکت ب- حاوی مدارک مثبته شرکت
۳. پاکت ج- حاوی قیمت پیشنهادی

حداکثر تا ۱۰ روز پس از تاریخ درج آگهی نوبت دوم به امور مالی شهرداری وحیدیه تحویل و رسید دریافت نمایند. در ضمن شهرداری در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است و کلیه کسورات متعلقه و هزینه درج آگهی نیز به عهده برنده مناقصه می باشد و به پیشنهادات مشروط و مخدوش و فاقد ضمانت نامه بانکی معتبر معادل ۵ ٪ قیمت برآورد اولیه ترتیب اثر داده نخواهد شد.

جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۶۵۶۳۶۲۰۰ تماس حاصل نمایید.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۹/۱

۷۶۸

شهرداری وحیدیه

مزایده عمومی

شناسه آگهی ۱۰۴۳۴۲۹

استانداری هرمزگان در نظر دارد املاک در اختیار خود(۲دستگاه آپارتمان) را از طریق مزایده عمومی و با جزئیات مندرج در اسناد مزایده.با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) setadiran.ir به شماره مزایده ۲۰۹۹۰۰۴۱۶۳۰۰۰۰۰۱ به فروش برساند.کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت اسناد تا بازگشایی پیشنهادها در بستر این سامانه انجام خواهد شد.

مهلت دریافت اسناد از طریق سامانه ستاد: از ۹۹/۸/۲۴ تا۹۹/۸/۲۸

ارائه پیشنهادها: تا :۹۹/۹/۸

بازگشایی پیشنهادها:۹۹/۹/۹

اخبار

توزیع روغن جامد خوراکی آغاز شد

معاون بازرگانی داخلی وزارت صمت از صدور حواله ۷۰ هزار تنی روغن صنف و صنعت و آغاز توزیع روغن جامد خوراکی خبر داد.

به گزارش ایسنا، عباس قبادی گفت: حواله ۷۰ هزار تنی روغن صنف و صنعت به بازرگانی داخلی ارسال شده و فعالان صنف و صنعت می‌توانند از روز یکشنبه روغن موردنیاز خود را تأمین کنند.

دبیر ستاد تنظیم بازار همچنین با بیان اینکه «روغن مایع خوراکی به وفور در دسترس مردم قرار گرفته است»، افزود: روند توزیع روغن جامد خوراکی نیز آغاز شده و به تدریج فراوانی آن در بازار احساس خواهد شد.

ثبات بازار گوجه فرنگی ظرف ۱۰ روز آینده

قبادی همچنین وعده داد که فرآیند رساندن گوجه فرنگی از جنوب به سمت بقیه استان‌ها آغاز شده که پیش‌بینی می‌شود تا ۱۰ روز آینده بازار گوجه فرنگی هم از نظر قیمت و هم از نظر فراوانی به ثبات برسد.

اواخر شهریورماه بود که عرضه روغن جامد در فروشگاه‌ها کم شد و قیمت آن نیز افزایش یافت. کمتر از یک ماه بعد نیز روغن مایع در بازار کمیاب شد؛ به طوری که این کالا یا در مغازه‌ها و فروشگاه‌های بزرگ نبود یا به هر نفر تنها یک روغن فروخته می‌شد. اگرچه بنا بر وعده مسئولان مربوطه قرار بود از هفته گذشته روغن در بازار توزیع و مشکل این کالای پرمصرف حل شود اما به نظر می‌رسد این وعده به ویژه در بخش روغن جامد هنوز به طور کامل عملیاتی نشده است.

با سفر رزم حسینی به بندرعباس صورت می گیرد

نظارت میدانی وزیر صمت بر ترخیص کالاهای اساسی از بندر شهید رجایی

وزیر صنعت، معدن و تجارت به منظور بازدید میدانی از روند ترخیص کالاهای اساسی از گمرکات و بنادر، عصر دیروز به استان هرمزگان سفر می‌کند.

به گزارش خبرگزاری مهر، وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد: علیرضا رزم‌حسینی وزیر صمت به منظور بازدید میدانی از روند ترخیص کالاهای اساسی از گمرکات و بنادر، عصر دیروز به استان هرمزگان سفر می‌کند.

رزم حسینی در این سفر یک روزه، ضمن بازدید میدانی از بنادر و گمرکات و ارزیابی مشکلات موجود در فرآیند ترخیص کالاهای اساسی، در جلسه‌ای با حضور مدیران دستگاه‌های ذی‌ربط، راهکارهای تسریع در انجام امور و سرعت‌بخشی به روند ترخیص کالاها را بررسی می‌کند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت همواره تاکید کرده است که تأمین کالاهای اساسی موردنیاز مردم به عنوان یکی از مهمترین اولویت‌های کاری وزارت صمت در دستور کار قرار دارد.

برداشت روزانه یک میلیارد متر مکعب گاز در ایران

نماینده ایران در هیأت اجرایی مجمع کشورهای صادرکننده گاز با بیان اینکه ظرفیت کنونی برداشت گاز طبیعی ایران روزانه حدود یک میلیارد مترمکعب گاز است، به مصرف بی‌رویه گاز در ایران اشاره کرد و گفت: حدود ۹۵ درصد جمعیت ۸۰ میلیونی ما در خانه‌های خود حتی در مناطق دورافتاده به شبکه گاز دسترسی دارند.

به گزارش ایسنا، امیرحسین زمانی‌نیا، در یک میزگرد وزارتی در آستانه برگزاری بیست‌ودومین نشست وزیران نفت و انرژی جی‌ئی‌سی‌اف، در واکنش به سخنان محمد سانوسی بارکیندو، دبیرکل سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) درباره بهبود بازار گاز اظهار کرد: فکر می‌کنم سخن جناب بارکیندو بسیار گویا بود. ما هم امیدواریم که چنین شود. ما فکر می‌کنیم که بهبود رخ می‌دهد، البته با سرعتی کمتر از آنچه پیش‌تر انتظار می‌رفت. تا آنجا که به ایران مربوط می‌شود، ویروس کرونا آسیب زیادی به ما وارد کرده است.

زمانی‌نیا گفت: اکنون ما روزانه بیش از ۴۰۰ تن از جمعیت ۸۰ میلیونی خود را از دست می‌دهیم و روزانه حدود ۱۰ هزار نفر به این ویروس مبتلا می‌شوند، این تا حدی نتیجه افت شدید درآمدهای کشور است.

وی افزود: اکنون، تحریم‌ها ما را از صدها میلیارد دلار درآمد محروم کرده است و این تا حدودی خدمات سلامت ما را برای رسیدگی به افراد مبتلا به این ویروس، به خطر انداخته، اکنون ترکیبی از تحریم و همه‌گیری ویروس کرونا سبب از دست دادن روزانه بیش از ۴۰۰ نفر از هموطنان شده است.

نماینده ایران در هیأت اجرایی جی‌ئی‌سی‌اف گفت: ترکیب ویروس کرونا و ویروس ترامپ سبب شد روزانه بیش از ۴۰۰ تن از هموطنان‌مان را از دست بدهیم. وی آثار مخرب ویروس ترامپ (تحریم‌های ترامپ علیه ایران) بر تولید گاز ایران را بیشتر از آثار مخرب ویروس کرونا دانست و افزود: یکی از منافع ویروس ترامپ یا همان تحریم‌ها علیه ما این است که ما به‌طور فزاینده‌ای در حال جدا کردن اقتصاد ملی‌مان از درآمدهای حاصل از سوخت‌های فسیلی هستیم. وی با بیان اینکه برگزاری چنین نشستی که از طریق ویدئوکنفرانس برگزار می‌شود، نقطه مقابل توسعه بازار سوخت‌های فسیلی است، افزود: با برگزاری مجازی این نشست، بیش از ۲۰۰ اتومبیل به فرودگاه نرفتند، بیش از ۲۰۰ یا ۳۰۰ بلیت خریداری نشد، هواپیماها از سراسر جهان به الجزایر پرواز رفت و برگشت نداشتند و این تعریف «دوره جدید» است.

نماینده ایران در هیأت اجرایی جی‌ئی‌سی‌اف تصریح کرد: «دوره جدید»، برای من اصطلاح بسیار جالبی است، در حال یادگیری مسائل تازه، روش‌های نو یا کارآمد برای تجارت هستیم، این شرایط شاید توجه بیشتر به محیط زیست و شناخت نقش فناوری در تجارت باشد. اکنون، تا آنجا که به ایران مربوط می‌شود ویروس کرونا نسبت به ویروس دونالد ترامپ در سال ۲۰۱۸ تأثیر کمتری بر تجارت گاز ما داشته است. ویروس کرونا تأثیری بر تولید گاز ما نداشته است. معاون امور بین‌الملل و بازرگانی وزیر نفت ضمن اظهار امیدواری به بهبود بازار گاز در میان‌مدت و بلندمدت، گفت: همان‌طور که چشم‌انداز جهانی گاز نشان داد، پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۵۰ میلادی سهم گاز از سبد انرژی جهان افزایش یابد و از ۲۳ درصد کنونی به حدود ۲۸ درصد برسد، بنابراین امیدواریم و فکر می‌کنیم که تغییر رفتار مصرف‌کننده نیز برای توسعه بازار مفید خواهد بود. به گزارش ایسنا، بیست و دومین نشست سالانه وزیران مجمع کشورهای صادرکننده گاز (جی‌ئی‌سی‌اف) بعد از ظهر پنجشنبه (۲۲ آبان‌ماه) از طریق ویدئوکنفرانس برگزار می‌شود. وزیران نفت و انرژی کشورهای عضو جی‌ئی‌سی‌اف در بیست‌ودومین نشست وزارتی این مجمع درباره مسائل کنونی مربوط به صنعت گاز و حوزه‌های مرتبط از جمله ژئوپلیتیک، اقتصاد و پایداری انرژی گفت‌وگو می‌کنند.

۲۰ عضو این مجمع همچنین به مسائلی همچون افزایش تعداد اعضا، بودجه سالانه، جایزه جدید جی‌ئی‌سی‌اف و ششمین نشست سران جی‌ئی‌سی‌اف در سال ۲۰۲۱ می‌پردازند. افزون بر این، نشریه‌های جی‌ئی‌سی‌اف، گزارش کوتاه‌مدت سالانه بازار گاز و چشم‌انداز جهانی گاز ۲۰۵۰، در حالی که بولتن آماری سالانه رونمایی می‌شود، بررسی خواهد شد.

جزییات واردات ۷.۱ میلیارد دلاری کالاهای اساسی

از ابتدای سال جاری تا نیمه آبان‌ماه بیش از ۷.۱ میلیارد دلار کالاهای اساسی وارد شده که حدود ۲۷ درصد نسبت به سال گذشته کاهش دارد.

به گزارش ایسنا، کالاهای اساسی در ۲۵ گروه کالایی طبقه‌بندی شده و به غیر از چند قلم محدود از جمله ذرت، دانه‌های روغنی، جو، روغن خام و بخشی از دارو و تجهیزات پزشکی که با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد می شود مابقی با ارز نیمایی که در حال حاضر حدود ۲۵ هزار تومان است تامین ارز می‌شود.

بررسی آخرین وضعیت واردات کالاهای اساسی براساس گزارش دریافتی ایسنا، نشان می‌دهد که از ابتدای سال جاری تا هجدهم آبان‌ماه ۱۴.۸ میلیون تن کالای اساسی به ارزش بیش از ۷.۱ میلیارد دلار وارد شده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از لحاظ وزنی یک درصد و ارزشی ۲۷ درصد کاهش دارد، بخشی از این کاهش می‌تواند ناشی از افزایش تولید داخل باشد.

این در حالی است که در سال گذشته ۱۴.۹ میلیون تن با ارزش بالغ بر ۹.۷ میلیارد دلار کالای اساسی وارد شده بود.

در بین کالاهای واردشده بیشترین میزان به ذرت با بیش از ۶.۱ میلیون تن به ارزشی بالغ بر ۱.۴ میلیارد دلار اختصاص دارد.

بعد از ذرت بیشترین واردات مربوط به دارو و تجهیزات و ملزومات پزشکی ضروری به ارزش بالغ بر ۹۴۸ میلیون دلار است.

دیگر کالاهایی که بیشترین سهم از واردات کالای اساسی را دارند دانه‌های روغنی با ۶۸۲.۱ میلیون دلار و گندم با بیش از ۶۶۶.۵ میلیون دلار هستند.

در سایر کالاها نیز ۵۸۷.۶ میلیون دلار برنج، ۲۷.۲ میلیون دلار گوشت قرمز سبک گرم، ۹۸.۱ میلیون دلار گوشت قرمز سرد، ۱۷۵.۲ میلیون دلار چای خشک، ۴۸۸.۲ میلیون دلار روغن‌های خوراکی نیمه جامد و خام، ۳۵۳.۸ میلیون دلار کنجاله سویا، ۱۰۸.۶ میلیون دلار کودهای شیمیایی، ۱۱۸.۱ میلیون دلار خمیر کاغذ، ۲.۳ میلیون دلار کاغذ روزنامه، ۱۲۲.۷ میلیون دلار کاغذ چاپ و تحریر واردات انجام شده است.

همچنین ۷۹.۱میلیون دلار گوشت مرغ، ۳۸.۴ میلیون دلار کره، ۹۷.۳ میلیون دلار حبوبات، ۶۴.۲ میلیون دلار انواع بذر، ۲۸۸.۳ میلیون دلار جو، ۳۳۳.۶ میلیون دلار شکر خام، ۵۸۷.۶ میلیون دلار برنج، ۴۰.۷ میلیون دلار داروهای دامی ضروری، ۴۱.۵ میلیون دلار سموم تکنیکال شیمیایی، ۱۵۱.۶ لاستیک سنگین و ۲۶۱ میلیون دلار ماشین‌آلات تولیدکننده کالاهای اساسی وارد شده است.

این در حالی است که طی آخرین گزارش‌های گمرک ایران، میزان موجودی کالاهای غیرکانتینری به ۷ میلیون و ۳۵۱ هزار تن می‌رسد که ۳میلیون و ۹۳۴ هزار تن آن را کالاهای اساسی و مابقی را کالاهای غیراساسی تشکیل می‌دهد که تا ۸۰ درصد آن شامل مواد اولیه و ماشین‌آلات خطوط تولید است. همچنین ۹۹ هزار و ۲۹۴ کانتینر (TEU) نیز در گمرک و بنادر موجود است که تعداد کانتینرهای پروارداتی به بیش از ۳۵ هزار باکس می‌رسد.

بعد از دپوی میلیون‌ها تن کالای اساسی و غیراساسی در گمرک و بنادر، طی مصوبات اخیر ستاد هماهنگی اقتصادی دولت موانع مربوط به ترخیص کالاها مورد بررسی و تسهیل شد که در رأس آن رفع موانع ارزی قرار داشت و از مدتی پیش با ابلاغ به دستگاه‌های اجرایی ترخیص کالاهای اساسی در چارچوب تعیین شده در دستور کار قرار گرفته است.

قبض برق تهرانی‌ها چه تغییری خواهد کرد؟

معاون فروش و خدمات مشترکان شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ گفت ۱۰ درصد مشترکان در تهران مشمول طرح تخفیف ۱۰۰ درصدی برق رایگان و ۲۰ درصد مشترکان در صورت عدم کاهش مصرف برق خود مشمول ۱۰ درصد افزایش تعرفه برق خواهند شد و مشترکان به راحتی می‌توانند با نصب اپلیکیشن «برق من» از وضعیت مصرف خود آگاه شوند.

به گزارش ایسنا، مسعود عزیزی اظهار کرد: مشترکان در سه گروه قرار دارند؛ مشترکان کم‌مصرف خانگی که مصرف آنها در ماه‌های گرم (خرداد، تیر، مرداد و شهریور) زیر ۱۰۰ کیلووات ساعت و در ماه‌های سرد ۸۰ کیلووات ساعت است. مشترکان دسته دوم مشترکان خوش‌مصرف هستند که در ماه‌های گرم تا ۳۰۰ کیلووات ساعت و در ماه‌های غیر گرم ۸۰ تا ۲۰۰ کیلووات ساعت مصرف برق دارند.

مشترکان با مصرف صفر شامل تخفیف نمی‌شوند

وی با تاکید بر اینکه مشترکان پرمصرف آن دسته از مشترکانی هستند که در ماه‌های گرم ۳۰۰ کیلووات ساعت برق و در ماه‌های غیرگرم بیش از ۲۰۰ کیلووات ساعت مصرف می‌کنند، تصریح کرد: مشترکانی که مصرف آنها صفر باشد شامل بخشودگی نخواهند شد و می‌بایست آبونمان و سایر هزینه‌ها را پرداخت کنند.

پرمصرف‌ها تا پایان اسفندماه فرصت دارند

معاون فروش و خدمات مشترکان شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ ادامه داد: مشترکانی که بیشتر از صفر و تا ۸۰ کیلووات ساعت مصرف برق دارند شامل تخفیف ۱۰۰درصدی خواهند شد و تا پایان اسفندماه به مشترکان پرمصرف مهلت داده شده تا مصرف خود را در حد الگوی مصرف کاهش دهند؛ در غیر این صورت ۱۰ درصد به تعرفه آنها اضافه خواهد شد.

عزیزی با اشاره به هدف اجرای طرح برق امید، گفت: این طرح با هدف اصلاح الگوی مصرف اجرا شده است و قصد جریمه و افزایش درآمد صنعت برق را ندارد. درواقع هدف این است که مشترکان کم مصرف تشویق شوند و مشترکان پرمصرف نیز نسبت به کاهش مصرف خود تمایل داشته باشند.

۲۰ درصد تهرانی‌ها پرمصرف و ۱۰ درصد کم‌مصرف هستند

وی با بیان اینکه هدف نهایی صنعت برق اصلاح الگوی مصرف است، اظهار کرد: تعداد مشترکان پرمصرف در تهران در فصول مختلف سال متفاوت است، اما به طور کلی ۲۰ درصد مشترکان در هر فصلی جزو پرمصرف‌ها هستند که ممکن است در برخی ماه‌ها به ۲۵ درصد و حتی بیشتر نیز برسد. معاون فروش و خدمات مشترکان شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ با بیان اینکه این طرح از ابتدای آبان ماه آغاز شده است، گفت: در حال حاضر در صورت حساب مشترکانی که مصرف آنها کمتر از ۸۰ کیلووات ساعت باشد تخفیف ۱۰۰ درصدی لحاظ شده است که اگر متوسط سالانه را در نظر بگیریم، حدود ۱۰ تا ۱۱ درصد مشترکان را دربر می‌گیرد.

قرار نیست به بهانه این طرح تعرفه برق افزایش یابد

به گفته عزیزی در برخی ماه‌ها ممکن است حتی ۱۶ درصد مشترکان نیز شامل این طرح شوند و در برخی ماه‌ها حدود ۹ درصد مشترکان را دربر گیرد، اما به طور متوسط می‌توان گفت ۱۰ درصد مشترکان تهرانی از تخفیف ۱۰۰ درصدی برق برخوردار می‌شوند.

وی با بیان اینکه راهروها و مشاع ساختمان‌هایی که دارای کنتور هستند یک مشترک به حساب می‌آید، اظهار کرد: این طرح صرفا برای مشترکان خانگی است و در بحث اصلاح الگوی مصرف در تابستان برای مشترکان صنعتی و اداری طرح‌های تشویقی را در نظر داشتیم و تا امسال برای مشترکان خانگی به صورت ویژه طرحی مدنظر نبود.

پنل‌های خورشیدی به پشت بام تهرانی‌ها می‌آید

معاون فروش و خدمات مشترکان شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ افزود: هدف این طرح تشویق مشترکان خانگی است و قرار نیست که به بهانه اجرای این طرح تعرفه برق مشترکان افزایش یابد و تنها جنبه تشویقی دارد. علاوه بر این قصد داریم بستر توسعه استفاده از پنل‌های خورشیدی در تهران را ایجاد کنیم و حتما مشترکان را به این سمت سوق خواهیم داد. عزیزی اظهار کرد: در صورت اجرای این طرح نیز مشترکان علاوه بر اینکه می‌توانند از برق تولیدی خودشان استفاده کنند، می‌توانند مازاد آن را به شبکه بفروشند که هم برای مشترک و هم برای صنعت برق سودآور است.

باغ ویلاها و خانه‌های خالی شامل این طرح نمی‌شوند

وی با تاکید بر اینکه این طرح شامل حال مشترکانی که خانه‌های خالی و باغ ویلاهایی که افراد به صورت موقت در آن ساکن می‌شوند نخواهد شد، الزود: البته در تهران تعداد این خانه‌ها کم است و تنها در حاشیه شهر شاهد آن هستیم. این خانه‌ها از طریق بازدید، مصارف کنتورها و کدهایی که در نظر گرفته شده مشخص شده و به راحتی قابل شناسایی هستند. در کن سولقان تعداد کمی از این واحدها وجود دارد که تعداد آنها در مقایسه با ۳ میلیون و ۳۰۰ هزار مشترک خانگی تهرانی بسیار کم است.

از مصرف خود مطلع شوید

معاون فروش و خدمات مشترکان شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ با بیان اینکه مشترکان می‌توانند با مراجعه به اپلیکیشن «برق من» از اطلاعیه‌های طرح برق امید و اطلاعات کامل مصرف خود جویا شوند، گفت: تنها کافی است مشترک، شناسه قبض خود را وارد کند تا اطلاعات کامل مصرف خود را جویا شود. علاوه بر این از طریق این اپلیکیشن می‌توان تمام خدمات برقی را به صورت غیرحضوری انجام داد.

دبیر انجمن صنفی توزیع‌کنندگان لوازم‌خانگی تهران خبر داد

کاهش ۵۰ درصدی خرید لوازم‌خانگی در بازار

دبیر انجمن صنفی توزیع‌کنندگان لوازم‌خانگی تهران گفت این روزها در مقایسه با دو ماه گذشته، شاهد کاهش ۵۰ درصدی خرید لوازم خانگی در بازار هستیم.

اکبر پازوکی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: این روزها بازار در رکود به سر می‌برد و به دلیل بالا بودن قیمت لوازم خانگی، به‌جز خانواده‌هایی که به دنبال تهیه جهیزیه برای نوعروسان خود هستند، در عمل تقاضایی وجود ندارد.

وی گفت: با این وجود، اما محصولات لوازم‌خانگی به اندازه کافی در سطح بازار موجود است.

پازوکی خاطرنشان‌کرد: تولیدکنندگان در ماه‌های گذشته با وجود همه مشکلات از جمله کمبود تخصیص ارز و دشواری‌های تهیه مواد اولیه، با رشد تولید مواجه بودند و امروز به هیچ عنوان کمبودی در سمت عرضه وجود ندارد.

وی ادامه داد: به عنوان مثال کارخانجاتی داریم که در هفت ماهه امسال ۱۰۰ درصد به تولیدات‌شان نسبت به مدت مشابه پارسال اضافه شده است یا برای نخستین بار دو شرکت صاحب‌نام داخلی خط تولید ماشین ظرف‌شویی را در کشور راه‌اندازی کردند.

به گزارش ایرنا، بررسی آمارهای رسمی منتشرشده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت حاکی از رشد تولید تلویزیون، ماشین لباس‌شویی و یخچال و فریزر در ۶ ماه نخست امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته دارد.

مطابق این آمارها، در ۶ ماهه نخست امسال ۵۹۰ هزار و ۵۰۰ دستگاه انواع تلویزیون در کشور تولید شد. این آمار در مقایسه با ۶ ماهه نخست ۹۸ رشد ۸۴ درصدی نشان می‌دهد.

در مدت یادشده، تولیدکنندگان داخلی ۹۱۹ هزار و ۶۰۰ دستگاه یخچال و فریزر تولید کردند که در همسنجی با پارسال رشد ۳۷.۱ درصدی داشته است.

تولید ماشین لباس‌شویی نیز در نیمه نخست امسال رشد ۵۴.۵ درصدی در مقایسه با مدت مشابه پارسال تجربه کرد و به ۴۵۴ هزار و ۱۰۰ دستگاه رسید.

دبیر انجمن صنفی توزیع‌کنندگان لوازم‌خانگی تهران در ادامه گفت: فروشندگان هیچ‌گاه تعیین‌کننده قیمت نیستند، بلکه تحت نظارت سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان کالاهای خود را با سود قانونی به فروش می‌رسانند.

وی بیان داشت: امروز در بازار «امین‌حضور» و «شریعتی» مغازه‌دارانی را شاهدیم که کالای خود را تنها با یک درصد سود به فروش می‌رسانند و کسادی بازار سبب شده تا رقابتی بین فروشندگان و کسبه شکل بگیرد. این مقام صنفی گفت: در عین حال وقتی فروشنده‌ای یخچالی را ۱۰ میلیون تومان می‌خرد، نمی‌توان انتظار داشت آن را ۹ میلیون تومان به فروش برساند و در مواردی شاهدیم با همان قیمت ۱۰ میلیون تومان به فروش رسانده است، زیرا فروشندگان باید اجاره مغازه، اقساط تسهیلات بانکی و ... خود را بپردازند.

پازوکی خاطرنشان‌کرد: امروز قدرت خرید مردم به شدت پایین آمده، به طوری که برخلاف سابق افراد به جای خرید لوازم‌خانگی جدید به تعمیر دستگاه‌های موجود در منازل خود روی آورده‌اند.

وی تاکید کرد: اگر مشکلات تولیدکنندگان کاهش یابد به طوری که افزایش تولیدی که تاکنون مطابق آمار و ارقام به ثبت رسانده‌اند تداوم یابد، آنگاه می‌توان خوش‌بین به کاهش قیمت‌ها بود.

پیشتر سخنگوی انجمن تولیدکنندگان لوازم‌خانگی در گفت‌وگو با ایرنا از جابه‌جایی تیراژ تولیدات در یکی از شرکت‌های داخلی به سمت تولیدات ارزان‌تر خبر داد و گفت: این گروه صنعتی تولید سبدی متشکل از پنج قلم لوازم خانگی به تعداد ۵ هزار دستگاه با متوسط قیمتی هر سبد ۱۰ میلیون تومان برای جامعه هدف کمیته امداد امام(ره) اجرایی کرده است.

همکاری محیط زیست و جهاد کشاورزی برای حفاظت از تالاب‌های کشور

معاون محیط زیست دریایی و تالاب‌های سازمان حفاظت محیط زیست از امضای تفاهم‌نامه بین این معاونت با رئیس سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی خبر داد.

به گزارش ایسنا، احمدرضا لاهیجان‌زاده افزود: این تفاهم‌نامه در جهت همکاری در حفاظت و احیای تالاب‌های ایران از طریق توانمندسازی و جلب مشارکت جوامع محلی در استقرار برنامه کشاورزی پایدار در جهت حمایت از اجرای هرچه موثرتر اقدامات اولویت‌دار برنامه‌های مدیریت مصوب تالاب‌ها، تعمیم نتایج و دستاوردهای پروژه «همکاری در احیای دریاچه ارومیه» در سایر تالاب‌های کشور و فراهم‌سازی امکان دسترسی به گزارش‌ها و اطلاعات فنی منعقد شد. در این تفاهم‌نامه تمرکز بر تالاب‌های دارای برنامه مدیریت زیست بومی و ثبت شده در کنوانسیون رامسر است. وی اضافه کرد: از جمله موضوعات مهم این تفاهم‌نامه می‌توان به تدوین پیش‌نویس سیاست‌ها و قوانین مشترک در برنامه هفتم توسعه اقتصادی- اجتماعی کشور، به گونه‌ای که متضمن حفاظت از تالاب‌های کشور و تعمیم الگوی کشاورزی پایدار باشد اشاره کرد. در ادامه این برنامه علی ارواحی - مدیر ملی طرح حفاظت از تالاب‌های ایران - با اشاره به سابقه اجرای پروژه الگوسازی مشارکت جوامع محلی در احیای دریاچه ارومیه از طریق کشاورزی پایدار در همکاری مشترک سازمان حفاظت محیط زیست، وزارت جهادکشاورزی و برنامه توسعه ملل متحد اظهار کرد: این پروژه و پایلوت‌های کشاورزی پایدار از سال ۱۳۹۳ تاکنون برای هفت سال متمادی و در بیش از ۲۰۰ روستا واقع در استان‌های آذربایجان غربی و شرقی اجرا شده است و در نتیجه آن شاهد دستاوردهای ارزشمندی بودیم که از آن جمله می‌توان به کاهش آب مصرفی و نهاده‌های شیمیایی به ترتیب به میزان ۳۰ و ۴۰ درصد و ارتقای سطح مشارکت جوامع محلی و بهره‌برداران بومی در بخش کشاورزی اشاره کرد.

وی در پایان گفت: تفاهم‌نامه‌ای که بین معاونت محیط زیست دریایی و تالاب‌های سازمان محیط زیست و ریاست سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی به امضا رسید نقطه عطفی است برای زمینه‌سازی تعمیم دستاوردهای پروژه کشاورزی پایدار در سراسر حوضه دریاچه ارومیه و سایر تالاب‌های کشور و امید است با همگرایی بیشتر و همکاری موثرتر دست اندرکاران مدیریت تالاب‌ها شاهد بهبود وضعیت تالاب‌های کشور باشیم.

مشاور خودرویی وزیر صمت:

تا انتخابات ۱۴۰۰ واردات خودرو آزاد نخواهد شد

رضا ویسه، مشاور خودرویی وزیر صمت درخصوص احتمال ورود شرکت‌های خارجی خودرویی، آزادسازی واردات و خصوصی‌سازی شرکت‌های خودروسازی تا انتخابات ۱۴۰۰ توضیح داد.

هرچند که هنوز نتایج نهایی انتخابات ریاست جمهوری آمریکا اعلام نشده ولی بسیاری بایدن را رئیس جمهور بعدی می‌دانند. از این رو برخی معتقدند که با روی کارآمدن بایدن، ممکن است در تعاملات بین‌المللی کشور در حوزه اقتصاد گشایش‌هایی ایجاد شود. بر این اساس این سوال مطرح است که به فرض کاهش محدودیت‌های بین‌المللی برای ایران ممکن است شرکت‌های خودروسازی دنیا مجددا اقدام به همکاری مشترک با ایران نمایند.

به گزارش خط بازار در همین خصوص رضا ویسه، مشاور خودرویی وزیر صمت معتقد است که این احتمال اساسا ممکن است. وی با بیان اینکه خودروسازی‌های فرانسوی در سال‌های گذشته به علت خروج یکباره از کشور می‌بایست خسارت دهند، گفت: تا زمانی که این شرکت‌ها جبران ضرر و زیان نکنند نمی‌توانند در ایران مجددا فعالیت کنند. ویسه در ادامه گفت: من نمی‌توانم آینده را پیش‌بینی کنم ولی از آنجا که فعالیت مجددا این شرکت‌ها در ایران منوط به جبران خسارت است و بعید است آنان حاضر به این کار شوند، لذا ورود دوباره آنان به عرصه خودروسازی کشور منتفی است.

مشاور خودرویی وزیر صمت درخصوص اظهارات وزیر مبنی بر شکستن انحصار و احتمال بازشدن واردات خودرو خاطرنشان کرد: در شرایط تحریم آزادسازی واردات خودرو اساسا بی‌معنا است.

وی افزود: اگر به فرض همین فردا دولت تصمیم به آزادسازی واردات خودرو کند، نه منابع ارزی وجود دارد و نه قابلیت انجام این کار.

ویسه با تاکید بر اینکه اگر تحریم‌ها برداشته شود، قطعا شرایط متفاوت می‌شود، تصریح کرد: در همین شرایط کنونی، شرکت‌ها در واردات قطعه نیز با مشکل مواجه هستند چه برسد که کسی بخواهد خودرو وارد کند.

وی همچنین درباره واگذاری شرکت‌های خودروسازی به بخش خصوصی واقعی نیز با اشاره به اینکه در حال حاضر سهام غالب شرکت‌های خودروسازی در اختیار بخش خصوصی است، گفت: مدیریت شرکت‌های خودروسازی در اختیار دولت است که با توجه به شرایط کنونی کشور، دولت این مدیریت را رها نخواهد کرد.

دبیر انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی مطرح کرد

افزایش ارزش سهام خودروسازان و زنجیره تامین آنها به دنبال کاهش نرخ ارز

به اعتقاد دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان کشور، طبق برآوردهای به عمل آمده، بیش از ۳۰۰۰ میلیارد تومان نقدینگی در دست مردم وجود دارد که براساس شرایط اقتصادی-سیاسی و پالس‌هایی که داده می‌شود، به سمت بازارهایی همچون ارز، سکه، خودرو، مسکن و بورس کشیده می‌شود؛ لذا چنانچه نرخ ارز کاهش یابد، این بازارها آرامش یافته و در صنعت ما (خودروسازی و قطعه‌سازی) ارزش سهام‌ها بیشتر خواهد شد. به گزارش ایسنا، آرش محبی‌نژاد با بیان اینکه چنین رویکردی در سطح جامعه مناسب نیست و این حجم از نقدینگی باید به سمت بخش‌های مولد جامعه سوق پیدا کند، اظهار کرد: اگر ثبات سیاسی و اقتصادی حاکم شود و بازار نیز تثبیت شود، ارزش سهام شرکت‌هایی که بیشتر خریدار مواد اولیه خارجی هستند اما محصول نهایی خود بیشتر در داخل عرضه می‌کنند، ارزشمندتر خواهد شد. طبق اعلام انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان، دبیر این انجمن معتقد است که خودروسازان و زنجیره تامین آنها، بارزترین بخش این شرکت‌ها هستند؛ چراکه بخش عمده‌ای از مواد اولیه موردنیاز خود را حتی در بازار داخل، به دلار خریداری می‌کنند اما محصول نهایی را به ریال می‌فروشند. در این حالت، بهای تمام شده محصول آنها کاهش و ارزش شرکت آنها بیشتر می‌شود. محبی‌نژاد سرنوشت محتوم شرکت‌های خودروساز و ۶۴ رشته صنعتی وابسته به آنها را افزایش ارزش سهام برآورد کرده و با بیان اینکه تحلیل‌های فاندامنتال و فنی کارشناسان (تکنیکال) نیز این موضوع را تایید می‌کند، گفت: کسانی که به صورت حرفه‌ای در بورس عمل می‌کنند و از اقدامات هیجانی، پرهیز دارند نیز می‌دانند که تاثیر ثبات در بازار بر صنایع مولد، از جمله خودروسازی بسیار بیشتر بوده و سرمایه‌گذاری بر روی این سهام، می‌تواند ثمرات بیشتری داشته باشد.

نایب رئیس انجمن قطعه‌سازان در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان:

ساخت قطعات الکترونیکی در داخل کشور به‌صرفه نیست

مطلب‌زاده گفت ساخت قطعات الکترونیکی در داخل کشور صرفه اقتصادی ندارد، البته قطعاتی که در داخل ساخته نمی‌شوند قطعات خاصی هستند.

مهدی مطلب‌زاده، نایب رئیس انجمن قطعه‌سازان در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، درخصوص ترخیص قطعات از گمرک، گفت: قطعات رسوب کرده در گمرک موجب شده‌اند که در حال حاضر ۸۰ هزار خودرو در کف کارخانه بمانند و در نتیجه غیرتجاری شوند.

او بیان کرد: بخشی از این قطعات که در گمرکات مانده و رسوب کرده‌اند، متعلق به خودروسازان است که برای تکمیل خودرو به آن نیاز دارند و البته در داخل کشور نمی‌توانیم آنها را تولید کنیم و بخشی هم مربوط به مواد اولیه و اجزایی است که قطعه‌سازان برای تولید قطعه لازم دارند. نایب رئیس انجمن قطعه‌سازان اظهار کرد: قطعاتی که در داخل ساخته نمی‌شوند شامل قطعات های تک هستند، این قطعات در داخل کشور تولید نمی‌شوند چراکه تکنولوژی آنها وجود ندارد و البته سرمایه‌گذاری برای ساخت آن هم انجام نشده است و از طرفی داخلی‌سازی آن نیز به صرفه نیست.

ساخت انگشت شمار قطعات الکترونیکی در دنیا

مطلب‌زاده گفت: فرض کنید قطعات ریز الکترونیکی در دنیا با تعداد انگشت شماری توسط سازندگان تولید می‌شوند و در کل دنیا توزیع می‌شوند، برای مصرف داخلی سرمایه‌گذاری در این زمینه غیراقتصادی است و بنابراین این کار انجام نمی‌شود.

به گفته این مقام مسئول این قطعات اگر ترخیص شوند طبعا هر خودرویی که در کف کارخانه است، تجاری می‌شود و باعث کاهش التهابات در بازار خودرو می‌شود. نایب رئیس انجمن قطعه‌سازان تصریح کرد: ترخیص قطعات مانده در گمرکات باعث افزایش تولید خودروسازان می‌شود که با افزایش عرضه خودرو در بازار، نوسان قیمت‌ها به پایان خواهد رسید. برآوردها نشان می‌دهد که سالانه ۴ میلیارد دلار ارز برای صنعت خودرو لازم است. این مقام مسئول در پایان گفت: اکنون در گمرکات مواد اولیه و قطعات جزء مانده است که باید ترخیص شوند، اما به سهولت ارز تخصیص پیدا نمی‌کند و بنابراین تیراژ خودروها کم می‌شود. آمریکا با اعمال تحریم‌ها واردات را بسته و همین عامل مشکلات زیادی را ایجاد کرده است.

۹۰۰ هزار دستگاه خودرو؛ سقف تولید خودروسازان کشور در سال ۹۹

افزایش تولید برمبنای توسعه ساخت داخل و بدون حل مشکل نقدینگی و زیان انباشته محل تردید است؛ پویش ساخت داخل گرچه با دستاوردهایی همراه بوده است، اما خودروسازان و قطعه‌سازان معتقدند همچنان قیمت‌گذاری دستوری مانع از تحقق سوددهی در این صنعت است و اجازه نمی‌دهد مشکلاتی همچون کمبود نقدینگی و افزایش زیان‌های انباشته حل شود.

به گزارش دنیای خودرو، مهدی عسگری، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در این خصوص گفت: «افزایش تولید برمبنای توسعه ساخت داخل و بدون حل مشکل نقدینگی و زیان انباشته محل تردید است. زیرا محصولات خودروسازان هنوز با زیان تولید می‌شود و با زیان انباشته سنگینی نیز تا پایان سال جاری مواجه خواهند بود. با ادامه این روند و با توجه به‌کمبود نقدینگی در صنعت خودرو دستیابی به تولید بالای یک‌میلیون دستگاه در سال جاری بعید است و میزان تولید امسال حدود ۹۰۰هزار دستگاه خواهد بود.»

خودروسازی با خودکفایی ممکن نیست

وی در گفت‌وگویی با بیان اینکه خودروسازی در هیچ‌کجای دنیا بدون ارتباط با سایر کشورها قادر به ادامه فعالیت نیست، افزود: «شرایط صنعت خودرو در وضعیت فعلی بسیار پیچیده و گرفتار مشکلات ریشه‌ای شده و خروج این صنعت از بحران نیازمند یک مدیریت جهادی است.»

خودروسازی‌ها در باتلاق مشکلات مالی

عسگری درخصوص راهکار کاهش زیان انباشته خودروسازان گفت: «خودروسازان به‌رغم افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها درواقع همچنان گرفتار زیان انباشته هستند و بیشتر بودن میزان زیان‌های انباشته از معادل نصف سرمایه آنها، امکان استفاده از اعتبارات بانکی را غیرممکن می‌کند.»

وی تاکید کرد: «اقدام شرکت‌های خودروسازی و زیرمجموعه‌های آنها به تجدید ارزیابی پس از افزایش نرخ دلار، تنها برای پوشش زیان‌های آن‌سوی سال آن‌هم روی کاغذ موثر بود، اما مشکلی از خودروسازان حل نکرده است. این است که دست خودروسازان برای دریافت تسهیلات باز نشده و همچنان با افزایش بدهی‌ها و قیمت تمام‌شده خود روبه‌رو هستند. بدین‌ترتیب خودروسازی‌ها بیش از گذشته در باتلاق مشکلات مالی فرو رفته‌اند.»

عضو کمیسیون صنایع مجلس با اشاره به‌طرح اخیر نمایندگان کمیسیون متبوع خود مبنی بر کشف قیمت خودرو در بورس کالا گفت: «در گذشته نیز عرضه سراتو در بورس به‌صورت آزمایشی با هدف کشف قیمت انجام شد، اما با بروز تحریم‌ها و توقف تولید سراتو این کار ادامه نیافت اما درمجموع برای کشف قیمت روش خوبی بود.»

وی تصریح کرد: «باید یک مکانیزم مورد تایید نمایشگاه‌داران، خودروسازان و واردکنندگان برای تعیین قیمت خودرو مشخص شود که تنظیم‌کننده نرخ بازار باشد؛ همانند روش تعیین قیمت روزانه طلا و سکه توسط اتحادیه طلافروشان. عرضه خودرو در بورس با هدف تعیین مبنای قیمت در تاریخ مشخص نیز در همین راستاست.»

عسگری افزود: «با افزایش تولید شاهد کاهش خودبه‌خودی قیمت خودرو خواهیم بود و افزایش فروش در حاشیه بازار نیز عطش سرمایه‌گذاری برای خودرو را به‌صفر می‌رساند و ثبت‌نام‌های میلیونی برای فروش چندهزار دستگاه خودرو در طرح‌های قرعه‌کشی برچیده خواهد شد.»

قیمت‌های تلفنی معمولا بسیار غیرمنطقی است

عضو کمیسیون صنایع مجلس با بی‌نتیجه خواندن طرح حذف قیمت خودرو از سایت‌ها و فضای مجازی اعلام کرد: «مصرف‌کننده یا خریدار واقعی با یک تلفن از قیمت بازار آگاهی می‌یابد که این قیمت‌ها معمولا بسیار غیرمنطقی بوده و قیمت‌هایی نیست که بتوان گفت معاملات بسیاری براساس آنها انجام می‌شود.»

وی با اشاره به‌حضور واسطه‌ها در صف‌های خرید خودرو و حتی طرح‌های قرعه‌کشی گفت: «تعداد افرادی که متقاضی خرید خودرو هستند، بیش‌از نیاز ملموس بازار است که این نشان‌دهنده حباب تقاضاست.» عسگری افزود: «کامیابی واسطه‌ها موجب عدم دسترسی متقاضیان واقعی به‌محصولات خودروسازان می‌شود. از میان خریداران واقعی نیز عده‌ای که قدرت خرید به‌نسبت بیشتری دارند، پس از ناکامی در طرح‌های قرعه‌کشی، نیاز فوری خود را از بازار برطرف می‌کنند که تعداد این خریدوفروش‌ها اندک است.»

اخبار

امکان مداخله در قرعه‌کشی ایران خودرو وجود ندارد

معاون بازاریابی و فروش گروه صنعتی ایران خودرو، با بیان اینکه تنها مرجع ثبت نام محصولات این شرکت، سایت فروش اینترنتی است، نسبت به کلاهبرداری توسط سودجویان هشدار داد.

به گزارش خبرگزاری خبرآنلاین، بابک رحمانی با اشاره به اینکه برخی افراد سودجو و کلاهبردار به بهانه تاثیر در فرآیند قرعهکشی محصولات ایران خودرو سبب گمراهی مشتریان می‌شوند، گفت: در فرآیند قرعهکشی، امکان هیچ‌گونه اعمال تغییر و تاثیرگذاری توسط هیچ شخصی وجود ندارد و این فرآیند به صورت کامل با نظارت نمایندگان نهادهای ناظر و قانونی برگزار میشود.

وی تصریح کرد: شناسایی افرادی که در فضای مجازی به کلاهبرداری و هک حساب مشتریان از روشهای مختلف از جمله ارسال لینک پرداخت اقدام می‌کنند، از طریق پلیس فتا در دستور کار ایران خودرو قرار دارد.

رحمانی ادامه داد: مشتریان صرفا از طریق سایت فروش اینترنتی محصولات به نشانی esale.ikco.ir نسبت به ثبت نام و شرکت در قرعه‌کشی اقدام کنند و نسبت به صحت و سلامت این فرآیند اطمینان کامل داشته باشند.

گفتنی است، ایران خودرو در مسیر شفاف‌سازی و اطلاع‌رسانی صحیح به متقاضیان، برنامه‌های قرعه‌کشی محصولات را از طریق صفحه اینستاگرام به نشانی ikcopressofficial به صورت زنده پخش می‌کند.

قرعه‌کشی فروش فوق‌العاده پنج محصول ایران خودرو

مراسم قرعه‌کشی هفتمین مرحله فروش فوق‌العاده محصولات ایران خودرو ساعت ۱۰ صبح شنبه ۲۴ آبان ماه با حضور نمایندگان نهادهای نظارتی در محل سالن کنفرانس معاونت بازاریابی و فروش این شرکت برگزار می‌شود.

با پایان یافتن مهلت ثبت نام، قرعه‌کشی این طرح برای تعیین مشتریان نهایی پنج محصول پژو ۴۰۵ اس.ال.ایکس، پژو ۲۰۶ تیپ دو، سورن پلاس، پژو ۲۰۷ دستی با سقف شیشه‌ای و راناپلاس برگزار خواهد شد.

پذیرفته شدگان تا پنج روز فرصت خواهند داشت تا نسبت به واریز وجه خودرو مطابق با بخشنامه فروش این طرح اقدام کنند. در صورت عدم واریز، نفرات فهرست ذخیره جایگزین خواهند شد.

مراسم قرعه‌کشی به صورت زنده از طریق صفحه رسمی اطلاع‌رسانی ایران خودرو در اینستاگرام به نشانی ikcopressofficial@ پخش خواهد شد.

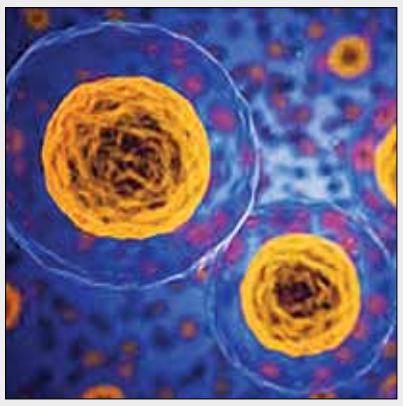
دلیل توقف ترخیص کامیون‌های کارکرده اروپایی از گمرک چه بود؟

رئیس هیأت مدیره انجمن رانندگان کامیون‌های یخچال‌دار تهران از دلایل توقف ترخیص کامیون‌های کارکرده اروپایی از گمرک سخن گفت.

عبدالله خانعلی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، با اشاره به عواملی که ترخیص کامیون‌های سه سال ساخت اروپایی از گمرک را متوقف کرده، بیان کرد: یکی از ضوابط ذکرشده در بخشنامه واردات کامیون‌های دست دوم اروپایی به کشور این است که یورو ۶ و بیش از سه سال ساخت نباشند در صورتی که این کامیون ها سال ۲۰۱۷ وارد کشور شده و اکنون که در اواخر سال ۲۰۲۰ قرار داریم عمر این کامیون‌ها بیش از سه سال می‌شود. همچنین کامیون‌ها در اروپا از سال ۲۰۱۵ با استاندارد یورو ۶ تولید می‌شوند بنابراین به نظر می‌رسد با توجه به قانون و مقررات کشور نمی‌توان کامیون‌های اروپایی را به صورت قانونی وارد سیستم کرد.

وی با رد این شائبه که برخی افراد علت توقف ترخیص کامیون‌های اروپایی خدمات پس از فروش دانسته‌اند، اظهار داشت: مشکل خدمات پس از فروش در هیچ نقطه ای از دنیا وجود ندارد و در حال حاضر قطعات از شهرهای مرزی مانند مهاباد، کرمانشاه و ارومیه وارد کشور می‌شوند و حتی شرکت‌های خودروساز داخلی مانند ماموت، سایپا دیزل، ایران خودرو دیزل و آریا دیزل بسیاری از قطعات وارد می‌کنند و قادر به ساخت قطعه در داخل نیستند که بخواهد خدمات پس از فروش ارائه دهند و هر تاجر دیگری نیز قادر به واردات قطعات است. بنابراین علت توقف ترخیص کامیون‌های اروپایی خدمات پس از فروش نیست بلکه مشکل عدم هماهنگی مسئولین در صدور بخشنامه‌ها بدون هیچ‌گونه دیدگاه کارشناسانه است. در حال حاضر ۲۴ ارگان در کشور در ارتباط با حوزه حمل و نقل هستند که به جرأت می‌توان گفت هیچ یک از آنها با یکدیگر هماهنگ نبوده و هنگامی که منافع یک وزارتخانه در خطر است اجرای طرح متوقف می‌شود. رئیس هیأت مدیره انجمن رانندگان کامیون‌های یخچال‌دار تهران در ادامه اظهارات خود به مقایسه قوانین حمل و نقل در اروپا و ایران پرداخت و تشریح کرد: کامیون‌های اروپایی مجهز به تاخوگراف‌های دیجیتالی هستند که هنگام ورود به هر کشور منطبق با قوانین آن کشور تنظیم می‌شود و تمام اطلاعات مربوط به شش ماه فعالیت خودرو را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه چنین سیستمی در ایران وجود ندارد، کشورهای اروپایی روی کامیون‌هایی که تحویل ایران می‌دهند تاخوگراف معمولی نصب می‌کنند و با تحویل گواهینامه‌ای به شرکت‌های خودروسازی ایران از راننده می‌خواهند که هنگام ورود به اروپا، گواهینامه مذکور نشان داده شود و برچسبی روی شیشه خودرو نصب می‌شود که کامیون‌های مورد نظر توسط دوربین‌ها جریمه نشوند و با توجه به اینکه کامیون‌های ایران یورو ۳ هستند باید در محدوده‌های خاصی تردد کنند. وجود چنین قوانینی در اروپا به تصمیمات صحیح منجر می‌شود اما در ایران بدون هیچ گونه برنامه‌ریزی هماهنگ شده تصمیمات مختلفی اتخاذ می‌شود.

خانعلی افزود: از یک طرف کامیون‌های کارکرده اروپایی دو سال پیش وارد کشور شده و از سوی دیگر براساس قانون اگر کالایی بیش از شش ماه در گمرک باشد به اداره اموال تملیکی تحویل داده خواهد شد بنابراین با وجود چنین قوانینی بخشنامه‌ها باید منطبق با قوانین باشند که هنگامی که کامیون‌ها وارد کشور شده و در گمرک است حداکثر پس از ۵ ماه ترخیص شود و متروکه نشود.



رونق بازار محصولات سلولی؛ ایده‌ها جذب می‌شود

بدن هر یک از ما از میلیاردها سلول تشکیل شده است؛ سلول‌هایی متفاوت بـا وظایفی گوناگون. پس سـلول‌ها مهم هسـتند، اما یکـی از مهم‌ترین آنها سلول‌های بنیادی است؛ سـلول‌هایی که مادر تمام سلول‌ها نامیده می‌شوند. این سـلول‌ها توانایی تبدیل شدن به تمام سـلول‌ها را دارند. پس منحصر به فرد هسـتند. تحقیقـات روی آنها به بیماران کمک زیـادی می‌کند. در عصر حاضر نیز دانشمندان و محققان با کمک این سلول‌ها به پیشرفت‌های بزرگی رسـیده‌اند. به عنوان مثال درمان برخی از انواع سـرطان‌ها. پس سـلول‌های بنیادی و پزشـکی بازساختی دنیای جدیدی را پیش روی‌مان قرار داده است. تحقیقاتی که به کمک آن می‌توان به درمان بیماری‌های صعب‌العلاج فکر کرد و اقدامی در این زمینه انجام داد.

دریچـــه

ستاری: از رونق حضور بانوان در زیست‌بوم نوآوری حمایت می‌کنیم

زنـان کارآفریـن برتـر در حـوزه ایجاد اشـتغال و خلـق ارزش افزوده توانمندی‌های خود را در حضور سـورنا سـتاری معاون علمی و فناوری و معصومـه ابتکار معاون امور زنان و خانـواده رئیس جمهوری ارائه کردند و تقدیر شـدند. سورنا سـتاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این مراسم با بیان اینکه ایجاد یک زیست‌بوم مساعد برای فعالیت نوآورانه بانوان و هموار کردن مسیر، اولویت معاونت علمی و فناوری است، گفت: در روزهای نخست حرکت زیست‌بوم دانش‌بنیان، مطالعه‌ای توسط پژوهشگران و اسـاتید برجسته تهیه و در قالب کتاب «شناخت دره سیلیکون» منتشر شد. این کتاب این پرسش را که چرا این منطقه منحصر به‌فرد است پاسخ داد که بر وجود یک زیست‌بوم مساعد فعالیت‌های نوآورانه و وجود فرهنگ آن تاکید داشت. ستاری با تاکید بر اینکه رویکرد، فرهنگ و نیروی خلاق باعث ایجاد این زیسـت بوم می‌شود، ادامه داد: باید در جامعه، مسیر برای سرمایه‌گذاری خطرپذیر، حضور صندوق‌های جسورانه و وقف علمی فراهم شـود. رئیس بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه بسـتری مساعد برای خلق نوآوری بانوان، لازمه‌ای اسـت که کسـب و کارها آنـان را بالغ و نوآوری را محقق می‌کند، افزود: در حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان بانوان هم این‌گونه اسـت. اگر زیست‌بومی برای فعالیت آنان شـکل بگیرد، قطعا شاهد نقش تحول‌آفرین و تاثیرگذارتر بانوان در این عرصه خواهیم بود. وی با بیان اینکه فرهنگ وارداتچی و اقتصاد نفت‌محور مانعی جدی فراروی توسـعه اقتصاد دانش‌بنیان است، بیان کرد: فرهنگ عمومی کشور که ریشه‌ای هزاران ساله و مبتنی به نوآوری و کارآفرینی داشـته، دستخوش این فرهنگ نادرست قرار گرفته است و ساختار کشور را از برون‌گرایی و صادرات‌محوری به سوی خام‌فروشـی و وارادت برد. ستاری همچنین گفت: در این فرهنگ مجالی بـرای تحول‌آفرینی بانوان نبود اما اکنون با رونق شـرکت‌های دانش‌بنیان نهال‌های تازه‌ای رشد کرده‌اند اما تحکم و ترویج این فرهنگ نیازمند کاری طولانی مدت و مبارزه‌ای همه‌جانبه و تمام عیار توسط بخش‌های گوناگون جامعه است. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به اینکه نقش بانوان در این زیست بوم جدید به خوبی نمایان شده است، گفت: این مبارزه میان زیسـت‌بوم دانش‌بنیان و اقتصاد سنتی و قدیمی شکل گرفته است و اکنون که در آغاز راه قرار داریم بهترین مجال و فرصت برای تثبیت نقش بانوان در تحول‌آفرینی است. ستاری کسب‌وکارهای فضای مجازی را بستر بسـیار خوبی برای نقش‌آفرینی بانوان در زیست‌بوم نوآوری دانست و بیان کرد: تمام دغدغه‌ام این اسـت که زیسـت‌بومی ایجاد کنیم که به صورت خودجوش زایش و نوآوری داشته باشد.

نقش اثربخش بانوان در پیشرفت علمی

در ادامـه معصومه ابتکار ،معاون امور زنـان و خانواده رئیس جمهوری نیز در این نشسـت با اشـاره به اینکه همواره پژوهش‌های ارزشـمندی در سـطح دانشگاهی وجود داشته اسـت، گفت: ایران ما جزو کشورهای پرشتاب در حوزه علمی به شمار می‌رود اما کاهش فاصله میان ایده‌های خلاقانه، پژوهش‌های کاربردی و نیاز بازار یک اولویت مهم اسـت که باید مورد توجه قرار بگیرد. ابتکار با بیان اینکه بانوان در این مسـیر به خوبی حرکت کرده‌اند و در گسترش لبه‌های دانش و فناوری دستاوردهای خوبی داشـته‌اند، بیـان کرد: بیش از ۵۰ درصد اعضـای هیأت علمی و بیش از ۵۲درصد دانشجویان کشور بانوان هستند که نشان‌دهنده نقش اثربخش بانوان برای حرکت در مسیر پیشرفت علمی است.

حمایت‌ها برای توسعه نقش بانوان در زیست‌بوم نوآوری

همچنین سیده فاطمه حسینی، مشاور امور بانوان معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این نشسـت از حمایت‌ها برای توسعه نقش بانوان در زیسـت‌بوم نوآوری گفت و ادامه داد: با حمایت‌های صورت گرفته توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و تلاش ارزشمندی که بانوان در این مسیر انجام دادند، مرز و محدودیتی برای توسعه فناوری و فعالیت‌های نوآورانه توسط بانوان وجود ندارد. حسینی با اشاره به استقبال این معاونت از کسانی‌که قصد دارند ایده‌های نوآورانه خود را به کسب‌وکار بدل کنند و در مسیر فناوری قدم بگذارند، افزود: حمایت‌های مالی معنوی از جمله تسهیلات، معطوف بر این است که این رشد و توسعه زیست بوم کارآفرینی صورت بگیرد. وی با بیان اینکه امروز بانوان بخش قابل توجهی از زیست‌بوم نوآوری هستند، ادامه داد: با توجه به شرایط به وجود آمده در دوران کرونا، می‌تـوان به فرصت‌های موجود در این دوره بـا نگاهی دقیق‌تر پرداخت. بانوان همچون گذشته در استفاده مطلوب از این فرصت‌ها، همان‌گونه که در شرکت‌های دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های خلاق نشان دادند، نقشی اثربخش ایفا می‌کنند.

استقبال گرم معاونت علمی از بانوان فناور و کارآفرین

مشـاور امور بانوان معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، با اشـاره به حضور پررنگ زنان در کسـب‌وکارهای مبتنی بر بسـتر فناوری اطلاعات و ارتباطات، گفت: در حوزه کسـب‌وکارهای تجارت الکترونیک، مشـاغل خانگی و خلاق نیز توسط بانوان کارهای بسیار خوبی صورت گرفته است. حسینی با بیان اینکه نوآوری‌های بانوان ایرانی به بازارهای بین‌المللی راه یافته و معاونت علمی در این مسیر حامی آنان است، ادامه داد: برای بانوانی که خود را به کار کارمندی وابسته نکردند و ضمن ایجاد اشتغال و ارزش افزوده، گامی مهم در پیشـرفت کشورشان برداشتند، این ظرفیت وجود دارد که بتوانند توانمندی‌های‌شان را به فراتر از مرزهای کشور ببرند. وی با اشـاره به تلاش معاونت علمی و فناوری ریاسـت‌جمهوری برای ایجاد فرصت‌های عادلانه کسب‌وکارهای نوآورانه بانوان بیان کرد: امروز بیش از ۱۶ درصد کسب و کارهای دانش‌بنیان متعلق به بانوان است. همچنین ۱۱ درصد حضور زنان در کسب و کارها و بیش از ۲۲ درصد هیأت مدیره این شرکت‌ها با حضور بانوان شکل گرفته است.

حسینی، حوزه علوم و فناوری پیشرفته را یکی از بهترین عرصه‌ها برای نمایش توانمندی بانوان دانسـت و گفت: زنان کشورمان در این حوزه نیز دستاوردهای قابل توجهی داشته‌اند.

تقدیر از برترین بانوان کارآفرین

در این نشسـت بانوانی که در عرصه کارآفرینـی نقش‌آفرین بودند به صـورت حضوری و مجازی لوح تقدیر خـود را از معاون علمی و فناوری و معـاون امور زنان و خانواده رئیس‌جمهـوری دریافت کردند. در ۶ دوره پیشین مراسم تقدیر از بانوان کارآفرین برتر، از ۱۲۰ کارآفرین روستایی و شهری تقدیر شده است. هدف از این رویداد، حمایت از بانوانی است که در شرایط دشوار با سربلندی مسیر پیشرفت و تعالی را طی می‌کنند. بخش دیگری از این مراسم، گفت‌وگوی بانوان کارآفرین و معرفی توانمندی‌ها و دستاوردهای‌شان به معاونان رئیس‌جمهوری بود.

امضای تفاهم‌نامه

در حاشـیه این مراسم توافق‌نامه همکاری میان معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری و معاونت امور زنان و خانواده ریاسـت جمهوری به امضا رسـید. ارتقای مهارت‌هـای زنان کارآفریـن در زمینه فنـاوری اطلاعات، دسترسـی به فضای مجازی و ارائه محصولات براساس نیاز بازارهای داخلی و بازارهای بین‌المللی، تسـهیل روند تولید و توزیع محصولات تولیدی زنان کارآفرین در حوزه شـهری و روسـتایی با توجه به شـرایط پاندمی کرونا و فعالیـت و موثر آنان در بازار فـروش مجازی و همچنین تبیین راهکارهای همکاری از طریق مداخلات هدفمنـد اجتماع محور ویژه کارآفرینان زن و هدایت مشاغل به سوی اشتغال شبکه‌ای از اهداف عمده این توافق‌نامه است.

۱۶۵ شرکت و انجمن صنفی خواستار

گروهی متشـکل از ۱۶۵ شـرکت و انجمن صنفی از اتحادیه اروپا خواسـتند تا نسبت به نقض قوانین ضدانحصاری گوگل موضع سـخت‌گیرانه‌ای را اتخاذ کنند. آنها معتقد هستند که غول فناوری ایالات متحده رویکردهای ناعادلانه‌ای در ارائه خدمات موتور جست‌وجوی خود دارد.

به گزارش دیجیاتو، این گروه شـامل شـرکت‌هایی در ایالات متحده، انگلیس و همچنین شـرکت‌هایی در ۲۱ کشـور عضـو اتحادیـه اروپا می‌شـوند و در نامه‌ای از کمیسـر رقابت اقتصادی اتحادیه اروپا درخواسـت کردند که نسـبت به رویکرد گوگل در ارائه نتایج موتور جسـت‌وجوی خود به سـرعت واکنش نشـان ضدانحصـاری را رعایت نمی‌کند و در ارائه نت محل اقامت، مسافرت و مشاغل، نتایج را به ص نتیجه رقابت سـالمی در بازار برقرار نمی‌شود اصلـی جریمه شـرکت‌های فناوری که ترامپ نظیر عدم رعایت عدالت در مقایسـه محصولا تجاری گوگل را در مجموع ۹.۷ میلیارد دلار

فناوران بومی سهم تولید داخل نهاده‌های گلخانه‌ای را افزایش می‌دهند

واردات نهاده‌هـای گلخانـه‌ای سـالانه ارز زیـادی از کشـور خارج می‌کنـد و بخش بزرگی از بازار این حوزه وارداتی اسـت. در حالی که تـوان داخلی برای تولید این محصول کاربردی در کشـور وجود دارد و زیسـت‌بوم فناوری و نـوآوری با همکاری بخش دولتی می‌تواند این نیاز را پاسخ دهد.

بر همین اسـاس کارگروه تخصصی آب، خشکسـالی، فرسـایش و محیط‌زیسـت معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری تـلاش کرد تا بـا برگزاری نشسـت آنلاین فعـالان صنعت گلخانـه کشـور، نیازهای فناورانـه این حوزه را شناسـایی و با کمک توان دانش‌بنیان‌ها نسبت به رفع آنها اقدام کند.

این نشسـت با حضـور فعـالان صنعت گلخانه کشـور و با تمرکز بر موضوع تامین نهاده‌هـای گلخانـه‌ای برگزار شـد. در این رویداد آخرین وضعیت کشـور در زمینه «تولید نهاده‌ها و بستر کشت گلخانـه»، «چالش‌هـا» و «گلوگاه‌هـای این بخـش از صنعت» مورد بررسی قرار گرفت.

جهانگیـر پرهمت، قائم‌مقـام کارگروه تخصصی آب، خشکسـالی، فرسـایش و محیط‌زیسـت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در ابتدای این رویداد با ارائه گزارشـی از بـرآورد اولیه میزان واردات نهاده‌ها و نیاز کشـور در این زمینه، گفت: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با حمایت از ظرفیت‌های بخش خصوصی و با همراهی و تسـهیلگری بخش دولتی تـلاش دارد سـهم تولید داخلـی از بازار نهاده‌هـای مصرفـی در گلخانـه را که در حال حاضر بیشـتر آنها وارداتی هسـتند، افزایش دهد.

مجیـد بصیـرت، عضـو هیـأت علمی موسسـه تحقیقاتـی خـاک و آب وزارت جهـاد کشـاورزی هم در این نشسـت، با اشـاره به ظرفیت‌های موجود برای تولید ایـن نهاده‌هـا بر بسـتر کشـت ضایعات محصولات کشـاورزی به‌خصوص ضایعات خرما، بیان کرد: تلاش‌های انجام‌شـده برای تدوین دانش فنی و تجاری‌سـازی این بسـترها باید توسعه یابد.

محصولی دانش‌بنیان امنیت شبکه را ارتقا داد

تولیـد نرم‌افزارها، تجهیزات و ارائه خدمات مرتبط با امنیت شـبکه از جمله پیچیده‌تریـن و بااهمیت‌ترین محصولات و خدمات در حوزه زیرساخت‌های اینترنتی است. با توجه به خودداری شرکت‌های بزرگ بین‌المللـی از فـروش ایـن نرم‌افزارها به کشور یک شـرکت دانش‌بنیان موفق شد ایـن محصولات را با قیمتی بسـیار کمتر از نمونه مشابه خارجی ایران‌ساخت کند.

بهنـام عبدالله شمشیرسـاز، مدیرعامل آداک سـامانه افـزار گفـت: بـا توجه به کمبودی کـه در حوزه تولیـد نرم‌افزارها و تجهیزات حفاظتی مشـاهده می‌کردیم، تصمیـم گرفتیم بـا ایجاد یک شـرکت دانش‌بنیـان نسـبت به بومی‌سـازی این اقلام مهم اقدام کنیم.

این فعـال دانش‌بنیان ادامـه داد: یکی از تولیـدات این شـرکت محصول جامع امنیت هارد دیسک اسـت. این محصول سرویس‌های امنیتی موجود در هارد دیسـک را قابل اسـتفاده می‌کند. این سـرویس‌ها به صورت پیش‌فـرض در اختیار کاربـر قرار نمی‌گیرد و بـا کمک این محصول جامع این سـرویس‌ها در دسترس خواهد بود و امنیت داده‌های درون هارد دیسک حفظ می‌شود.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان آداک سامانه افزار، گفت: شرکت‌های خارجـی حاضر نبودند این نرم‌افزار را به ایران بفروشـند. این در حالی اسـت که ما در این شـرکت به کمک متخصصان جوان ایرانی موفق شدیم تا نمونه ایرانی را با یـک دهم قیمت محصول مشـابه خارجی تولید کنیم.

شمشیرساز با اشـاره به موفقیت‌های شـرکت‌های دانش‌بنیـان، گفـت: در صورتی کـه این مسـیر را ادامه دهیم، اطمینـان دارم که کشـور در این حوزه به خودکفایی کامل می‌رسـد. البته این در صورتی اسـت که حمایت‌های لازم، از سـوی دسـتگاه‌های متولی و اجرایی تخصیـص یابـد. زمانی که شـروع بـه کار کردیم برخـی از مدیران شـرکت‌ها می‌گفتند که بومی‌سـازی این نرم‌افزارهـا در ایران امکان ندارد و با دیده تردید به محصولات ایرانی نگاه می‌کردند.

ر مقابله با انحصارگرایی گوگل شدند

ی دهد. آنها معتقد هستند که گوگل قوانین
ایج جست‌وجو در موضوعات مختلف اعم از
صورت سوءگیرانه به کاربران ارائه می‌دهد. در
. در سه سال گذشته مارگارت وستاگر، عامل
او را بانوی مالیات نامیده، به دلایل مختلفی
لات و سوءاستفاده از نفوذ خود در تبلیغات
جریمه کرده است.

این نخستین باری است که این تعداد شرکت و انجمن نسبت به اقدامات گوگل به صورت جمعی اعتراض می‌کنند. در بین امضاکنندگان نامه اعتراضی نام ۱۳۵ شرکت ارائه‌دهنده خدمات آنلاین و ۳۰ انجمن صنفی دیده می‌شود.

کمیسر رقابت اقتصادی اتحادیه اروپا قرار است پیش‌نویس قانون ضدانحصار را در تاریخ ۱۲ آذرماه ارائه دهد. ممکن است فرآیند قانونی شدن این پیش‌نویس حدود یک سال یا بیشتر طول بکشد. باید ببینیم چنین قوانینی چگونه می‌تواند بر نتایج جست‌وجوی گوگل تاثیرگذار باشد.

برنده جایزه مصطفی (ص) واکسن کرونا تولید کرد

معاونت علی و فناوری ریاست جمهوری برای توسعه تبادل علمی و حمایت از دانشمندان جهان اسلام بنیاد مصطفی (ص) را پایه‌گذاری کرد. این نهاد در هر دوره جایزه مصطفی (ص) را به دانشمندان برتر ایران و جهان اسلام اعطا می‌کند. پروفسور اوگور شاهین یکی از برندگان جایزه مصطفی (ص) موفق شده است، واکسن کرونا تولید کند. جایزه مصطفی (ص) که به نام گرامی پیامبر اسلام پایه‌گذاری شد تاکنون بازخوردهای بسیار مثبتی در بین دانشمندان جهان اسلام داشته است. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توانست با پایه‌گذاری این رخداد علمی معتبر، ارتباط عاطفی و علمی دانشمندان و نخبگان برتر جهان اسلام را با ایران و زیست بوم علمی و نوآورانه کشور تقویت کند.

یادداشت

پاندمی و توقف جریان مهاجرت‌های دانشجویی و بین‌المللی

اقتصاد جهان امروز مبتنی بر مراکز دانشی و نوآوری است. برای پیشبرد نوآوری، اقتصاد نمی‌تواند به فعالیت به صورت محدود و محلی اکتفا کند و باید به دنبال راهی برای دسترسی به استعدادهای بزرگ جهانی باشد.

دانش و مهارت‌های خارجی ایده‌های جدید، دیدگاه‌های جدید و پیوندهایی به بازارهای جدید را به ارمغان می‌آورد که بسیار به سود کارفرمایان است. مطالعه اخیر آماری کانادا نشان می‌دهد که نیروی انسانی مهاجر در درازمدت به طور قابل توجهی به بهره‌وری کسب و کار کمک می‌کنند. این تأثیر در میان شرکت‌های فعال و صنایع مبتنی بر فناوری و دانش‌بنیان حتی شدیدتر است.

شرکت‌های چندملیتی با اتصال منابع دانشی خود به جهان از طریق استقرار نیروی انسانی دانش‌آموخته و متخصص خارجی، نقش عمده‌ای در اقتصاد جهان دارند. جابه‌جایی نیروی انسانی ماهر، بهره‌وری کلی شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد و همچنین به کشورها امکان می‌دهد تا در تبادل دانش و ایده شرکت کنند.

دانشجویان بین‌المللی در کانادا به تنهایی ۲۱٫۶ میلیارد دلار شهریه، خوابگاه و سایر هزینه‌ها را تأمین می‌کنند و همچنین با اتصال کانادا به اقتصاد جهانی از طریق تبادل فرهنگی، از منظر غیرمالی نیز به این کشور کمک می‌کنند. دانشجویان بین‌المللی دیدگاه‌های جدیدی را به کلاس وارد می‌کنند و افق تازه‌ای از جهان را پیش روی کانادا قرار می‌دهند.

پایداری روند تبادل دانش، به ثبات و رهبری نیاز دارد. در حال حاضر شیوع ویروس کرونا، دستیابی به ثبات را در حال حاضر بسیار دشوار می‌کند، اما رهبری صحیح می‌تواند اقتصاد نوآوری را در مسیر رشد ثابت نگه دارد.

در سال ۲۰۱۷ دولت فدرال کانادا، استراتژی مهارت‌های جهانی را برای تسریع در برنامه‌های اجازه کار به نیروی انسانی بسیار ماهر خارجی با ایجاد یک پنجره دو هفته‌ای آغاز کرد. علاوه بر این، محققان خارجی و کارگران بسیار ماهر که در کارهای کوتاه مدت کار می‌کنند، به مجوز کار نیاز ندارند.

اکنون اما با شیوع ویروس کرونا این پنجره دو هفته‌ای تقریباً معلق مانده است و بسیاری از کارفرمایا و همچنین نیروی انسانی مهاجر دچار مشکلات زیادی شده‌اند.

به همین ترتیب، دانشجویان بین‌المللی که برای به دست آوردن مدرک تحصیلی و تجربه کاری کانادا به کانادا می‌آیند، از شرایط مناسبی برای اخذ اقامت دائم برخوردار بودند و حدود ۲۷ درصد دانشجویان بین‌المللی اقامت دائم می‌شوند. با این حال با شیوع کرونا همه چیز تغییر کرده است.

بسیاری از دانشجویان بین‌المللی هندی که ابتدا به ایالات متحده و کانادا می‌رفتند اکنون در دانشگاه‌های اروپا ثبت نام کرده‌اند که دلیل آن محدودیت‌های ورود به ایالات متحده، کانادا و استرالیا است. دانشگاه‌های کانادا به طور عمده کلاس‌های آنلاین را برای دوره‌های سال اول برگزار می‌کنند. برای برخی از دانشجویان بین‌المللی، این شهریه آن هم برای کلاس آنلاین قابل توجیه نیست زیرا این میزان حدود ۵ برابر از آنچه دانشجویان داخلی می‌پردازند بیشتر است. این حرکت به شدت اقتصاد نوآوری کانادا را دچار اختلال می‌کند.

فناوری‌های هوش مصنوعی، رایانش ابری، اینترنت اشیا، چاپ سه بعدی و... از زمینه‌های عمده پیشرفت فناوری در جهان امروز است که همگی بخشی از آنچه انقلاب چهارم صنعتی نامیده می‌شود قرار دارند. هر یک از این فناوری‌ها به سرعت در حال توسعه هستند و در طیف وسیعی از صنایع مورد استفاده قرار می‌گیرند، اما انتظار می‌رود هوش مصنوعی بیشترین تأثیر را در بازار کار داشته باشد.

مباحث هوش مصنوعی عمدتا بر توانایی آن برای جابه‌جایی کارگران متمرکز است، اما هوش مصنوعی همچنین می‌تواند در کنار کارکنان موجود نقش‌آفرینی کند بدون اینکه از تعداد کل مشاغل موجود کاسته شود، ضمن آنکه بر بهره‌وری می‌افزاید. یعنی هوش مصنوعی مکمل کارگران با مهارت بالا است.

انقلاب صنعتی چهارم نیاز به یک مهارت بزرگ فنی دارد. بازارهای محلی کار با توجه به سرعت فعلی رشد در صنعت فناوری، کمبود کارگران بسیار ماهر دارند. به همین دلیل مهاجرت با مهارت بالا منبع مهمی از رشد پایدار در اقتصاد نوآوری کانادا است.

در سال ۲۰۱۵، کمتر از یک درصد از کارگران خارجی در حوزه هوش مصنوعی مهارت داشتند. تا سال ۲۰۱۹، این رقم به ۵درصد افزایش یافت. به همین ترتیب در پنج سال گذشته تقاضا برای کارگران خارجی با مهارت‌های تخصصی در ابزارهای توسعه، گرافیک رایانه‌ای، فناوری‌های ذخیره‌سازی داده و توسعه وب افزایش یافته است که منجر به همه‌گیری COVID-۱۹ می‌شود: گزارشی از سوی موسسه بروکفیلد در سال ۲۰۱۵ نشان می‌دهد که بخش فناوری کانادا ۱۱۷ میلیارد دلار درآمد داشته است.

این در حالی است که در سال ۲۰۰۷ صنعت مالی و بیمه بزرگتر بوده است و رشد اقتصاد فناوری، حتی از رشد سالانه معادن، معادن و استخراج نفت و گاز پیشی گرفته است. بخش فناوری بزرگترین کمک‌کننده به تحقیق و توسعه، نوآوری در محصولات و نوآوری سازمانی است و دومین عامل بزرگ در پردازش نوآوری‌ها در کانادا است.

بخش فناوری مقابله با تأثیرات اقتصادی همه‌گیری را نشان داده است. بسیاری از کارگران فنی موجود در کانادا توانستند کار راحت‌تری را نسبت به افراد شاغل در بخش‌های دیگر به کار از راه دور برسانند. در حالی که میزان اشتغال بین فوریه و آوریل ۲۰۲۰ به میزان ۱۵ درصد کاهش یافته است، اشتغال در فناوری فقط ۴٫۲ درصد کاهش یافته است، اما این امر نیاز مبرم اقتصاد کانادا به نیروی انسانی خارجی جدید در صنعت فناوری برای تقویت حرکت ایجادشده را کم نمی‌کند و همچنان یک ضرورت است.

دولت کانادا باید از باز بودن مرزها به روی دانشجویان و نیروی کار خارجی اطمینان حاصل کند. تبادل دانش پایدار نیازمند ثبات و رهبری است. کووید ۱۹ پایداری را بسیار سخت کرده است، ولی رهبری درست می‌تواند اقتصاد نوآوری را در مسیر رشد نگه دارد.

منبع: Usanews

فناوران حوزه معدن برای همکاری دعوت شدند

ایجاد ارتباط میان شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع بزرگ یکی از اقدامات موردنظر در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. در این راستا، شتاب‌دهنده صدر فردا با همکاری ستاد توسعه فناوری‌های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت معاونت علمی برای بومی‌سازی یکی از تجهیزات موردنیاز در حوزه معدن فراخوانی منتشر کرد. شناسایی شرکت‌ها و موسسات فناور حقوقی که توانمندی بومی‌سازی و ساخت نمونه «پراپ جک‌های هیدرولیکی موردنیاز معادن زغال‌سنگ» را دارا هستند، در این فراخوان مدنظر است. یکی از مهمترین مراحل در فرآیند حفاری و بهره‌برداری از فضاهای زیرزمینی از جمله معادن زغال‌سنگ، تامین پایداری و ایمنی سقف آنها با در نظر گرفتن ملاحظات فنی و اقتصادی است. در روش سنتی سیستم‌های نگهداری با استفاده از تیرهای چوبی طراحی و اجرا می‌شود. با این وجود با گذشت زمان و با هدف تامین مقاومت و ایمنی بیشتر معادن در تلاش هستند تا سیستم‌های نگهداری پیشرفته را جایگزین این تیرهای چوبی کنند. این فراخوان با هدف بومی‌سازی تجهیز نگهدارنده سقف کارگاه‌های معدنی که جایگزین سامانه‌های قدیمی چوبی خواهد شد، طراحی و منتشر شده است. براساس آن از فناوران توانمند دارای پتانسیل بالقوه و بالفعل دعوت شده است تا برای بومی‌سازی پراپ جک‌های هیدرولیکی موردنیاز معادن زغال‌سنگ اعلام آمادگی کنند. شرکت‌های علاقه‌مند می‌توانند با مراجعه به سایت ستاد توسعه فناوری‌های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت و همچنین پایگاه اینترنتی شتاب‌دهنده صدر فردا، فرم‌های لازم برای ارسال مشخصات و اعلام آمادگی را دریافت و این فرم‌ها را به آدرس پست الکترونیک info@sadrefarda.com، ارسال کنند. پس از بررسی و ارزیابی فرم و سوابق دریافتی در صورت تایید اولیه، از سوی شتاب‌دهنده با فناور تماس گرفته می‌شود. در ادامه مسیر با برگزاری جلسه‌های مشترک، بحث، تبادل نظر لازم انجام می‌گیرد و در صورت توافق، همکاری صورت می‌پذیرد. سوابق علمی و اجرایی فناوران باید در قالب فایل ورد یا پی دی اف، ارسال شود.

فعالیت استارت‌آپ‌ها در اصفهان توسعه می‌یابد

مراکز نوآوری، خانه‌های خلاق و پارک‌های علم و فناوری به عنوان بازیگران اصلی زیست بوم فناوری و نوآوری در سطح کشور و همچنین مبادی و مرکزی برای خدمات‌رسانی به شرکت‌های خلاق و صنایع فرهنگی فعالیت می‌کنند. مرکز رشد تخصصی هنر اصفهان، یکی از این مراکز است که هر روز پذیرای استارت‌آپ‌های خلاق است.

مرکز رشد هنر اصفهان از سال ۱۳۹۴ با انعقاد تفاهم‌نامه‌ای با شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان روند پذیرش استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های خلاق را سرعت بخشید.

تیم‌های پذیرش شده در این مرکز اگر در قالب استارت‌آپ‌هایی باشند که از شکل حقوقی مشخصی برخوردار نیستند در دفاتر اداری ۲۰ تا ۳۰ متر مستقر خواهند شد و طی یک دوره پیش‌رشد، از امکانات مختلفی اعم از منتورینگ، مشاوره، طراحی سایت، آزمایشگاه و لوازم اداری بهره‌مند می‌شوند.

تیم‌های رشدیافته، در قالب شرکت در مرکز رشد هنر اصفهان به مدت ۳ تا ۵ سال مورد حمایت قرار می‌گیرند. پس از این مدت، این شرکت‌های خلاق و بلوغ یافته یا می‌توانند کار خود را در فضای پارک علم و فناوری اصفهان ادامه دهند و یا آنکه در سطح شهر به فعالیت بپردازند.

مرکز رشد تخصصی هنر در تعامل با ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری به عنوان یکی از مبادی معرفی شرکت‌های خلاق، روند ثبت نام از متقاضیان تبدیل شدن به شرکت خلاق در این استان را پیگیری می‌کند و فرم‌های مربوطه را در اختیار متقاضیان قرار می‌دهد.

تاکنون شرکت‌های خلاق بسیار موفقی از این مرکز برخواسته‌اند. عرضه خدمات و تولید محصولات در حوزه معماری و شهرسازی، مرمت آثار باستانی، گردشگری و صنایع دستی و تولید اپلیکیشن و نرم‌افزار، از جمله حوزه‌هایی است که با بیشترین استقبال در این استان مواجه بوده است.

کارگاه برندینگ

اسپری بینی راهکار جدید برای مقابله با کرونا

به قلم: دونالد مک نیل خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

در شرایطی که جهان منتظر واکسن ویروس کرونا است، دانشمندان دانشگاه کلمبیا یک نوع اسپری بینی را معرفی کردند که بر روی حیوانات و نمونه سه‌بعدی ریه انسان، عملکرد خیره‌کننده‌ای داشته است. درواقع با یک بار استفاده از آن، تا ۲۴ ساعت از احتمال ابتلا به این ویروس در امان خواهید ماند. نکته جالب دیگر در رابطه با این محصول، قیمت پایین آن و عدم شرایط نگهداری خاص است. این امر باعث خواهد شد تا امکان استفاده گسترده از آن امکان‌پذیر باشد. با این حال برای عرضه عمومی آن، نیاز به آزمایش‌های بیشتر بوده و در صورت نتیجه‌بخش بودن، ممکن است دیگر نیازی به استفاده از واکسن نباشد. حال باید دید که در عمل، این طرح تا چه اندازه مطابق ادعاها خواهد بود.

منبع: nytimes.com

بررسی کوتاه کمپین بازاریابی لگو

خانه‌سازی در تعطیلات با لگو

به قلم: آرون بار کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

برند لگو همیشه در زمینه بازاریابی مناسبتی عملکرد جذابی از خود نشان داده است. امسال نیز با وجود شرایط کرونایی لگو تدارک ویژه‌ای برای مخاطب هدف دیده است. این برند در تازه‌ترین کمپین بازاریابی‌اش در تلاش برای بازنمایی دورهمی‌های خانوادگی و سرگرمی با لگوهای مختلف است. ساختن خانه‌های مختلف از سوی لگو هیجان بسیار زیادی دارد. بسیاری از برندها در این مسیر بر روی شبکه‌های اجتماعی تمرکز می‌کنند. نکته جالب در مورد کمپین لگو استفاده از تمام کانال‌های ارتباطی با مخاطب هدف است. بر این اساس ویدئوهای بازاریابی کمپین تازه لگو در شبکه‌های اجتماعی، کانال‌های تلویزیونی، سایت‌های مختلف و همچنین خرده‌فروشی‌های بزرگ قابل دسترسی است.

کمپین بازاریابی لگو دارای فرمت خرید مستقیم در شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. این امر به طور ویژه‌ای در اینستاگرام و اسنپ چت دنبال می‌شود. هدف اصلی بازاریابی‌های لگو افزایش فروش مناسبتی با کمک قابلیت خرید مستقیم شبکه‌های اجتماعی است. این امر نقش مهمی در توسعه کمپین‌های بازاریابی در طول سال‌های اخیر داشته است.

تعطیلات کریسمس برای بسیاری از برندها اهمیتی حیاتی دارد. این امر با توجه به کاهش میزان فروش اغلب برندها در ماه‌های اخیر با توجه به شیوع کرونا جدی‌تر نیز می‌شود. با این حساب لگو خودش را برای رقابتی فشرده در کریسمس امسال آماده کرده است. بازنمایی دورهمی‌های خانوادگی یکی از نمونه‌های بازاریابی احساسی است. بر این اساس شاید شانس لگو برای موفقیت در کریسمس امسال بسیار بیشتر از رقبایش باشد.

منبع: marketingdive.com

همکاری هابلوت با لیگ برتر فوتبال انگلستان در فصل جدید

مترجم: امیر آل‌علی

هابلوت یکی از برندهای معتبر در زمینه ساعت‌سازی محسوب می‌شود. مدل‌های لوکس این برند در بازارهای جهانی طرفدارهای بسیار زیادی دارد. این برند با فعالیت به عنوان اسپانسر رسمی تیم ملی سوئیس از سال ۲۰۰۶ به عنوان نخستین برند فعال در صنعت ساعت‌سازی وارد عرصه فوتبال شد. از آن زمان تا به حال تغییرات بسیار زیادی در ورزش فوتبال و نحوه همکاری این برند با بازیکنان، تیم‌ها و لیگ‌های مختلف روی داده است. اگر از طرفداران ورزش فوتبال باشید، به خوبی از رقابت میان برندهای مختلف برای فعالیت به عنوان اسپانسر مسابقات بزرگ باخبر هستید. در این میان یکی از عرصه‌های رقابت مربوط به تجهیزات ثبت زمان مسابقات است. مسابقات لیگ انگلستان به دلیل حضور بازیکنان و سرمربی‌های برجسته در طول دهه‌های متمادی جذابیت بالایی داشته است. اکنون مسابقات این لیگ در بیش از ۱۸۸ کشور جهان به صورت رسمی نمایش داده می‌شود. این امر به معنای دست‌کم ۳٫۲ میلیارد مخاطب برای مسابقات این لیگ است. برند هابلوت در تازه‌ترین اقدام تبلیغاتی‌اش به عنوان اسپانسر رسمی لیگ برتر انگلستان در فصل جدید انتخاب شده است. ثبت زمان در مسابقات فوتبال امر مهمی محسوب می‌شود. اگرچه امروزه ابزارهای بسیار هوشمندی در زمینه ثبت زمان مسابقات وجود دارد، اما حضور یک برند معتبر در کنار لیگ‌های مشهور اهمیت بالایی دارد. این امر به طور میانگین در تمام ورزش‌ها مانند تنیس، هاکی و بیسبال نیز مشاهده می‌شود. حضور هابلوت در مسابقات معتبری نظیر جام جهانی، لیگ قهرمانان اروپا و جام ملت‌های اروپا اهمیت بالایی از نظر برندسازی برای این برند معتبر و محبوب دارد.

امروزه دامنه وسیعی از مردم در سراسر دنیا به ورزش فوتبال علاقه دارند. این امر به معنای مشاهده گسترده لیگ برتر انگلستان به عنوان یکی از لیگ‌های حرفه‌ای از سوی مخاطب جهانی است. حضور هابلوت به عنوان اسپانسر رسمی این لیگ نقش مهمی در جلب نظر مشتریان جهانی دارد. نکته مهم در این میان انتخاب سالانه اسپانسر مربوط به ثبت زمان و مسائل مرتبط از سوی سازمان لیگ برتر انگلستان است. به این ترتیب رقابت میان برندهای مختلف صنعت ساعت‌سازی برای کسب اسپانسری مسابقات موردنظر به شدت فزاینده خواهد بود. براساس همکاری میان لیگ برتر انگلستان و برند هابلوت در فصل جدید مسابقات لیگ برتر انگلستان تمام داوران مسابقات از ساعت‌های اسپرت این برند استفاده خواهند کرد. همچنین برای اعلام تعویض و وقت اضافه نیز از نام و لوگوی برند هابلوت در کنار تابلوی اعلام استفاده می‌شود.

تمایل هابلوت به مسابقات فوتبال فقط مربوط به فعالیت به عنوان اسپانسر نیست. این برند حتی در مورد مسابقات لیگ قهرمانان اروپا نیز پیام‌های یادآوری برای کاربران ساعت‌های هوشمندش ارسال می‌کند. با این حساب سرمایه‌گذاری هابلوت در زمینه فوتبال بسیار عمیق‌تر از یک همکاری ساده و کوتاه‌مدت است. همین امر دامنه قابل توجهی از طرفداران مسابقات ورزشی را به برند هابلوت علاقه‌مند کرده است.

منبع: brandingforum.org

چگونه امنیت سایت‌مان را افزایش دهیم؟

راهکارهای حفاظت از سایت رسمی برند

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

امنیت وب یکی از مسائل مهم برای کسب و کارها محسوب می‌شود. سالانه شمار بالایی از سایت‌های تجاری مورد حمله هکرها قرار می‌گیرد. همانطور که رایانه‌های شخصی در تلاش برای استفاده از بسته‌های امنیتی مختلف به منظور کاهش شانس درز اطلاعات یا سرقت‌شان هستند، برندها نیز باید به دنبال استفاده از راهکارهای مطمئن به منظور جلوگیری از سرقت اطلاعات سایت‌شان با بروز هرگونه مشکل امنیتی باشند.

امروزه بسیاری از مردم دارای اطلاعات پایه‌ای در مورد امنیت شبکه و سایت هستند. این امر مسیر مناسبی پیش روی برندها برای افزایش امنیت سایت‌شان قرار می‌دهد. برخی از مهمترین دلایل توجه به امنیت سایت شامل موارد ذیل است:

- حفاظت از اطلاعات کاربران و تداوم اعتماد آنها به برند
- حفاظت از اعتبار برند
- تضمین فعالیت بی‌دردسر برند به ویژه خرده‌فروشی‌های آنلاین

بدون تردید یک خرده‌فروشی در صورت مواجهه با مشکلات حاد در زمینه تضمین امنیت کاربران با مشکلات زیادی در حوزه فروش مواجه خواهد شد. امروزه امنیت اطلاعات برای کاربران اهمیت بسیار زیادی دارد. این امر در کنار توجه به حریم خصوصی دغدغه اصلی کسب و کارها، به ویژه گونه آنلاین آن، محسوب می‌شود.

تکنیک‌های هک سایت در طول سال‌های اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده است. هکرها و سودجویان در طول دهه‌های متمادی روش‌های تازه‌ای برای سرقت اطلاعات پیدا کرده‌اند. این امر در کنار برخی از اشتباهات اولیه از سوی برندها در زمینه حفاظت از اطلاعات‌شان موجب بروز مشکلات جدی می‌شود. پرسش مهم در این میان اقدامات احتمالی برندها برای جلوگیری از بروز مشکلات مربوط به امنیت شبکه و سایت رسمی است.

استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای در زمینه حفاظت از سایت همیشه ایده جذابی بوده است. بسیاری از برندها برای حفاظت از سایت‌شان به سراغ همکاری با آژانس‌های امنیت شبکه و آنلاین می‌روند. این امر اطمینان بسیار زیادی در زمینه امنیت سایت‌ها به همراه دارد. نکته مهم در این میان تلاش برای کاهش هزینه‌های برند با استفاده از برخی توصیه‌ها به صورت درون‌شرکتی است. سالانه مقدار قابل توجهی از هزینه برندها صرف حفاظت از اطلاعات‌شان می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به وضعیت کسب و کار از نظر مالی است. بهره‌گیری از برخی از توصیه‌های ساده شانس برندها برای فعالیت بهینه و اقتصادی را به شدت افزایش می‌دهد. هدف اصلی در ادامه مقاله کنونی بررسی برخی از راهکارهای مطمئن برای حفاظت از سایت رسمی برندهاست. بدون تردید نکات موردبحث برای هر کارآفرین فعال در عرصه سایت و اینترنت نیز کاربردی خواهد بود بنابراین مخاطب هدف توصیه‌های ذیل فراتر از شرکت‌های تجاری معتبر و بزرگ است.

نصب پلاگین‌های امنیتی

پلاگین‌های امنیتی سطح کلی ایمنی سایت‌ها را افزایش می‌دهد. امروزه برندها امکان انتخاب از میان دامنه وسیعی از پلاگین‌های امنیتی را دارند. نکته مهم در این میان انتخاب از میان پلاگین‌های رایگان یا پولی است. مزیت اصلی پلاگین‌های پولی دامنه محدود به اشتراک‌گذاری پلاگین مورد نظر و ضریب امنیتی بالاترش است بنابراین در صورت تلاش برای توسعه کسب و کار در سطحی وسیع باید استفاده از پلاگین‌های پولی موردنظر قرار گیرد.

امروزه بسیاری از آژانس‌ها و کارشناس‌های امنیت سایبری اقدام به ارزیابی پلاگین‌های امنیتی می‌کنند. مهمترین مسئله در این میان ارزیابی نیازهای کسب و کار و سپس خرید یک پلاگین یا استفاده از نسخه رایگان است. بسیاری از برندها در طول مدت زمانی طولانی نسبت به استفاده از هرگونه پلاگین مقاومت نشان می‌دهند. این دسته از کارآفرینان بروز مشکلات امنیتی را فقط مربوط به سایت‌های دیگر می‌دانند. احتمال مواجهه با مشکلات امنیتی برای هر برندی وجود دارد بنابراین باید مشکل موردنظر را جدی تلقی کرد.

استفاده از HTTPS

پروتکل امن انتقال ابرمتن یا به اختصار HTTPS نقش مهمی در افزایش امنیت فضای آنلاین داشته است. این امر به معنای استفاده از یک دامنه گسترده، امن و یکپارچه برای انتقال اطلاعات مربوط به سایت است. بسیاری از برندها به هنگام راه‌اندازی سایت رسمی نسبت به استفاده از این پروتکل توجهی نشان نمی‌دهند. این امر در بلندمدت مشکلات بسیار زیادی برای برندها ایجاد می‌کند.

امروزه موتورهای جست‌وجو یکی از معیارهای طبقه‌بندی سایت‌ها را استفاده‌شان از پروتکل HTTPS قرار داده‌اند. بر این اساس هر سایتی برای کسب رتبه‌های بهتر در پلتفرم گوگل و دیگر موتورهای جست‌وجو باید نسبت به استفاده از پروتکل HTTPS اقدام نماید. بسیاری از برندها به اشتباه این پروتکل را فقط پس از مواجهه با مشکلات امنیتی مورد استفاده قرار می‌دهند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها ایجاد می‌کند. اگر نکات امنیتی و مربوط به استفاده درست از پروتکل‌های امنیتی مورد توجه برندها از همان ابتدای امر باشد، فرآیند فعالیت‌شان بسیار ساده و ایمن‌تر دنبال خواهد شد.

به‌روز رسانی مداوم سیستم‌های مدیریت محتوا

به‌روز رسانی مداوم ابزارها و نرم‌افزارهای مورد استفاده کسب و کار مهمترین نکته در ناکام گذاشتن هکرها محسوب می‌شود. بسیاری از سیستم‌های امنیتی در صورت عدم به‌روز رسانی سریع از سوی کاربران به سرعت آسیب‌پذیر می‌شوند بنابراین باید در بازه‌های زمانی مشخص نسبت به آپدیت نرم‌افزارهای مختلف برند اقدام کرد. در غیر این صورت ریسک‌های امنیتی بسیار زیادی در مسیر فعالیت کسب و کارمان ایجاد خواهد شد.

خوشبختانه امروزه توسعه‌دهندگان نرم‌افزارهای مختلف به سرعت نسبت به انتشار نسخه‌های تازه نرم‌افزارشان اقدام می‌کنند. این امر تاثیر بسیار مثبتی بر روی وضعیت امنیت برندها دارد بنابراین در صورت مشاهده عدم به‌روز رسانی سریع یک نرم‌افزار باید نسبت به استفاده از آن تجدیدنظر اساسی کرد. در غیر این صورت شاید مشکلات امنیتی برند و سایت شما تداوم پیدا کند.

استفاده از رمزهای عبور مطمئن

کارشناس‌های امنیت اینترنت و شبکه توصیه‌های مختلفی در مورد افزایش امنیت سایت رسمی برندها دارند. یکی از توصیه‌های عمومی در این میان استفاده از رمزهای عبور مطمئن و ترکیبی است. بسیاری از کاربران رمزهای عبوری ساده و قابل حدسی دارند. این امر کار هکرها برای سوءاستفاده از داده‌های آنها را بسیار ساده می‌کند.

امروزه اغلب برندها از رمزهای ترکیبی برای سایت و دیگر اکانت‌های‌شان استفاده می‌کنند. این امر احتمال حدس زدن رمزهای عبور را به صفر نزدیک می‌کند. همچنین در صورت تلاش هکرها برای نفوذ به سایت رسمی برند فرآیند نفوذ آنها بسیار دشوار و طولانی خواهد شد.

یکی از راهکارهای دیگر برای افزایش امنیت سایت به عنوان مکمل رمزهای ترکیبی مربوط به تغییر رمزهای عبور در بازه‌های زمانی مشخص است. برندهای بزرگ به طور هفتگی رمزهای مربوط به سیستم‌های سایت‌شان را تغییر می‌دهند. این امر نقش مهمی در کاهش مشکلات امنیتی و نفوذ هکرها ایفا می‌کند.

امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای ایجاد سایت‌هایی امن برای مخاطب هدف‌شان هستند. نکته مهم در این میان استفاده از توصیه‌های مناسب و کاربردی است. نکات مورد بحث در این مقاله شاید در نگاه نخست بسیار ساده باشد، اما تاثیر مهمی بر روی افزایش ضریب امنیت سایت برندها دارد بنابراین رعایت‌شان وضعیت برندها را از نظر مدیریت سایت بهبود خواهد بخشید.

منبع: noobpreneur.com

۷ راهکار که اعتبار آنلاین کسب و کار خود را افزایش دهید

اندازه کسب و کارتان هر چقدر که باشد شما برای کسب درآمد و رشد و پیشرفت نیاز به افزایش اعتبار آنلاین کسب و کار خود در دنیای اینترنت و فضای مجازی دارید تا مردم روزانه استقبال بیشتری از خدمات و کالاهای شما داشته باشند و با این اعتماد به حسن شهرت شما کمک کنند و به دنبال آن میزان فروش یا ارائه خدمات شما افزایش یابد بنابراین خوب است که با این ۷ راهکار که اعتبار آنلاین شما را به خوبی و درستی افزایش می‌دهند آشنا شوید.

۱. قبل از اینکه وارد بازار کسب و کار شوید در فضای مجازی حضور آنلاین داشته باشید

حضور آنلاین برای برندسازی شخصی شما و سپس برای شناساندن کسب و کار تازه بنیان‌تان ضروری است. سعی کنید در دنیای اینترنت و فضای مجازی حضور داشته باشید و نام خود و برندتان را سر زبان‌ها بیندازید. با سایر کاربران ارتباط برقرار کنید و پیش از آنکه خدمات یا کالایی عرضه کنید تبلیغ کسب و کار خود را راه بیندازید.

۲. با کاربران رسانه‌های اجتماعی به طور مستمر تعامل کنید

در بازار کسب و کار امروزه تعامل با کاربران شبکه‌های مجازی بهترین و راحت‌ترین راه موفقیت و رونق کسب و کار است. سعی کنید همیشه با آنها در تعامل باشید. محتوایی که دوست دارند در اختیارشان قرار دهید و از چیزهایی که دلزده و خسته‌شان می‌کند دوری کنید.

۳. با بداخلاقی‌های فضای مجازی معقولانه و صبورانه برخورد کنید

این که بعضی‌ها در فضای مجازی شما را دوست نداشته باشند چیز جدید و عجیبی نیست، اما اینکه شما هم مثل خودشان با کلام زشت و زهرآگین جواب بدهید چیز عجیبی است. چون شما به شهرت و اعتبار آنلاین نیاز دارید و برای همین مجبور هستید همواره بهترین و شایسته‌ترین رفتار را داشته باشید تا بتوانید مشتری‌های خوبی برای خودتان جذب کنید.

۴. از بازخوردها به شدت استقبال کنید و بخواهید تجربیات‌شان را در اختیارتان بگذارند

دانستن نظرات، علاقه‌مندی‌ها، ضعف‌ها و مشکلاتی که کاربران در مورد یک کالا یا خدمات با آن روبه رو بوده‌اند شما را برای بهسازی و احیای محصول قدیمی یا تولید و ارائه محصول و خدمات جدید یاری می‌رساند. سعی کنید دیدگاه‌های مشتریان رضایتمند را همیشه سرلوحه کارهای‌تان قرار دهید.

۵. به درستی خودتان را به کاربران آنلاین معرفی کنید

اینکه شما هر روز تغییر مسیر دهید و کاربران آنلاین ندانند که دقیقا برند شما چه کار و مسئولیتی دارد اصلا برای اعتبار آنلاین شما خوب نیست. همواره باید بدانید کسب و کار شما قرار است چه مسیری را طی کند و چه تاثیری بر ذهن مخاطب بگذارد بنابراین اولین گام در این مسیر این است که بدانید چطور خودتان را به کاربران آنلاین معرفی کنید.

۶. از تمام رویدادهای فضای مجازی که به شهرت و اعتبار آنلاین شما ضربه می‌زنند آگاه باشید

همیشه باید دنیای اطراف‌تان را رصد کنید تا مبادا یک کاربر ناراضی یا مشتری ناخشنود در صفحات اجتماعی و فروم‌های پرمخاطب درباره شما بدگویی کرده باشد و شما هم از همه جا بیخبر نتوانسته باشید از خودتان دفاع کنید. یادتان باشد مدام اسم و شهرت خودتان را سرچ کنید و ببینید دیگران درباره‌تان چه می‌گویند.

۷. اجازه ندهید رقیبان‌تان هم بازار کسب و کار را از شما بگیرند و هم به اعتبار آنلاین‌تان ضربه بزنند

شما بهتر از ما می‌دانید که این دنیای بزرگ اینترنت اجازه هر نوع رفتار غیراخلاقی و ناجوانمردانه را به رقیبان‌تان می‌دهد و وقتی شما متوجه می‌شوید که چند تا رقیب گردن‌کلفت بازار کسب و کار را از چنگ‌تان ربوده‌اند! بسیار پیش آمده که رقبا صفحات مجازی تقلبی با نام برند یک شرکت و موسسه ساخته‌اند و در راه تخریب و تبلیغات منفی کار کرده‌اند. هیچ‌وقت رقیبان‌تان را حتی اگر کوچک هستند دست‌کم نگیرید.

منبع: forbes/bazdeh

نکاتی از جمعه سیاه ۲۰۱۹ برای سال جاری

تغییرات جمعه سیاه ۲۰۲۰

به قلم: پاملا بامپ کارشناس بازاریابی دیجیتال در موسسه **HubSpot**
ترجمه: علی آل‌علی

براساس گزارش موسسه بیزینس اینسایدر، سال گذشته پس از سال‌ها برگزاری مراسم‌های تخفیف ویژه روز دوشنبه سایبری موفق به کسب عنوان پرفروش‌ترین روز تخفیف‌های ویژه شد. در این میان مشتریان اقدام به خرید بیش از ۷,۴ میلیارد دلار محصول مختلف از برندهای گوناگون کردند. بدون تردید مشاهده هر روز دیگری به جز جمعه سیاه در فهرست پرفروش‌ترین روزهای مربوط به تخفیف‌های فروش عجیب به نظر می‌رسد. سالانه شمار بسیار زیادی از مشتریان در روزهای خاصی مانند جمعه سیاه اقدام به خرید محصولات مختلف می‌کنند. این امر به دلیل امکان بهره‌مندی از تخفیف‌های گسترده در میان مشتریان مختلف رواج بسیار زیادی دارد. برخی از برندها در بازه زمانی موردنظر تا ۹۰ درصد تخفیف بر روی محصولات‌شان اعمال می‌کنند. با این وضعیت هر مشتری تمایل به استفاده از محصولات دارای تخفیف‌های گسترده خواهد داشت.

هر سال مراسم جمعه سیاه با حال و هوای یکسانی در میان مشتریان همراه است. نکته مهم در این بین توجه به اطلاعات و نکات مهم مراسم جمعه سیاه در هر سال است. این امر برندها را در راستای بهبود کیفیت فعالیت‌شان در سال‌های آینده کمک خواهد کرد. بسیاری از برندها هر سال با یک استراتژی واحد وارد عرصه رقابت در جمعه سیاه می‌شوند. این امر در بلندمدت با واکنش منفی کاربران همراه خواهد بود.

در این مقاله نظرخواهی از ۳۰۰ مشتری سال گذشته در مراسم جمعه سیاه ارزیابی و پردازش شده است. هدف اصلی تحلیل رفتار مشتریان در جمعه سیاه سال گذشته و یادگیری درس‌هایی مهم از آن برای سال جاری است. بدون شک سال جاری با وجود شرایط کرونایی برای بسیاری از برندها فروش اندکی به همراه داشته است. با این حساب شاید جمعه سیاه فرصتی برای برندها به منظور بازیابی شرایط ناگوارشان در طول سال گذشته باشد.

درس‌هایی از جمعه سیاه سال ۲۰۱۹

بازاریاب‌ها همیشه به دنبال آخرین شیوه‌های تاثیرگذاری بر روی مشتریان هستند. این امر در بازه‌های زمانی مانند جمعه سیاه تب و تاب زیادی در میان بازاریاب‌ها و برندهایشان ایجاد می‌کند. بدون شک هر کسب و کاری در طول دوران فعالیتش با روزهای بدی نیز مواجه بوده است. در این میان برخی از برندها شرایط بسیار دشواری از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را تجربه کرده‌اند. نکته مهم در این میان رفع سریع مشکلات و بازگشت به شرایط مناسب از نظر بازاریابی و فروش است. مناسبت‌های مهم نظیر جمعه سیاه از این نظر دارای اهمیت بسیار زیادی است بنابراین در ادامه به بررسی برخی از درس‌های مهم از جمعه سیاه سال ۲۰۱۹ خواهیم پرداخت.

افزایش تعامل آنلاین مشتریان با برندها

جمعه سیاه اغلب به عنوان یک رویداد حضور شناخته می‌شود. خاطرات اغلب مردم از این مناسبت شامل حضور در صف‌های طولانی خرده فروشی‌های بزرگ و بهره‌مندی از تخفیف‌های دیوانه‌وار است. در این میان برخی از خرده‌فروشی‌های آنلاین و برندها اقدام به حضور در فضای آنلاین برای تعامل با مشتریان کرده‌اند. شاید این امر بهترین ایده برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نباشد، اما بسیاری از برندها در عمل به سوی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به این شیوه سوق پیدا می‌کنند.

یکی از دلایل اصلی تمرکز بر روی فضای آنلاین برای بازاریابی در جمعه سیاه حجم بالای رقابت در میان خرده‌فروشی‌های حضوری است. در این وضعیت شانسی برای خرده‌فروشی‌هایی نظیر آمازون یا eBay برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باقی نخواهد ماند بنابراین بازاریابی آنلاین در جمعه سیاه از سوی چنین برندهایی برای افزایش تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دنبال می‌شود.

وقتی از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی‌مان در مورد میزان تعاملشان با برندها در فضای آنلاین در جمعه سیاه سوال کردیم، واکنش‌ها بسیار متنوع بود. نکته مهم در این میان تمایل بالای مشتریان برای خرید آنلاین محصولات به جای حضور در صف‌های طولانی خرده‌فروشی‌هاست. بر این اساس بسیاری از برندها به جای ایجاد صف‌های طولانی در شعبه‌های فروش‌شان اقدام به اخذ سفارش به صورت آنلاین کردند. این امر وجهه مناسبی از برندها در میان مشتریان ایجاد می‌کند. دلیل این امر نیز کاملا واضح است. مشتریان علاقه‌مند به مشاهده نوآوری برندها در زمینه تعامل با خود هستند. اگر یک کسب و کار برای مدت زمانی طولانی اقدام به ادامه روندهای قبلی فعالیتش نماید، در بلندمدت با مشکلاتی بسیار زیادی مواجه خواهد شد. امروزه بسیاری از برندها در عمل شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان بدون نوآوری ندارند.

بدون شک تعامل با مشتریان در فضای آنلاین براساس الگوهای بسیار زیادی روی می‌دهد. برخی از برندها در سایت رسمی، شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های پربازدید سرمایه‌گذاری می‌کنند. برخی دیگر نیز به دنبال بازاریابی با استفاده از موتورهای جست‌وجو هستند. در این میان مشتریان سال گذشته بیش از هر ابزار دیگری به شبکه‌های اجتماعی روی خوش نشان داده‌اند. این امر نکات بسیار مهمی برای برندها در زمینه بازاریابی آنلاین به همراه دارد. هرچه توانایی یک برند برای حضور بهتر در شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد، در نهایت تاثیرگذاری بهتری بر روی مشتریان خواهد داشت.

نکته مهم در زمینه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مربوط به تنوع‌اش است. امروزه شبکه‌های اجتماعی بسیار زیادی در دسترس برندها و کاربران عادی قرار دارد. برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به حضور در تمام شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها ایجاد خواهد کرد. مدیریت اکانت‌های مختلف در شبکه‌های اجتماعی امر زمانبری است. همچنین هزینه بسیار زیادی بر روی دوش برندها قرار می‌دهد.

بهترین ایده برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی مربوط به استفاده از پلتفرم‌های محبوب در میان کاربران است. امروزه اینستاگرام، توییتر و اسنپ چت در میان کاربران محبوبیت بسیار زیادی دارد. بر همین اساس استفاده از آن اهمیت بالایی برای برندها خواهد داشت.

استفاده از ایمیل‌های بازاریابی نیز ایده مناسب دیگری در جمعه سیاه است. براساس نظرسنجی ما اغلب مردم در طول روز دست‌کم ۵ بار ایمیل‌های‌شان را چک می‌کنند. این امر با توجه به افزایش دسترسی به اینترنت اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. بازاریابی ایمیلی قدیمی‌ترین الگوی بازاریابی آنلاین محسوب می‌شود. شاید برخی از بازاریاب‌ها این شیوه را قدیمی ارزیابی کنند، اما هنوز هم تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف به همراه دارد.

امروزه الگوهای بسیار متنوعی برای بازاریابی ایمیلی وجود دارد. بهترین ایده در این میان استفاده از تخفیف‌های گسترده و معرفی برترین محصولات به مشتریان در قالب ایمیل است. این امر شمار بالایی از برندها را نسبت به بازاریابی و تاثیرگذاری در این فضا ترغیب کرده است. بدون شک با افزایش سطح رقابت در عرصه بازاریابی ایمیلی توجه مخاطب هدف به ایمیل برندها کاهش خواهد یافت. اگر کسب و کار شما در تلاش برای حضور در میان برندهای محبوب مشتریان است، باید از المان‌های خلاقانه برای بازاریابی استفاده نماید. در غیر این صورت به زودی از فهرست برندهای محبوب مشتریان حذف خواهد شد.

امروزه بسیاری از برندها برای بازاریابی بودجه‌های گزافی صرف می‌کنند. مهمترین مزیت جمعه سیاه افزایش فزاینده توجه کاربران به محتوای تولیدی برندهاست بنابراین کسب و کارها نیازی به صرف هزینه بازاریابی فزاینده نخواهد داشت. در عوض باید هرچه سریع‌تر نسبت به استفاده از محتوای جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف به برند اقدام کرد. در غیر این صورت با توجه به حجم بالای رقابت در عرصه بازاریابی ایمیلی موفقیتی برای کسب و کار شما به ارمغان نخواهد آمد.

نمایش تبلیغات در پلتفرم‌های مناسب اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه آمازون نیز در خرده‌فروشی‌اش از نمایش تبلیغات پشتیبانی می‌کند بنابراین در بازه‌های زمانی مهم باید نسبت به نمایش محتوا در این پلتفرم‌ها اقدام کرد. معیار ارزیابی وضعیت هر پلتفرم نیز میزان محبوبیتش در میان کاربران است.

افزایش ترافیک سایت برندها در جمعه سیاه

بسیاری از برندها نسبت به جلب توجه کاربران به سایت برندشان در بازه‌های زمانی مختلف بی‌توجه هستند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها ایجاد می‌کند. یکی از نکات اساسی در زمینه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مربوط به تولید محتوا در سایت رسمی است. امروزه اغلب مشتریان برای خرید یک محصولات ابتدا به سایت رسمی‌اش سر می‌زنند. مشاهده سایت رسمی یک برند اطلاعات بسیار زیادی در اختیار کاربران قرار می‌دهد. اگر سایت یک برند برای مدت زمانی طولانی آپدیت نشده باشد، نشانه مناسبی نخواهد بود.

توجه به شبکه‌های اجتماعی اهمیت بالایی برای جلب نظر مشتریان دارد. اگر کسب و کار شما به دنبال حفظ مشتریان نیز هست، باید نسبت به بازاریابی و تولید محتوا در سایتش اقدام نماید. برخی از برندهای بزرگ برای افزایش میزان تعامل با مخاطب هدف حتی اقدام به بازاریابی در وبلاگ رسمی‌شان نیز می‌کنند. فضای وبلاگ برندها امکان بارگذاری محتوای تخصصی‌تر را فراهم خواهد کرد.

سال گذشته میزان ترافیک سایت‌های معتبر در معیار کلی با کاهش ۶ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۸ مواجه بود. این امر به معنای ضرورت افزایش توجه برندها به سایت‌شان در سال جاری است. یکی از نکات جذاب برای مشتریان در مورد سایت رسمی برندها بارگذاری ویدئوهای معرفی محصولات است. امروزه در هر حوزه‌ای چندین محصول جذاب از سوی برندهای مختلف به چشم می‌خورد. اگر کسب و کارها نسبت به این امر توجه لازم را نداشته باشند، به احتمال فراوان عرضه رقابت را به سادگی به دیگر برندها واگذار خواهند کرد.

اگر نگاهی به سایت رسمی برندهایی مانند مایکروسافت انداخته باشید، آنها همیشه در تلاش برای ارائه آخرین اطلاعات درباره محصولات‌شان به مشتریان هستند. این امر تاثیرگذاری به شدت بالایی بر روی مخاطب هدف به همراه دارد. برخی از کاربران در این میان حتی اقدام به بازنشر محتوای جذاب در اکانت‌شان می‌کنند. این امر تاثیرگذاری محتوای بازاریابی برند را به شدت افزایش خواهد داد.

اگر شما در طول روزهای عادی یک تبلیغ بازرگانی در تلویزیون مشاهده نمایید، چقدر به مشاهده محتوای سایت برند موردنظر تمایل خواهید داشت؟ بسیاری از افراد هیچ‌گونه تمایلی برای مراجعه به سایت رسمی برندها از طریق تبلیغات تلویزیونی ندارند. نکته مهم در این میان استفاده از بارکدهای QR و همچنین اهمیت بازه زمانی منتهی به جمعه سیاه است. مشتریان در این بازه زمانی تمایل بسیار بالایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند.

بدون تردید اهمیت جمعه سیاه با تمایل مشتریان برای حضور در خرده‌فروشی‌ها دنبال خواهد شد. نکته مهم در این بین افزایش تمایل کاربران برای خرید آنلاین در بازه‌های زمانی مهم و دارای تخفیف گسترده است. این امر بسیاری از برندها را به فکر بازاریابی آنلاین در بازه زمانی موردنظر انداخته است. اگر کسب و کار شما در سال گذشته توجه مناسبی به شبکه‌های اجتماعی داشته است، امسال باید جهت‌گیری کسب و کارتان به سوی ایجاد تعادل میان شبکه‌های اجتماعی و سایت رسمی باشد.

میزان توجه مشتریان در هفته منتهی به جمعه سیاه نسبت به تبلیغات برندها به شدت افزایش پیدا می‌کند. همین امر بسیاری از برندها را به سوی نمایش محتوای برترشان در بازه زمانی موردنظر ترغیب می‌کند. اگر یک کسب و کار در طول سال عملکرد بازاریابی مناسبی داشته باشد، بازهم نیاز به برنامه‌ریزی اساسی برای جمعه سیاه خواهد بود. متاسفانه بسیاری از برندها فقط به دنبال ارائه تخفیف‌های گسترده در بازه زمانی موردنظر هستند. اگر کمپین بازاریابی مناسبی در اختیار برندها قرار نداشته باشد، فرآیند تعامل با مخاطب هدف به شدت دشوار خواهد شد.

مرور فرآیند شکست برندها در زمینه بازاریابی در جمعه سیاه یک نکته مشترک را نمایان می‌کند. این نکته مهم فقدان طراحی کمپین ویژه برای جمعه سیاه است. براساس نظرسنجی ما از مشتریان در جمعه سیاه سال ۲۰۱۹ نزدیک به ۸۰ درصد از مشتریان فقط به برندهای دارای کمپین بازاریابی ویژه برای جمعه سیاه توجه نموده‌اند. این امر به معنای شکست احتمالی برندهای فاقد کمپین مشخص در بازه زمانی موردنظر است.

پیش‌بینی‌هایی برای جمعه سیاه ۲۰۲۰

جمعه سیاه همیشه هیجان بسیار زیادی در میان مشتریان ایجاد می‌کند. این امر درخصوص برندها نیز به یک میزان اعتبار دارد. تفاوت اصلی جمعه سیاه امسال ضرورت سرمایه‌گذاری هنگفت برندها در حوزه بازاریابی آنلاین است. با توجه به شیوع ویروس کرونا دیگر امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان به صورت حضوری یا ایجاد صف‌های طولانی در مقابل مراکز فروش وجود ندارد. مهمترین مسئله در این میان ایجاد تغییرات اساسی در نحوه فعالیت برندهاست. بازاریابی آنلاین در طول ماه‌های اخیر رونق بسیار زیادی داشته است. شاید در نگاه نخست بازاریابی آنلاین بسیاری از مشکلات برندها را حل و فصل نماید، اما تردیدهای بسیار زیادی نیز در مورد افزایش حجم رقابت در این زمینه وجود دارد.

جمعه سیاه ۲۰۲۰ تحت هر شرایطی دنبال خواهد شد. نکته مهم در این میان کسب آمادگی برای حضور موفق در این مناسبت است. در ادامه برخی از پیش‌بینی‌های مهم و کاربردی در این زمینه مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

عملکرد بهتر برندهای حاضر در عرصه آنلاین نسبت به رقبا

سال ۲۰۱۹ هنوز مسئله شیوع کرونا مطرح نبود، اما در همان سال نیز بازاریابی آنلاین در میان برندها نوعی ترند محبوب بود. نزدیک به ۳۵ درصد از کل فروش‌های جمعه سیاه در سال گذشته از طریق ثبت سفارش آنلاین صورت گرفته است. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. امسال در حدود ۹۰ درصد از فروش‌های مربوط به جمعه سیاه باید از طریق سایت‌های مختلف صورت گیرد بنابراین دیگر برندها با بازاریابی آنلاین به مثابه یک گزینه در دسترس مواجه نیستند. هر کسب و کاری باید از بازاریابی آنلاین برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده نماید. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی پیش روی آن قرار خواهد گرفت.

بسیاری از برندهای دارای اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی، سایت رسمی به روز و همچنین کمپین‌های بازاریابی ایمیلی باثبات هستند. این امر جلوه آنلاین آنها را بسیار مطلوب می‌سازد. اگر یک کسب و کار تمایلی برای حضور در فضای آنلاین نداشته باشد، بدون تردید در سال جاری با شکست قابل ملاحظه‌ای مواجه خواهد شد. بسیاری از برندها در زمان شیوع کرونا بازنگری اساسی در نحوه بازاریابی‌شان انجام داده‌اند بنابراین اگر کسب و کار شما هنوز نسبت به بازنگری در زمینه بازاریابی آنلاین تردید دارد، باید هرچه سریع‌تر اقدام به بازنگری در استراتژی‌هایش نماید. در غیر این صورت تنها فرصت‌اش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و فروش مناسب در سال ۲۰۲۰ را از دست خواهد داد.

ادامه استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی برای شناخت محصولات

شناخت درست محصولات اهمیت بسیار زیادی برای مشتریان دارد. بدون تردید هیچ‌کس با شناخت اندک از محصولات اقدام به خرید نمی‌کند. کسب و کارهای مختلف برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف باید برنامه دقیقی داشته باشند. یکی از نکات مهم در این میان معرفی محصولات مختلف برند برای مشتریان است. این استراتژی باید دست‌کم ۲ هفته پیش از شروع جمعه سیاه آغاز شود. در غیر این صورت زمان کافی برای معرفی تمام محصولات برند وجود نخواهد داشت.

امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با رقابت بسیار فزاینده‌ای مواجه هستند. این امر نیاز به همکاری با برخی از بازاریاب‌های حرفه‌ای را پیش می‌کشد. اگر کسب و کارها نسبت به استفاده از اطلاعات دقیق در مورد تجربیات برندهای دیگر در سال گذشته بی‌توجهی نمایند، به احتمال زیادی همان اشتباهات را تکرار خواهند کرد.

خوشبختانه موسسه‌های بسیار زیادی در زمینه ارائه اطلاعات بازاریابی مربوط به جمعه سیاه فعالیت دارند. یکی از بهترین گزینه‌ها در این میان استفاده از سرویس گوگل بیزینس است. این سرویس به طور انحصاری برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به برندها اطلاعات مفید ارائه می‌کند. نکته جالب اینکه استفاده از خدمات این سرویس کاملا رایگان است.

سرمایه‌گذاری بر روی شبکه‌های اجتماعی باید به طور دقیق صورت گیرد. بسیاری از برندها نیاز به حضور در پلتفرم‌های اجتماعی تازه ندارند. اشتباه بسیاری از برندها تلاش برای حضور در پلتفرم‌های اجتماعی تازه درست چند روز پیش از شروع جمعه سیاه است. هرگونه برنامه نیازمند ایجاد تحول اساسی در فعالیت برند باید دست‌کم ۶ ماه قبل از جمعه سیاه پیگیری شود. در غیر این صورت تاثیرگذاری مناسب را به همراه نخواهد داشت.

خرید آنلاین مشتریان در جمعه سیاه ۲۰۲۰

امسال اغلب خریدهای مربوط به جمعه سیاه به صورت آنلاین صورت خواهد گرفت. بسیاری از برندها نسبت به این نکته تردیدهای جدی اظهار داشته‌اند. دلیل این تردیدها ورود حجم قابل ملاحظه‌ای از برندها به عرصه فروش آنلاین در سال جاری است. با این حساب رقابت برای جلب نظر مخاطب هدف بیش از اندازه دشوار خواهد بود.

بدون شک جمعه سیاه حتی در شرایط کرونایی نیز جذابیت‌های خاصی برای برندها دارد. نکته مهم در این میان ضرورت توجه بیشتر برندها به وضعیت آنلاین‌شان است. خرده‌فروشی‌های حضوری در این میان بیشترین تغییر را مشاهده خواهند کرد. دلیل این امر عدم آشنایی اغلب آنها با قواعد بازاریابی و فروش آنلاین است.

اهمیت محصولات اساسی برای مشتریان

با توجه به تاثیر اقتصادی کرونا بر روی وضعیت کشورهای مختلف بسیاری از برندها سودهای بسیار کمتری در مقایسه با سال‌های گذشته کسب کرده‌اند. این امر در مورد جمعه سیاه نیز ادامه خواهد داشت. محبوب‌ترین برندها در جمعه سیاه در حوزه خوراک و ملزومات اساسی خواهد بود. مشتریان برای تامین این دست از محصولات تمایل به پرداخت هزینه بالاتری نشان می‌دهند بنابراین برندهای فعال در این عرصه جمعه سیاه بسیار شلوغی را پشت سر خواهند گذاشت.

سال ۲۰۲۰ از نظر اقتصادی بی‌ثباتی‌های بسیار زیادی به همراه داشته است. بسیاری از برندها در این میان ورشکسته یا از کار افتاده‌اند. جمعه سیاه بازه زمانی مهمی برای بازاریابی استراتژی از دست رفته فروش برندها محسوب می‌شود. این امر در صورت سرمایه‌گذاری مناسب برندها پایانی خوش برای سالی پر از اتفاقات ناگوار رقم خواهد زد.

منبع: blog.hubspot.com

ایستگاه بازاریابی

نگاهی به کمپین بازاریابی شاترفلای برای کریسمس

سال کرونایی در قاب بازاریابی شاترفلای

به قلم: تاتیانا واک موریس کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

برند شاترفلای در زمینه خدمات عکاسی و عرضه محصولات مرتبط فعالیت دارد. عمده شهرت این برند به دلیل بارگذاری ویدئوهای آموزشی عکاسی و نحوه استفاده از ابزارهای جانبی در این عرصه است. امسال تیم بازاریابی شاترفلای تصمیم به نگاهی جالب به سالی پر از غافلگیری دارد. بسیاری از برندها در تلاش برای پیروزی در کریسمس و فروش بیشتر به دنبال ایده‌های جذاب بازاریابی هستند. تیم بازاریابی شاترفلای به خوبی از عدم تاثیرگذاری شیوه‌های قدیمی در شرایط کنونی آگاهی دارد بنابراین راهکاری متفاوت را در پیش گرفته است.

بسیاری از مردم در طول ماه‌های ابتدایی کرونا بسیاری از فعالیت‌های متفاوت مانند پخت نان و کوتاه کردن موهای سر را در خانه انجام می‌دادند. این امر خاطرات متنوعی برای افراد در نقاط مختلف جهان ثبت کرده است. بسیاری از مردم خاطرات موردنظر را در قالب تصاویر و ویدئوهای مختلف ثبت کرده‌اند. نکته جالب اینکه بسیاری از محتوای بصری موردنظر در شبکه‌های اجتماعی انتشار یافته است. امسال شاترفلای در عین حفظ نگاه مثبت‌اش نسبت به رویدادهای جهانی نوعی طنز سیاه را نیز در کمپین بازاریابی‌اش لحاظ کرده است. بدون تردید رویدادهای مختلف در سال جاری امکان پرداختن همراه با طنز خالص به ماجرای کرونا را امکان‌ناپذیر کرده است. بر این اساس شاید کمپین امسال شاترفلای حال و هوای سال‌های قبل را نداشته باشد.

امسال تمرکز اصلی بازاریابی شاترفلای بر روی کاربران علاقه‌مند به ارسال کارت‌پستال از طریق سرویس آنلاین برندشان است. بر این اساس شاترفلای در ماه‌های گذشته به دلیل افزایش نرخ ابتلا به کرونا اقدام به رونمایی از سرویس آنلاین ارسال کارت‌پستالش کرد. این امر با هدف کاهش رفت و آمدهای حضوری در میان افراد و همچنین بازنمایی نسبی حال و هوای عادی سال نو صورت گرفته است. بدون تردید کریسمس امسال برای تمام مردم دشوار خواهد بود. نکته مهم در این میان توجه به وضعیت کسب و کارهای مختلف و مردم در سراسر دنیاست. کاهش نرخ ابتلا به کرونا برای تمان مردم اهمیت دارد بنابراین شاترفلای در سال نو میلادی هدفی متفاوت از سال‌های قبل دارد.

بدون تردید نسل جوان در طول ماه‌های اخیر آسیب بسیار زیادی از شیوع کرونا دیده است. بسیاری از دانشجویان ترم‌های آنلاین را سپری می‌کنند. همچنین شمار قابل توجهی از آنها در طول دوران قرنطینه و دورکاری تفریح‌های آنلاین تازه‌ای پیدا کرده‌اند. شاترفلای در بخشی از کمپین سال نو برندش در تلاش برای بازنمایی این دوران براساس مجموعه‌ای از عکس‌های آماتور است. بر این اساس دعوت‌های سراسری از کاربران در سراسر دنیا برای ارسال تصاویر مربوط به دوران قرنطینه صورت گرفته است. این امر نقش مهمی در بازنمایی دوران کرونایی در قاب تصاویر دارد بنابراین به طور غیرمستقیم تبلیغ جذابی برای خدمات و محصولات شاترفلای نیز صورت خواهد گرفت. این نکته نقش مهمی در جلب نظر مشتریان نسل جوان خواهد داشت.

منبع: marketingdive.com

کمپین بازاریابی رنگارنگ سامسونگ با همکاری Etsy

به قلم: اولیویا پیرس کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

شرکت سامسونگ در تازه‌ترین همکاری‌اش با خرده‌فروشی آنلاین Etsy اقدام به رونمایی از برخی محصولات تازه‌اش به شیوه‌ای متفاوت کرده است. این برند در بخش هنری فروشگاه‌اش اقدام به عرضه ۲۵ اثر نقاشی تازه و ترکیبی کرده است. این امر با توجه به محدودیت‌های سفر در اغلب کشورها با هدف نمایش زیبایی‌های طبیعت در منازل پیگیری شده است. نکته جالب در این میان همکاری با هنرمندان فعال در Etsy است. این خرده‌فروشی در زمینه عرضه محصولات دست‌ساز و آثار هنری فعالیت دارد. با این حساب همکاری میان سامسونگ و Etsy جذابیت‌های بسیار زیادی برای علاقه‌مندان به عرصه فناوری‌های دیجیتال و محصولات دست‌ساز دارد.

امروزه بسیاری از برندهای بزرگ تجاری برای رونمایی از تلویزیون‌های جدیدشان بر روی وضوح تصویر تاکید دارند. سامسونگ نیز در این میان به شیوه‌ای متفاوت بر روی وضوح تصاویر محصولات تازه‌اش تاکید کرده است. بر این اساس آثار نقاشی برتر در خرده‌فروشی Etsy گلچین شده و در رونمایی از تلویزیون‌های تازه سامسونگ به طور گسترده‌ای مورد استفاده قرار گرفته است.

امروزه اغلب تلویزیون‌ها به صورت هوشمند عرضه می‌شود. این امر به معنای وجود صفحه پس‌زمینه برای تلویزیون‌هاست. سامسونگ در این زمینه از مزیت همکاری با Etsy نهایت بهره را برده است. بر این اساس ۲۵ نقاشی تازه هنرمندان طرف قرارداد Etsy به عنوان تصاویر پس‌زمینه پیش‌فرض تلویزیون‌های جدید سامسونگ مورد استفاده قرار گرفته است.

نمایش تصاویر 4K یکی از ویژگی‌های برتر تلویزیون‌های نسل جدید است. اغلب مشتریان برای درک تفاوت میان کیفیت و وضوح تصاویر 4K نیاز به نمونه‌های واقعی دارند. در این میان سامسونگ از نقاشی‌های حرفه‌ای برای نمایش تفاوت موردنظر استفاده کرده است. این امر اهمیت بسیار زیادی در بازاریابی محصولات این شرکت خواهد داشت. با این حساب سامسونگ با دست پر به سراغ کریسمس امسال آمده است.

منبع: brandingforum.org

رهبری

چگونه تیم موفقی داشته باشیم

به قلم: آنجلا هاوسمن کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

در اختیار داشتن تیمی موفق یکی از الزامات پیشرفت هر شرکتی خواهد بود. در این راســتا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این اســت که چنین تیمی خود به خود تشکیل نخواهد شد و لازم اســت تا به عنوان مدیر شــرکت، اقدام به ســاختن بــازوی اجرای نمایید. این موضوع اگرچه ممکن است در ظاهر بیش از حد سخت به نظر برســد، با این حال واقعیت این است که ابدا این‌چنین نبوده و تنها کافی اســت که به ۵ اصلی که در ادامه بررسی خواهیم کرد، توجه داشته باشید.

۱-استعدادها را پیدا کنید

بدون شــک اســتعداد مهم‌تر از توانایی است، با این حال بسیاری از مدیران به دنبال افراد توانا هســتند. نکته‌ای که باید به آن توجه داشــته باشید این است که افراد توانا، معمولا سن پایینی نداشته و بســتن قرارداد با آنها نیز پرهزینه خواهد بود. همچنین این دســته از افــراد در نقطه پایانی مهارت‌های خود قرار داشــته و نمی‌توانید انتظار پیشرفت را داشته باشید، با این حال جوانان بااستعداد، آینده شــرکت را تضمین خواهند کرد. در این رابطه توصیه می‌شــود که از ترکیبی از افراد بااســتعداد و توانا اســتفاده نمایید. این امر باعث خواهد شد تا در شرایط حال حاضر نیز روند رو به رشد شما متوقف نشود، با این حال سوال مهمی که مطرح است این است که چگونه اســتعدادها را پیدا کنیم. در این رابطه ابتدا باید به روند استخدامی خود توجه داشــته باشید. در این راســتا مهمترین ویژگی یک فرد بااستعداد، علاقه او خواهد بود. درواقع این موضوع باعث خواهد شد تا یک کارمند، به صورت مداوم به دنبال یادگیری باشــد. تحت این شرایط پس از مدتی شما مجموعه‌ای از افراد کاملا توانا و ستاره‌های حوزه کاری خود را در اختیار خواهید داشــت. در کنار این موضوع نکته‌ای که باید به آن توجه داشــته باشید این است که افراد جوان، توقعات به مراتب کمتری داشــته و آمارها بیانگر آن است که تمایل این دسته از کارمندان برای حضور طولانی مدت در شرکت، بیشتر اســت. یکی از دلایل این موضوع به خاطر این اســت که کارمندان جوان، در محل کار شما پیشرفت کرده و این موضوع باعث می‌شود تا وابستگی شکل گیرد.

۲-برنامه‌ای برای رشد مداوم داشته باشید

نمی‌توان انتظار داشــت کــه کارمندان بخشــی از حقوق خود را صرف پیشــرفت خود نمایند. به همین خاطر لازم اســت تا شما در این زمینه برنامه‌ریزی نمایید. خوشبختانه روش‌های آموزشی بسیار متنوع شــده اســت. برای مثال دوره‌های آنلاین، یکی از این موارد محسوب می‌شود که همواره تخفیف‌های ویژه‌ای برای برندها لحاظ می‌کنند. در نهایت فراموش نکنید که شما باید کارمندان خود را به صورت مداوم مورد ارزیابی قرار دهید. بدون شــک افرادی که روند رشــد خوبی ندارند، لازم اســت که کنار گذاشته شوند. در غیر این صورت آن رفتار آنها ممکن است به سایر کارمندان نیز سرایت کند.

۳-تفاوت‌ها و نیاز به استقلال کاری را فراموش نکنید

در ابتــدا نکته‌ای که باید به آن توجه داشــته باشــید این اســت که کارمندان شــما از افراد مختلفی شکل گرفته‌اند که تفاوت‌هایی بــا یکدیگر داشــته و این موضوع باعث خواهد شــد تــا در صورت رویکردی واحد، نتایج بسیار بدی را به دست آورید. به همین خاطر ضروری اســت تا ارتباط خــود را با کارمندان بیشــتر کرده و برای هر یک از آنها، برنامه‌ریزی متفاوتی را داشــته باشــید. بدون شــک این سیاســت باعث خواهد شد تا مقایسه کارمندان نیز حذف شود. در این راســتا اقدام مهم دیگری که باید انجام دهید این اســت که هیــچ‌گاه به دنبال زیر ذره‌بین قرار دادن کارمندان خود نســبت به نحوه انجام کارها نباشــید. درواقع پیگیری مداوم رشــد آنها اگرچه مهــم بوده با این حال این موضوع تنها باید براســاس اعداد باشــد. درواقع شــما نباید هیــچ‌گاه کارمندان را مجبور بــه گزارش روزانه نمایید. در این رابطه اگر یک کارمند بازده موردنظر شــما را ندارد، در این مرحله می‌توانید برای رفع مشکل، با وی صحبت کرده و در صورت نیاز، راهکارهایی را ارائه دهید. نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه داشــته باشید این است که هر کارمندی برای احساس رضایت از کار خود و شکوفایی، به آزادی عمل کافی نیاز دارد.

۴-بمب انگیزشی باشید

این نکته را هرگز فراموش نکنید که شــما مهمترین فرد شــرکت محســوب شــده و اقدامات شــما بالاترین تاثیر را خواهد داشــت. تحت این شــرایط حتی یک سخنرانی کوچک نیز می‌تواند تاثیرات فوق‌العاده‌ای در روحیه کارمندان شــما داشته باشد. با این حال این امر به معنای محدودکردن خود به ســخنرانی نبوده و لازم است تا برنامه‌ای دقیق و متنوع برای ارتقای روحیه کارمندان خود داشــته باشید. این موضوع کمک خواهد کرد تا انگیزه کارمندان همواره در سطح موردنیاز باشد.

۵-حمایتگر باشید

در نهایت نکته‌ای که باید به آن توجه داشــته باشید این است که تیم شرکت به مدیری حمایتگر و نه منتقد نیاز دارد. به همین خاطر لازم است تا به نحوی رفتار نمایید که افراد دلیلی برای پنهان‌کاری نداشته باشند. این موضوع کمک خواهد کرد تا هر مشکلی، قبل از تبدیل شدن به یک فاجعه برطرف شود.

منبع: business۲community.com

طرح بازاریابی «معرف سیم‌کارت اعتباری» همراه اول زیر ذره‌بین «فرصت امروز»

شارژی وقتی دوستت شارژه!

به قلم: برایان کلارک کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

شــیوه‌های بازاریابی در طول ســالیان گذشــته به صورت گسترده‌ای پیشــرفت کرده‌اند و حتی برخــی هم‌اکنون از «علم بازاریابیم ســخن می‌گوینــد، اما با اینکه ســرعت تحــولات امروزی و تحولات شــگرف دیجیتالی، شــیوه‌های بازاریابی را عمیقا تغییر داده اســت، اما برخی از اصول اولیــه و پایه‌ای همچنان پابرجا هســتند. از جمله این اصول آن اســت که افراد حرف دوســتان و آشنایان خودشــان را بسیار بیشتر از آنچه خود شرکت‌ها درباره خدمات‌شان می‌گویند قبول دارند. این اصل با تغییر ابزارهای بازاریابی طی سال‌های گذشته تغییری نکرده است.

اســتفاده از تک تک افراد و مشــتریان یک برند به عنوان بازاریاب، از دیرباز مورد توجه شــرکت‌های بزرگ و کوچک در دنیا بوده اســت. در این شیوه به صورت ساده شرکت‌ها سعی می‌کنند با ارائه امتیازی ویژه برای مشــتریان خودشان، آنها را تشــویق کنند تا کالا و خدمات‌شان را بــه دیگران توصیه کنند؛ زیرا هیچ تبلیغ و یــا طرح بازاریابی نمی‌تواند به قدرت نفوذ کلام یک دوســت در دوستی دیگر باشد. ارتباط عاطفی و اعتماد میان دو فرد آشــنا بی‌نهایت قدرتمند است. به این ترتیب هر فــرد بدون آنکه خودش بداند برای کســب امتیاز در نظر گرفته شــده بــه بازاریاب شــرکت تبدیل می‌شــود. همین موضوع موجب می‌شــود که مدیران بازاریابی شــرکت‌ها همواره بــه طرح‌های اینچنینی اهمیت ویژه‌ای بدهند.

برخــی اوقات شــرکت‌ها در قالب یک باشــگاه مشــتریان کــه افراد می‌توانند به اشــکال مختلف از جمله خرید بیشــتر، کامنت‌گذاری و ... امتیاز جمع کنند، برای معرفی کالا و خدمات به دوســتان امتیازاتی در نظر می‌گیرند و گاهی اوقات نیز به صورت مســتقیم معرفی شــرکت به شــخص دیگری، مزایای مشخص و روشــنی برای فرد معرفی‌کننده به همــراه دارد. هر کدام از این روش‌ها معایــب و مزایای خود را دارند اما بدیهی است که هر چقدر کســب امتیاز مربوطه برای مشتری راحت‌تر و البته پرمنفعت‌تر باشــد بازخورد آن بیشــتر خواهد بود. اگر سیســتم مربوطه به گونه‌ای باشــد که این تشــویق و ترغیب دیگران مســتمر و مداوم باشد به طرز چشــمگیری اثر آن بیشتر خواهد بود. بدیهی است برای این موضوع منفعت یا امتیاز در نظر گرفته شــده برای مشــتری-بازاریاب مربوطه نیز باید مداوم باشد.

یک نمونــه جالب ایرانی در این خصوص، طرح جدیــد همراه اول برای معرفی سیم‌کارت اعتباری خودش به دیگران است. در این طرح، همراه اول مشتریان خودش را تشویق می‌کند که سیم‌کارت اعتباری همراه اول را به دیگران معرفی کنند و به هر میزان که آنها در طول یک ســال سیم‌کارت خودشــان را شــارژ کنند معادل ۱۰ درصد آن را به عنوان اعتبار به دست بیاورنــد. نکته جالب همانطور که گفتیم انگیزه‌ای اســت که افراد خواهند داشت تا به صورت مداوم فرد مورد بازاریابی خودش را برای استفاده بیشتر تشویق کند زیرا منفعت او در بیشتر مصرف کردن طرف مقابل است. به این ترتیب در این طرح همه برنده خواهند بود. معمولا در طرح‌هایی که منافع همه به صورت مشخص تامین می‌شود، موفقیت بسیار بیشتر است. در ادامه با هم جزییات این طرح را مرور می‌کنیم.

جزییات معرفی سیم‌کارت اعتباری همراه اول

در این طرح، با معرفی سیم‌کارت اعتباری به دوستان، تا یک سال ۱۰ درصد از مبلغ شارژشان را از همراه اول هدیه بگیرید.

مشترکان جدید ســیم‌کارت‌های اعتباری همراه اول (تا ۳۰ روز پس از فعال‌ســازی یا ترابرد به همراه اول) می‌توانند شــماره یک مشــترک اعتباری همراه اولی که به آنها پیشنهاد همراه اولی شدن را داده است، از طریق شــماره‌گیری کد دستوری #3411*10* به عنوان معرف ثبت نمایند و تا یک سال پس از هر اعمال شارژ توسط ایشان، از طرف همراه اول به میزان ۱۰ درصد مبلغ شارژ به معرف هدیه داده خواهد شد.

درگاه ارتباطی:

فعالیت	درگاه کد دستوری
ثبت معرف	#3411*10*
حذف معرف	#3415*10*
استعلام	#3410*10*
راهنما	#3419*10*

شرایط و قوانین طرح:

- مهلت زمان استفاده از اعتبار هدیه ۱ ماه می‌باشد.
- هر مشــترک تنها می‌تواند یک نفر را بــه عنوان معرف اعلام نماید و امــکان تغییر معرف و یا اعلام معرف جدید وجود ندارد، امکان حذف معرف برای مشترک وجود دارد.
- تا ۱ سال به ازای هر افزایش اعتبار توسط مشترک جدید به مقدار ۱۰ درصد اعتبار به معرف او هدیه داده می‌شود و پیامک محتوی هدیه پس از هر تراکنش به معرف ارسال می‌گردد.
- اعتبار هدیه مخصوص مکالمه داخل شبکه همراه اول، پیامک، دیتا و همچنین خرید بسته‌های داخل شبکه و دیتا می‌باشد و خدمات خارج شبکه، رومینگ، ارزش افزوده، بین‌الملل و ... شامل این اعتبار نمی‌شود.
- امکان انتقال اعتبار هدیه این طرح وجود ندارد.
- پــس از تغییر نام، تخلیه و یا ترابرد به ســایر اپراتورها توســط هر کدام از شــماره‌های معرفی‌شونده یا معرفی‌کننده رابطه معرفی‌کننده و معرفی‌شونده بین این دو مشترک تمام می‌شود.
- یک ســال پس از فعال‌ســازی طرح معرف، اعتبار زمانی طرح برای هر دو شماره خاتمه یافته و رابطه معرفی‌کننده و معرفی‌شونده بین این دو مشترک تمام می‌شود.
-پس از حذف دستی شماره معرفی‌شونده توسط مشترک معرفی‌کننده، رابطه معرفی‌کننده و معرفی‌شونده بین این دو مشترک تمام می‌شود.

چگونه فروش تلفنی اثربخشی داشته باشیم؟

مترجــم: اکرم دیانی: فــروش محصول، ارتباط کاملــی با طرز فکر شــما دارد. به همین دلیل است که پس از تمرین مجموعه مهارت‌های موردنیاز برای فروش یک محصول طرز فکرتان را در مورد فروش تلفنی تغییر می‌دهید.

بــه جای اینکه به جنبه فنی فروش محصــول بپردازم در این مطلب می‌خواهــم در مورد آنچه باید در ذهن شــما هنگام فروش تلفنی اتفاق بیفتد، صحبت کنم. به من اعتماد کنید و موارد زیر را اجرا کنید. بدون شک درآمد بیشتری کسب خواهید کرد.

طرز تفکر ۱: فروش محصول، مصاحبه شغلی نیست:

بســیاری از ما پس از یک دوره کارمندی برای سایر شرکت‌ها تصمیم می‌گیریــم کســب و کار خودمــان را راه بیندازیــم و کارآفرینی کنیم. همچنان تمایل داریم پای رفتارها و طرز تفکرات کارمندی را به دنیای کارآفرینی و کســب و کار خود نیز باز کنیم. به عنوان مثال بســیاری از صاحبان کســب و کار هنگام فروش تلفنی به گونه‌ای با مشتری ارتباط برقرار می‌کنند که گویی در حال برگزاری یک مصاحبه کاری هســتند. آنها با مشــتری مصاحبه می‌کنند تا ببیند گزینه مناســبی برای خرید محصول آنها هست یا خیر.

متاســفانه مصداق چنین رفتارهایی در میان صاحبان کسب و کارها اپیدمی شــده و «فروش» تنها بخش کســب و کار نیســت که از اثرات منفی چنین اقداماتی آسیب می‌بینند.

طرز تفکر ۲: واقعیت‌ها را بیان کنید:

مشکل بسیاری از صاحبان کسب و کارها در تماس تلفنی با مشتری این اســت که راحت نیســتند در مورد خود و کسب و کارشان صحبت کنند و عدم تبلیغات مناسب هم منجر به کاهش درآمدزایی می‌شود.

بــه همین دلیل اســت که بســیاری از صاحبان کســب و کارها باید ذهنیــت خود را در مورد فروش و ارتقای شــخصی تغییر دهند. در غیر این صــورت تنها تعداد محدودی از افراد متوجه می‌شــوند که راه حل مشکل‌شــان در دســت آن کسب و کار است. شــما صرفا در حال ارائه واقعیت‌ها هســتید و نه چیز دیگری و اگر کسی با این ذهنیت مشکلی داشته باشد، دیگر مشتری ایده‌آل شما نخواهد بود.

طرز تفکر ۳: فقط باید با کارکنان مناسب با کسب و کارتان کار کنید:

من تماس‌های مشــاوره‌ای زیادی داشــته‌ام که به مــن می‌گویند ما یک دهه سعی داشــتیم کسب و کار «تهیه غذا» راه‌اندازی کنیم اما به جایی نرســیدیم. چون درآمد کافی کسب نمی‌کنیم و وقتی به مشتری می‌رسیم آنها دغدغه‌ها و دردسرهای زیادی دارند.

نکته‌ای که صاحبان کســب و کار برای فروش تلفنی بهتر باید بدانند این اســت کــه فقط باید با کارکنان متخصص و متناســب با کســب و کارشــان کار کنند. این امر ممکن است بدان معنا باشد که شما فقط با پنج کارمند کار کنید، اما با همین تعداد درآمدزایی خوبی داشته باشید. دلیل اینکه این امر منجر به فروش بهتر می‌شــود این است که هرچه تخصص بیشــتری داشته باشید افراد بیشــتری می‌خواهند با شما کار کنند.

تیم شما باید در حرفه خود به قدری مهارت داشته و متخصص باشند که مشــتری حاضر باشــد این تخصص و مهارت را از شما بخرد و بابت آن پول پرداخت کند.

طرز تفکر ۴: وقت شما ارزشمند است، پس شروع کنید:

چیزی که متوجه شــدم این اســت که افراد واقعا نیاز به پول را درک می‌کنند. همچنین میدانند که وقت‌شــان چقدر ارزشــمند است چون نمی‌تــوان زمان را بــه عقب برگردانــد. از این رو اعضای تیم همیشــه می‌توانند با زمانی که در اختیار دارند پول بیشتری به دست آورند.

با درک این مطلب که وقت شــما به عنوان کارمند یا صاحب کســب و کار، ارزشمند اســت، می‌توانید تماس‌های تلفنی بهتری برای فروش محصــولات خود برقرار کنید. همچنین اعتمــاد به نفس پیدا می‌کنید. سراغ اصل مطلب می‌روید و تحمل کمتری در برابر رفتارهای نامناسب و غیرمنطقی در کسب و کارتان دارید.

سخن پایانی

در واقع کیفیت برقراری تماس تلفنی برای فروش بهتر محصولات، به اعتماد به نفس شــما برمی‌گردد و کسب اعتماد به نفس، نیازمند تغییر ذهنیت و تفکر شما در طول مسیر کسب و کار است.

منبع: due.com/modirinfo

اخبار

با حضور معاون هماهنگ کننده نیروی انتظامی کشور صورت گرفت؛

افتتاح ساختمان جدید و محل استقرار پلیس راهور، فتا و وظیفه عمومی شهرستان البرز

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شـــهرداری الوند؛ همزمان با هفته گرامیداشت نیروی انتظامی، ساختمان جدید و محل استقرار پلیس راهور، فتا و وظیفه عمومی شهرستان البرز اهدایی از سوی شورا و شهرداری الوند با حضور ســـردار نوری نژاد معاون هماهنگ کننده نیروی انتظامی کشور، سردار حاجیان فرمانده انتظامی استان قزوین، حجت الاسلام محمدزاده دادستان شهرستان البرز، مهندس نصیری فرماندار شهرستان البرز، سرهنگ منصوری فرمانده انتظامی شهرستان البرز، مهندس سهراب ذاکری رئیس شورا، دکتر روح الله احمدزاده کرمانی شهردار الوند و رئیس هیات مدیره شرکت شهر صنعتی البرز و جمعی از مسئولان استانی و شهرستانی برگزار گردید. سردار نوری نژاد معاون هماهنگ کننده ناجا در این مراسم ضمن تقدیر از همراهی و تعامل دستگاه ها به ویژه شورا و شهرداری الوند با مجموعه نیروی انتظامی، ابراز امیدواری کرد در سایه همدلی و هماهنگی بیشتر، شاهد رقم خوردن اتفاقات ارزشمندی در این حوزه مهم خدمت رسانی به مردم باشیم.

وصول مطالبات سنوات گذشته شهرداری الوند

با پیگیری رئیس شورا و شهردار الوند و همراهی مدیریت شرکت نیرومحرکه وصول مطالبات سنوات گذشته شهرداری الوند صورت گرفت. به گزارش روابط عمومی شهرداری الوند؛ در جلسه ای که با حضور دکتر روح الله احمدزاده کرمانی شهردار الوند و رئیس هیات مدیره شرکت شهر صنعتی البرز، مهندس سهراب ذاکری رئیس شورای اسلامی شهر الوند، مدیرعامل و اعضای هیات مدیره شرکت نیرومحرکه و جمعی از مدیران طرفین برگزار شد، مساله وصول مطالبات شهرداری الوند از شرکت نیرومحرکه که از سنوات گذشته برجای مانده بود مورد بحث و بررسی و نهایتا به توافقات لازم رسید .در این جلسه که با پیگیری های رئیس شورا و شهردار الوند برپا شده بود، با التفات به جدیت مجموعه مدیریت شهری بر حمایت از فعالیت واحدهای تولیدی، مساعدت صورت گرفت و شرکت نیرومحرکه نیز متعهد گردید در اسرع وقت نسبت به اجرای این توافق اقدام عملیاتی داشته باشد.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری :

سهمیه نفت سفید خانوارهای فاقد گاز طبیعی در کارت بانکی شارژ شد

ساری – دهقان: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : برای هر خانوار ۵۰۰ لیتر نفت سفید در نظر گرفته شده است که در کارت بانکی معرفی شده مشتریان شارژ می شود و تا تاریخ ۹۹/۱۰/۱۵ اعتبار دارد . به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری از اجرای طرح عرضه سوخت به خانوارهای نفت سفید سوز از طریق زیر ساخت بانکی از تاریخ ۹۹/۳/۳ گفت و بیان کرد : سهمیه خانوارهای یک و دو نفره ۵۰۰ لیتر ، سه و چهار نفره ۵۰۰ لیتر ، پنج و شش نفره ۵۰۰ لیتر و هفت نفره به بالا نیز ۵۰۰ لیترمی باشد . مدیر منطقه ساری اعتبار این دوره از توزیع سوخت نفت سفید را از تاریخ ۹۹/۸/۲۲ تا ۹۹/۱۰/۱۵ اعلام کرد و ادامه داد : عرضه نفت سفید به صورت الکترونیکی با شارژ سهمیه در کارت بانکی معرفی شده از سوی مشتریان انجام می شود . وی افزود : مصرف کنندگان نفت سفید سوز فاقد گاز طبیعی که در مناطق سردسیر ساکن هستند در زمان ثبت درخواست در سامانه سدف (سامانه درخواست فرآورده های نفتی) شماره کارت بانکی خود را ثبت نموده و یا در دست داشتن کارت بانکی به فروشندگی های عرضه سوخت محل سکونت خود مراجعه و نسبت به دریافت مقدار سوخت تعیین شده اقدام نمایند . مدیر منطقه ساری از شهروندان خواست تا شکایات و پیشنهادات خود را با شماره تلفن های ۳۳۲۷۰۱۳۸ و ۳۳۲۷۰۱۴۰ منطقه ساری و شماره ۰۹۶۲۷ شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران اطلاع دهند تا رسیدگی شود .

جلسه ویدئو کنفرانس گرامیداشت هفته پدافند غیر عامل با حضور معاونین بنیاد مسکن استان گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به مناسبت گرامیداشت و نکوداشت هفته پدافند غیرعامل، نشست تخصصی پدافند غیرعامل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی در سطح ملی بصورت مجازی از طریق سامانه ویدئو کنفرانس با حضور مهندس مهدیان معاون بازسازی و مسکن روستایی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی کشور و مدیران کل دفتر مرکزی و همچنین در اداره کل بنیادمسکن استان گلستان نیز با حضور معاونین پشتیبانی ، عمران روستایی و معاون بازسازی و مسکن روستایی و مسکن شهری با رعایت شیوه ها و دستورالعمل های بهداشتی در محل سالن جلسات اداره کل برگزار گردید.گفتنی است در این جلسه با توجه تهدیدات و اهمیت پیش بینی و توجه به مباحث پدافند غیر عامل در کلیه فعالیت های بنیاد مسکن ، با محوریت های ماهیت شناسی بحران های پیش رو از منظر پدافند غیر عامل، ملاحظات پدافند سایبری در سامانه ها و سیستم های نرم افزاری بنیاد مسکن انقلاب اسلامی ،پدافند غیر عامل در مجتمع های مسکونی شهری و الزامات پدافند غیر عامل در تهیه طرح های هادی روستایی برگزار گردید.

حوادث غیرمترقبه امسال به هزار خانه روستایی در گلستان خسارت زد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی گلستان گفت: از ابتدای امسال تاکنون براثر وقوع حوادث قهری و غیرمترقبه حدود هزار خانه در این استان دچار خسارت شد.سیدمحمد حسینی در جمع مسوولان دستگاههای اجرایی گلستان با تشریح اقدامات بنیاد مسکن و پیگیری بازسازی خانه‌های روستایی اظهار داشت: بنیاد مسکن برای بازسازی خانه هایی روستایی منتظر تامین اعتبار نماند و با استفاده از منابع داخلی در کوتاه ترین زمان ممکن کار ساخت و ساز ۱۰ هزار واحد آسیب دیده را آغاز کرد. وی گفت: سال گذشته نیز مقاوم سازی ۱۱ هزار خانه روستایی استان انجام شد و در مجموع سرعت بازسازی در حدی خوب است که سال گذشته جزو استان‌های پیشرو در ساخت مسکن سیل‌زدگان معرفی شدیم.بازسازی و نوسازی مناطق مسکونی روستایی آسیب دیده در اثر سیل، زلزله و سایر سوانح طبیعی از جمله مسوولیت های بنیاد مسکن انقلاب اسلامی است.مدیرکل بنیاد مسکن گلستان همچنین گفت: در بیش از ۶۰۰ روســـتای اســـتان طرح هادی روستایی انجام شده یا در دست اقدام است همچنین بیش از ۹۸ هزار جلد سند مالکیت در روستاها و شهرها با کمک اداره ثبت اسناد و املاک صادر و تحویل مردم شده است.طرح هادی روستایی با اهدافی از جمله ایجاد زمینه توسعه و عمران روستاها با توجه به شرایط فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، تامین عادلانه امکانات از طریق ایجاد تسهیلات اجتماعی، تولیدی، رفاهی، هدایت وضعیت فیزیکی روستا و بهبود مسکن روستائیان و خدمات محیط زیستی و عمومی توسط بنیاد مسکن انقلاب اسلامی اجرا می شود.تجدید حیات و هدایت روستاها از ابعاد کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از جمله اهداف مورد نظر در طرح هادی روستایی است.طبق گزارش بنیاد مسکن انقلاب اسلامی گلستان ۹۳۶ روستای بالای ۲۰ خانوار این استان دارای طرح هادی روستایی است.حسینی افزود: هم اکنون صدور اسناد مالکیت در ۶۰۰ روستا و ۱۷ شهر گلستان با هماهنگی بنیاد علوی در دست اجرا است.۴۶ درصد جمعیت استان گلستان در روستا زندگی می کنند که به سبب سکونت مردم در روستاها، گلستان رتبه دوم کشور را در اختیار دارد.

با دستور دستگاه قضا کشتی حامل روغن خام سویا در بندر شهید رجایی پهلو گرفت

تزریق بیش از ۴۱ هزار تن روغن سویا به کارخانجات فرآوری کشور

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل بنادر و دریانوردی هرمزگان گفت: یک فروند کشتی بزرگ روغن خام سویا که بدلیل مشکلات بین فروشنده و صاحب کالا نتوانسته بود مجوز ورود به بندر را اخذ نماید با ورود دستگاه قضایی اســـتان هرمزگان و تشـــکیل جلسه مشترک روز گذشته در بندر شـــهید رجایی پهلو گرفت . به گزارش اداره ارتباطات و اطلاع رســـانی بنادر و دریانوردی هرمزگان، "علیرضا محمدی کرجی ران" گفت: کشـــتی حامل ۴۱ هزار و ۷۸۰ تن روغن خام ســـویا که بدلیل مشـــکلات بین خریدار و فروشنده از تیرماه ســـال جاری بلاتکلیف مانده بود پس از تشکیل جلسه و دســـتور رییس کل دادگستری استان هرمزگان روز گذشته در بندرشهید رجایی پهلو گرفت. وی این کشتی را متعلق به یکی از خطوط کشتیرانی یونان اعلام کرد و گفت :عملیات راهبردی کشتی مذکور انجام و این شناور در اسکله شماره ۲۱ بندر شهید رجایی مستقر و در حال عملیات تخلیه کالا است . محمدی کرجی ران اظهار داشت: این کشتی از مبدأ بندر پاراناگوا کشور برزیل عازم آب‌های خلیج فارس شده بود که پس از ورود، بدلیل مشکلات بینخریدار و فروشنده نتوانسته مجوز ورود به بندر را اخذ نماید. وی افزود: با ورود دستگاه قضا و تشکیل جلسه مشترک به ریاست رییس کل دادگستری استان هرمزگان، مشکلات مطروحه مرتفع و اجازه پهلوگیری این شناور در بندر شهید رجایی صادر شد. مدیر کل بنادر و دریانوردی هرمزگان در ادامه تصریح کرد: این سی و ششمین کشتی حامل کالاهای اساسی در سال جاری است که بیش از ۴۱ هزار تن روغن خام سویا را به کارخانجات فرآوری این محصول تزریق می نماید.

تجلیل از تلاشگران فضای سبز شهرداری خارگ

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: از همت و تلاش مدیر و کارگران فضای سبز شهرداری خارگ در ارائه خدمات مطلوب به شهروندان تجلیل شد به گزارش روابط عمومی شهرداری و شورای اسلامی شهر خارگ ، از همت و تلاش مدیر و کارگران واحد فضای سبز شهرداری خارگ در ارائه خدمات مطلوب به شهروندان تجلیل بعمل آمد. در ابتدای در نشستی که با حضور شهردار ، نایب رئیس شورا ، مدیر حراست و مدیر و کارگران واحد فضای سبز شهرداری خارگ برگزار شد ، عبدالحمید صفایی؛ شهردار خارگ همت پرسنل واحد فضای سبز را خداقوت گفته و ضمن توصیه ایشان به همت دوچندان در ارائه خدمات مطلوب و کسب رضایتمندی شهروندان ، نکات راهبردی را در این خصوص به پرسنل واحد فضای سبز شهرداری گوشزد نمود و اذعان کرد : شهر همچون انسان و گیاهان موجودی زنده است و دمیدن روح در این کالبد فسرده، سبب حیات شهر است و ضمن جان بخشی به سیمای شهری ، امتداد حیات انسان و آرامش او را تضمین می کند. این باور سبب گردید تا در این دوره با دیدگاهی خاص در حوزه فضای سبز و با در نظرگیری شرایط اقلیمی جزیره زیبای خارگ ، هدف رونق بخشی فضای سبز شهری در سایه ظرفیت های موجود و توانمندی مجموعه فضای ســـبز را به طور ویژه دنبال نماییم تا که خوشـــبختانه هم اکنون باید اذعان نمود واحد فضای سبز در این دوره کارنامه مثبتی را رقم زده و موجبات سطح مناسبی از رضایتمندی را فراهم ساخته است که جا دارد از همت پرسنل خدوم این واحد قدردانی به عمل آوریم.

بعد از سال‌ها انتظار ساماندهی بلوار ارتش، ورودی شهر همدان را زینت بخشید

همدان – خبرنگار فرصت امروز: شـــهرداری منطقه چهار همـــدان، در بخش‌های قابل توجهی از بلوار ارتش پروژه‌هایی را اجرا کرد که موجب ساماندهی این مسیر شد و ضمن تسهیل در رفت و آمد خودروها، امکاناتی هم برای گردشگران ایجاد نمود.

مدیر منطقه چهار شـــهرداری همدان ضمن اشاره به اهمیت ســـاماندهی ورودی‌های شـــهر گفت: بلوار ارتش حدفاصل بین میـــدان خیبر و تقاطع غیرهمســـطح شـــهید قهـــاری، یکی از ورودی‌های مهم و پرتردد شـــهر همدان است که سال گذشته در ضلع ورودی بلوار، اقداماتی همچون احداث بوســـتان نواری پردیسان و ساخت ســـاختمان راهنمای گردشـــگری به‌منظور ســـاماندهی بلوار ارتش انجام شد. مجید یوســـفی‌نوید گفت: با همت شهرداری منطقه چهار، فاز دوم ساماندهی بلوار ارتش در سال ۹۹ کلید خورد و علیرغم مشکلات فراوان در ضلع غربی این بلوار همچون تعدد مغازه‌ها و املاک، کندرو خاکی و سختی در رفت و آمد شهروندان، این کندرو جدول‌گذاری و زیرسازی شد و روز گذشته آســـفالت‌ریزی آن به اتمام رسید. وی درخصوص مراحـــل اجرای این پروژه اظهار کـــرد: تملک ۷ ملک و تخریب و بازگشایی مسیر و دیوارکشـــی و پوشش رودخانه مجاور بلوار ارتش ازجمله اقدامات مقدماتی این پروژه بود که با درختکاری در حاشیه بلوار ادامه یافت. مدیر منطقه چهار شهرداری همدان ضمن اشـــاره به اصلاح هندسی، مناسب‌ســـازی و از بین‌بردن مکان‌هـــای مخروبه و منبع گردوغبار و دیوارکشـــی و پوشـــش رودخانـــه مجاور بلـــوار ارتش گفت: با اجـــرای این پروژه ضمن ســـاماندهی این ورودی پرتردد، برخی مشکلات زیست‌محیطی نیز مرتفع گردید. یوسفی‌نوید با اشاره به اینکه طول اجرای این

پروژه در بلوار ۸۵ متری ارتـــش حدود یک کیلومتر بود، گفت: تاکنـــون ۸۳ میلیارد ریال صرف تملـــک و ۳۰ میلیارد ریال در بخش‌های زیرسازی، آسفالت، روشنایی و احداث فضای سبز، از منابع شـــهرداری منطقه چهار برای این پروژه هزینه شده است که امید است علاوه بر زیبایی این بلوار، عبور و مرور شهروندان و مســـافران را نیز تسهیل کند. وی گفت: در راستای ساماندهی تیرهای برق در کندرو بلوار ارتش و جلوگیری از تصادفات، مبلغ ۳۵۰ میلیون تومان تیر برق خریداری شـــد و قرار بود مابقی آن را شـــرکت توزیع نیروی برق خریـــداری کند که تاکنون محقق نشده، ولی با این وجود شهرداری منطقه چهار به احداث کندرو اهتمام ورزید و مانع از توقف پروژه شـــد که امید است با توجه به اتمام پروژه هرچه زودتر دستگاه متولی به جابجایی و سامان تیرهای برق اقدام کند. یوسفی‌نوید با اشاره به اینکه در راستای بازگشـــایی این مسیر در سال قبل چند پلاک تملک شد، افزود: امیـــد اســـت در گام بعدی بتوانیم با تصویـــب بودجه مورد نیاز به توافق بیشـــتری با مالکین برســـیم و در راستای آزادسازی و گشایش محور بتوانیم در باقیمانده مسیر هم کارهای ساماندهی را ادامه دهیم. مدیر منطقه چهار شـــهرداری همدان از شـــروع کاشت انواع درخت و گونه‌های مختلف گیاهی در روزهای آینده خبر داد و افزود: گســـترش فضای ســـبز و نورپردازی به زیبایی این بلوار جلوه بیشـــتری خواهد داد و با مشارکت شهروندان در ساماندهی سیما و منظر ســـاختمان‌ها در سال آینده، این بلوار به یکی از ورودی‌های زیبای شـــهر همدان تبدیل خواهد شـــد. یوســـفی‌نوید گفت: این پروژه پس از اتمام آسفالت در روزهای گذشته موجب تسهیل در رفت و آمد شهروندان و کسبه خواهد شـــد و از آبگرفتگی‌های مکرر در قســـمت‌های خاکی و مخروبه جلوگیری خواهد کرد. معاون فنی و اجرایی شـــهرداری منطقه چهار همدان نیز با اشـــاره به اینکه کندرو اصلی با عرض ۷ متر، یک کیلومتر طول مســـیر دارد که جدول‌گذاری و آســـفالت آن به پایان رسیده اســـت، گفت: پشت این کندرو فضای سبزی به عرض ۳ متر و مجددا یک کندروی دیگر به عرض ۸ متر اســـت که قسمت‌هایی از آن بازگشایی شده و قسمت‌های دیگر آن در برنامه تملک و ادامه احداث قرار دارد. ســـهراب ادیب‌مهر گفت: در ســـال گذشته یک ســـاختمان راهنمای گردشگری در ضلع غربی بلوار همراه با نمازخانه مردانه و زنانه و همچنین سرویس بهداشـــتی به بهره‌برداری رسید که مســـافران بتوانند علاوه بر اســـتراحت کوتاه‌مدت از بوستان نواری احداث شده نیز استفاده کنند.وی اضافه کرد: تمامی اقداماتـــی که در بلوار ارتش انجام شده اســـت در راستای ساماندهی ورودی شهر همدان است که انتظار می‌رود با پروژه‌های عمرانی صورت گرفته یک ورودی زیبا و در شأن شهروندان و مسافران داشته باشیم.

در منطقه ۸ عملیات انتقال گاز صورت گرفت؛

فرمانده جدید پایگاه مقاومت بسیج معراج معرفی شد

آذربایجان شرقی – فلاح: محمد بخت شکوهی به عنوان فرمانـــده جدید پایگاه مقاومت بســـیج منطقـــه ۸ انتقال گاز منصوب شـــد. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، در مراسم تودیع و معارفه فرماندهان اسبق و جدید پایگاه مقاومت بسیج معراج که با حضور فرمانده حوزه ۴ کارگری شهید باهنر تبریز برگزار گردید، از فعالیت های چندین ساله عمران رضایی تقدیر و محمد بخت شـــکوهی نیز بعنوان فرمانده جدید پایگاه منطقه ۸ عملیات انتقال گاز معرفی شد. فیروز خدایی، مدیر منطقـــه ۸ عملیات انتقال گاز در این جلســـه، تلاش کارکنان ایـــن منطقه را در انتقال انرژی پاک، تبلوری از تفکر و رشـــد بسیجی دانست و گفت: تفکر بسیجی همانا ایجاد رفاه، آسایش و برقـــراری آرامش فکری و اجتماعی بـــرای مردم عزیز میهن اسلامی بوده چرا که تامین آسایش و گرمابخش مطمئن منازل مرهون تلاش بســـیجی وار پرســـنل این منطقه است. خدایی

ضمن تشـــکر از خدمات ارزنده عمران رضایی، فرمانده اســـبق پایگاه مقاومت بســـیج معراج افزود: هم اکنون پایگاه مقاومت این منطقه در سایه همت و تلاش های آقای رضایی در جایگاه بســـیار ارزنده ای قرار گرفته، امید اســـت فرمانده جدید نیز با همکاری های پیوســـته و بســـیجی وار خود بیش از پیش در مســـیر ارتقاء اهداف بســـیجی پیشگام باشـــند. در ادامه این نشســـت ســـرهنگ فریدون وظیفه، فرمانده حوزه ۴ کارگری شـــهید باهنر تبریز، با اشاره به نقش بی‌بدیل بسیج در پویایی و توســـعه کشور گفت: تشکیل بسیج توسط آن امام همام یک اســـتراتژی بزرگ بود که امروز نیز ما شـــاهد به ثمر نشستن میوه‌های مـــادی و معنوی آن در بخش‌های مهم ســـازندگی فرهنگـــی و امنیتی هســـتیم. وی افزود: پویایی و پیشـــرفت فعالیت های پایـــگاه معراج این منطقه همیشـــه در اوج بوده و تلاش و همت بســـیجی وار پرسنل منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران در تمام فعالیت های پایگاه نمایان و ســـتودنی است. همچنین در ادامه مراسم، فرمانده اسبق پایگاه مقاومت معراج منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، ضمن ارائه گزارشـــی اجمالی از فعالیت های این پایـــگاه مقاومت از همکاری های همه جانبه پرسنل و بسیجیان منطقه تقدیر و تشکر کرد.

فرهنگسازی برای شناساندن قم به جوانان؛

قم یک جهان شهر است

قم – خبرنگار فرصت امروز: شـــهردار قم با اشاره به اینکه قم یک جهان شـــهر اســـت گفت: از ظرفیـــت روز قم باید برای شناســـاندن این شهر به جوانان استفاده کنیم. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم، دکتر سید مرتضی سقائیان‌نژاد در حاشیه رونمایی از کتاب «رانندگـــی و برازندگی» و مجموعه تصویری «شـــهر نور» که به مناســـبت روز قم و به سفارش شهرداری قم تهیه شده است، اظهار کرد: ابتدا باید توجه کرد که به چه دلیل یک روز را به‌نام روز قم نام‌گـــذاری کرده‌ایم؛ قاعدتا منظور این است، ظرفیت‌هایی در شـــهر قم وجود دارد که در این روز باید آنها را برجسته کرد و به آن پرداخت.شهردار قم ادامه داد: وقتی به قم نگاه می‌کنیم، متوجه می‌شـــویم که یک جهان‌شهر بوده چراکه این شهر پایگاه ام‌القری شـــیعه جهان، دارای بزرگترین حوزه‌های علمیه، وجود بیوت مراجع عظام، خواســـتگاه انقلاب، دارای تاریخ ۷ هزار ساله و ... است. شهردار قم تصریح کرد: ۸۶

هزار طلبه در قم حضور دارند که می‌توانند در گســـترش معارف اســـلامی ایفای نقش کنند و علاوه بر آن، ۳۰ هزار دانشـــجوی خارجی در این شـــهر هستند که برای تحصیل مباحث اسلامی آمده‌اند و حضورشـــان قابل تامل است. سقائیان‌نژاد اضافه کرد: تلاش ما بر این اســـت تا در هر یک از این قسمت‌ها، اقداماتی را به ویژه در مســـائل فرهنگی انجام دهیم که برای مثال در بحث کتاب‌نویسی قم، تمام اطلاعات دسته‌بندی می‌شوند. وی عنوان کرد: وجود حرم مطهر حضرت معصومه(س)در ارتباط با ولایت و توســـل به اهل بیت(ع) و همچنین مسجد مقدس جمکران در قم، مســـائلی را در خصوص آینده‌پژوهی مطرح می‌کند، باید به نشـــانه‌ها و موضوعاتی که در قم وجود دارد، پرداخته شود و ما در شـــهرداری تلاش کردیم تا در هر بخش مجزا به این مسائل بپردازیم. شهردار قم ادامه داد: با نگاه به فعالیت‌های شهرداری، می‌بینیـــد که در مباحث تبلیغاتی، تولید کلیپ، کتاب‌شناســـی و ...، برنامه‌هایی در ســـازمان فرهنگی هنری ورزشـــی انجام شده است. سقائیان‌نژاد با تاکید بر اینکه قم‌گردی یکی دیگر از مباحثی است که باید در هفته قم به آن اشاره شود، گفت: مقرر شده زیر نظر ســـازمان فرهنگی هنری شهرداری برنامه‌هایی در هفته قم اجرا شـــود و به همراه آن، آگاهی‌های لازم برای مردم شریف قم به ویژه نسل جوان فراهم بیاید.

اهداء ۲ هزار بسته معیشتی به خانوارهای کم برخوردار توسط نفت و گاز مارون

اهواز – شـــبنم قجاوند: آیین اهداء ۲ هزار بسته معیشتی به خانوارهای کم برخوردار شهرســـتان اهواز و روستاهای مجاور تاسیســـات فرایندی شـــرکت بهره برداری نفت و گاز مارون در قالب کمک های مومنانه با حضور معاون هماهنگ کننده سپاه حضرت ولیعصر(عج) خوزســـتان، فرمانده حوزه مقاومت بسیج شهید تندگویان وزارت نفت–جنوب و رئیس سازمان بسیج ادارات خوزســـتان برگزار شـــد. مدیر عامل این شرکت با بیان اینکه به همت جهادی کارکنان شـــرکت، کلیه اهداف تولیدی در ســـال جاری محقق شده، اظهار داشـــت: علاوه بر این، در بخش عمل به مســـئولیت‌های اجتماعی نیز اقدامات خوبی صورت گرفته و مایه مباهات است که توانستیم در خدمت‌رسانی به مردم شریف خوزستان مشـــارکت فعال داشته باشیم. مهندس حمید کاویان افزود: از ۲ هزار بسته معیشتی که با هزینه‌ای بالغ بر ۶ میلیارد

و ۵۰۰ میلیون ریال تامین شده‌اند، هزار بسته به خانوارهای کم برخوردار شهرســـتان اهواز و هزار بســـته دیگر طی روزهای آتی به شهرها و روستاهای همجوار تاسیسات عملیاتی شرکت شامل شهرهای رامشیر و رامهرمز و بخش‌های غیزانیه و مشراگه ارسال خواهد شد. وی به تامین ۱۵۰۰ بسته نوشت افزاری برای دانش آموزان مدارس روســـتایی همجوار واحدهای عملیاتی نیز اشاره کرد و یاد آور شد: حدود ۸۰۰ میلیون ریال برای تامین این اقلام هزینه شده اســـت که طی هفته جاری برای دانش آموزان عزیز ارسال می شود. معاون هماهنگ کننده سپاه حضرت ولیعصر(عج) خوزستان نیز نهضت کمک های مومنانه را حرکتی عظیم خواند کـــه بخش مهمـــی از آن را صنعت نفت جنوب بـــر عهده دارد. سرهنگ حاجتی ضمن تشکر از مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون،پایگاه مقاومت بسیج این شرکت و حوزه مقاومت بسیج شهید تندگویان وزارت نفت در جنوب افزود: با وجود اینکه دشـــمن همواره در حال ایجاد مشکل و تنگنا برای نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران است، خوشبختانه با مدد الهی توانستیم بر مشکلات موجود فائق آمده و به افتخار خدمت رسانی به مردم شریف خوزستان نائل آییم.

توسط مدیر پدافند غیرعامل شهرداری تبریز انجام شد؛

تقدیر از کارکنان سازمان آرامستان های شهرداری تبریز

آذربایجان شـــرقی – پاشـــایی: مدیر پدافند غیرعامل شهرداری تبریز، از کارکنان سازمان آرامستان های شهرداری تبریـــز به پاس تلاش مجاهدانه شـــان در روزهـــای کرونایی، قدردانـــی کرد. به گـــزارش خبرنگار ما در آذربایجان شـــرقی، حسین آذرنیا با اشاره به فعالیت های ارزشمند و کوشش های شـــبانه روزی کارکنان این مجموعه در فرایند تدفین متوفیان کرونایی اظهار داشت: یکی از خســـتگی ناپذیرترین مجموعه های کاری شـــهرداری تبریز در حال حاضر سازمان آرامستان های شـــهرداری تبریز اســـت که به رغم حجم سنگین کار و حساسیت های فراوان بهداشتی، نیاز به توجهی علاوه از سوی عموم شهروندان و نیز مدیران به کارکنان این سازمان احساس

می شـــود. وی افزود: کارکنان این مجموعـــه با تعهدی مثال زدنی، توانســـته اند بار عظیمی از مشکلات مردم و شهروندان را در موضوع به خاک ســـپاری عزیزانشان بر دوش بگیرند و با همه تهدیدات ناشی از احتمال ابتلا به کرونا، در صحنه حضور داشته باشند. حســـین آذرنیا همچنین با اشاره به لزوم رعایت پروتکل های بهداشـــتی از سوی شـــهروندان خاطرنشان کرد: یکی از عمده ترین خواست های کارکنان این مجموعه، پرهیز از حضـــور حداکثری و حتی حداقلی در وداع با فوت شـــدگان و زیـــارت قبور اســـت. وی افزود: فضای ایـــن محیط علیرغم ضدعفونی های مستمر همیشه در معرض تهدید کروناست و از عموم شهروندان تقاضا می شود برای جلوگیری از شیوع بیش از پیش کرونا، از حضور در همه آرامســـتان های تبریز به قدر ممکن خودداری کنند.

۳ دلیل مهم که چرا تصمیم اشتباه می‌گیریم

فکر می‌کنید در طول یک روز معمولی چند بار درباره مسائل مختلف تصمیم‌گیری می‌کنید؟ ده‌ها بار؟ شاید صدها بار؟ روانشناسان معتقدند تعداد تصمیم‌گیری‌های‌مان در طول روز در حقیقت می‌تواند هزاران بار باشد. برخی از این تصمیم‌ها می‌توانند بر دوره‌های طولانی مدتی از زندگی‌مان تاثیرات عمیقی بگذارند (مثل اینکه آیا به دانشگاه برویم یا خیر، ازدواج کنیم یا بچه‌دار بشویم)، در حالی‌که سایر تصمیم‌های‌مان شاید نسبتا کم اهمیت باشند (مثل اینکه آیا برای شام امشب، ساندویچ ژامبون بخوریم یا هات‌داگ). در ادامه با ما همراه باشید تا سه دلیل مهم که چرا تصمیم اشتباه می‌گیریم را بدانید.

به تدریج متوجه می‌شویم برخی از این انتخاب‌ها واقعا خوب بوده‌اند (مثلا رشته تحصیلی خوبی انتخاب کرده‌اید که در آینده می‌تواند شغل پردرآمدی برای‌تان به همراه داشته باشد)، در حالی که سایر انتخاب‌های‌تان ممکن است آنچنان خوب نباشند (ساندویچ ژامبونی که انتخاب کرده‌اید، واقعا بد بوده و معده‌تان را به هم ریخته است).

بنابراین وقتی نگاهی به گذشته می‌اندازید و به برخی از انتخاب‌های نادرست‌تان در زندگی فکر می‌کنید، شاید با تعجب از خودتان بپرسید دقیقا چرا چنین تصمیم‌هایی را اتخاذ کرده‌اید که اکنون (با توجه به تجربه و دانش فعلی‌تان) بسیار ضعیف و اشتباه به نظر می‌رسند. چرا با فردی ازدواج کرده‌اید که به طور کلی هیچ نقطه مشترکی با شما نداشته است؟ چرا خودرو کوچک و در عین حال، گران قیمتی خریده‌اید که در حال حاضر با چهار فرزند، دیگر به دردتان نمی‌خورد و مجبور هستید خودروی بزرگ‌تری بخرید؟ وقتی پاییز سال گذشته یک شلوار جین به شدت فاق کوتاه خریدید، پیش خودتان چه فکری می‌کردید؟

با اینکه بدون شک، شما همچنان به اتخاذ تصمیم‌های نادرست در زندگی ادامه خواهید داد، می‌توانید درک عمیق‌تری از فرآیندی به دست آورید که براساس آن، گاهی اوقات دچار انتخاب‌های غیرمنطقی می‌شوید. شماری از عوامل مختلف وجود دارند که باعث انتخاب‌های اشتباه‌تان می‌شوند و آگاهی از این فرآیند و تاثیر آن بر طرز تفکرتان احتمالا می‌تواند در اتخاذ تصمیم‌های بهتر در آینده به شما کمک کند.

در بخش بعد، به شما خواهیم گفت چرا استفاده از میانبرهای ذهنی گاهی اوقات می‌توانند به اتخاذ تصمیم اشتباه و ضعیف و نادرست منجر شوند.

۱. میانبرهای ذهنی می‌توانند شما را به اشتباه بیندازند

اگر مجبور بودید برای اتخاذ هر تصمیم کوچک و بزرگی در طول روز، به تمام جوانب ممکن درباره هر یک از آنها فکر کنید، شاید قادر نبودید کار چندانی در طول یک روز انجام دهید. به منظور اتخاذ تصمیم‌های سریع و اقتصادی، مغز ما به یک‌سری میانبرهای شناختی متوسل می‌شود که آنها را رهیافت آنی یا هیوریستیک می‌نامیم. این حساب‌های سرانگشتی ذهنی به ما امکان می‌دهند قضاوت‌هایی به شدت سریع و در اغلب اوقات کاملا دقیق داشته باشیم، ولی همین تکنیک نیز گاهی اوقات به افکار اشتباه و تصمیم‌گیری‌های ضعیف منجر می‌شود.

یکی از نمونه‌های این قبیل میانبرهای کوچک و منحرف‌کننده ذهنی نوعی سوگیری شناختی است که به اثر لنگر انداختن مشهور است. در بسیاری از موقعیت‌های مختلف، آدم‌ها از نقطه ابتدایی و شروع‌کننده یک مسئله به عنوان یک لنگر استفاده می‌کنند و سپس، تخمین‌ها و ارزش نهایی و همچنین، نتیجه‌گیری کلی خود را براساس همان دریافت‌ها و شنیده‌های اولیه پایه‌ریزی می‌کنند. برای مثال، اگر قصد دارید خانه‌ای را خریداری کنید و می‌دانید قیمت متوسط خانه‌های اطراف ملک موردنظرتان مثلا ۳۲۸۰۰۰ دلار است، احتمالا از همین عدد به عنوان مبنایی برای مذاکره درباره قیمت خرید این ملک استفاده خواهید کرد.

طی یک آزمایش کلاسیک توسط پژوهشگرانی به نام‌های عاموس تورسکی و دنیل کانمن، از شرکت‌کنندگان خواسته شد یک گردونه قرعه‌کشی را بچرخانند؛ در این گردونه گوی‌هایی با شماره‌های ۰ تا ۱۰۰ وجود داشت. سپس از آنها خواسته شد حدس بزنند چند کشور در قاره آفریقا عضو سازمان ملل هستند. آنهایی که در چرخش گردونه قرعه‌کشی عدد بالاتری را به دست آورده بودند، عدد بالاتری را به عنوان تعداد کشورهای آفریقایی عضو سازمان ملل حدس زدند، در حالی که آنهایی که عدد پایین‌تری نصیب‌شان شده بود، درباره تعداد کشورهای آفریقایی عضو سازمان ملل عدد کمتری را تخمین زدند.

بنابراین، برای به حداقل رساندن تاثیر بالقوه و منفی این رهیافت‌های آنی بر نحوه تصمیم‌گیری‌تان چه کارهایی می‌توانید انجام دهید؟

به گفته متخصصان، صرفا افزایش آگاهی درخصوص نحوه اثرگذاری رهیافت‌های آنی بر نحوه تصمیم‌گیری می‌تواند در پیشگیری از اتخاذ تصمیم اشتباه به شما کمک کند.

درخصوص سوگیری شناختی ناشی از اثر لنگر انداختن، آگاهی از دامنه نسبتا کاملی از تخمین‌های احتمالی می‌تواند در اتخاذ تصمیم‌های درست‌تر به شما کمک کند. بنابراین، اگر می‌خواهید یک خودرو بخرید، به جای تمرکز بر میانگین کلی قیمت خودروی موردنظر، از دامنه‌ای از قیمت‌های معقول مربوط به این خودرو آگاه شوید. مثلا اگر بدانید یک خودروی شاسی بلند با سایز و ویژگی‌های موردنظرتان در یک بازار خودرو بین ۲۷۰۰۰ تا ۳۲۰۰۰ دلار قیمت دارد، در ارائه پیشنهاد قیمت خریدتان تصمیم‌گیری بهتری خواهید داشت.

در بخش بعدی، به بیان این مسئله خواهیم پرداخت که چگونه گاهی اوقات مقایسه‌ها می‌توانند به اتخاذ تصمیم‌های نادرست منجر شوند.

۲. معمولا مقایسه‌های نادرستی انجام می‌دهید

چگونه متوجه می‌شوید تبلت جدیدتان را با قیمت مناسبی خریداری کرده‌اید؟ یا چگونه متوجه می‌شوید هزینه‌ای که بابت یک گالن شیر در فروشگاه مواد غذایی پرداخته‌اید، منصفانه محاسبه شده است؟ هنگام اتخاذ تصمیم‌های مختلف، مقایسه یکی از ابزارهای مهمی است که معمولا بسیاری از آدم‌ها از آن استفاده می‌کنند. شما از قیمت معمول یک تبلت یا یک گالن شیر آگاه هستید، بنابراین، برای انتخاب بهترین قیمت‌های ممکن، قیمت‌های پیشنهادی فروشگاه‌های مختلف را با یکدیگر مقایسه می‌کنید. ما براساس مقایسه اقلام با یکدیگر، ارزش معامله‌ای هر یک را می‌سنجیم.

ولی وقتی در انجام مقایسه دچار اشتباه می‌شویم، چه اتفاقاتی خواهد افتاد؟ یا اینکه وقتی اقلامی که گزینه‌های‌تان را با آنها مقایسه می‌کنید، نمونه‌های اصیلی نباشند یا آنها نیز متغیر باشند، چه بر سر تصمیم‌گیری‌های‌تان خواهد آمد؟ این مثال را در نظر بگیرید: چقدر باید بگردید و وقت بگذارید تا در یک خرید بتوانید ۲۵ دلار صرفه‌جویی کنید؟

اگر به شما بگوییم، با ۱۵ دقیقه رانندگی و رفتن به فلان فروشگاه، می‌توانید برای خرید یک جنس ۷۵ دلاری، مبلغ ۲۵ دلار صرفه‌جویی کنید، احتمالا این کار را انجام خواهید داد. ولی اگر به شما بگوییم برای صرفه‌جویی ۲۵ دلار در خرید یک جنس ۱۰۰۰۰ دلاری ۱۵ دقیقه رانندگی کنید و به جای دورتری بروید، آیا همچنان تمایل دارید برای ۲۵ دلار کمتر، این کار را انجام بدهید؟ در بیشتر موارد، آدم‌ها تمایل کمتری دارند که برای صرفه‌جویی چنین مبلغی در خرید یک جنس گران‌قیمت، مسافت بیشتری را طی کنند. چرا؟ ارزش ۲۵ دلار در هر دو معامله ثابت است و تغییر نکرده است.

در چنین شرایطی، شما فقط قربانی یک مقایسه اشتباه خواهید شد. از آنجا که شما میزان صرفه‌جویی را با میزان مبلغ پرداختی‌تان مقایسه می‌کنید، ۲۵ دلار صرفه‌جویی در مقایسه با ۷۵ دلار برای شما بسیار ارزشمندتر از زمانی است که آن را با ۱۰۰۰۰ دلار مقایسه می‌کنید.

هنگام اتخاذ تصمیم‌ها، ما معمولا بدون فکر کردن و بررسی واقعی گزینه‌ها، به صورت شتاب‌زده شروع به مقایسه می‌کنیم.

به منظور اجتناب از تصمیم اشتباه، گاهی اوقات اهمیت توسل به منطق و بررسی دقیق گزینه‌های موردنظر بسیار بیشتر از واکنش آنی و از روی احساسات خواهد بود.

۳. ممکن است بیش از اندازه خوش‌بین باشید

در کمال تعجب باید گفت، آدم‌ها معمولا با یک خوش‌بینی ذاتی و درونی متولد می‌شوند که گاهی اوقات باعث می‌شود نتوانند تصمیم‌های درست و مناسبی اتخاذ کنند. پژوهشگری به نام تالی شاروت، طی یک مطالعه جالب و جذاب، از شرکت‌کنندگان پرسید آنها فکر می‌کنند احتمال وقوع یک اتفاق ناخوشایند برای‌شان چقدر است – اتفاقاتی نظیر مورد دستبرد قرار گرفتن به وسیله زور یا تهدید یا ابتلا به یک بیماری مرگبار – و از آنها خواست این احتمال را با عدد نشان دهند. پس از آنکه شرکت‌کنندگان پیش‌بینی‌ها و نظرات‌شان را بیان کردند، پژوهشگران احتمالات واقعی را به آنها نشان دادند.

هنگامی که به آنها گفته شد، خطر وقوع برخی از این اتفاقات کمتر از آن چیزی است که انتظارش را دارند، این شرکت‌کنندگان پیش‌بینی‌های خود را براساس اطلاعات جدیدی که توسط پژوهشگران به دست آوردند، اصلاح کردند. از سویی دیگر، وقتی این شرکت‌کنندگان فهمیدند خطر وقوع برخی دیگر از این اتفاقات ناخوشایند، در واقع، بالاتر از آن چیزی است که انتظارش را داشتند، سعی کردند به راحتی اطلاعات جدید را نادیده بگیرند. برای مثال، اگر فردی انتظار داشت خطر مرگ بر اثر قرار گرفتن طولانی مدت در معرض دود سیگار فقط ۵ درصد باشد، ولی سپس به وی گفته شد که خطر واقعی مرگ بر اثر دود سیگار نزدیک به ۲۵ درصد است، چنین فردی به احتمال زیاد اطلاعات جدید را نادیده گرفت و همچنان پیش‌بینی اولیه خود را صحیح دانست.

بخشی از این چشم‌انداز بیش از حد خوش‌بینانه ریشه در تمایلی طبیعی دارد که براساس آن، همیشه باور داریم اتفاقات بد برای دیگران رخ خواهد داد، نه برای ما. وقتی می‌شنویم اتفاق ناراحت‌کننده یا ناخوشایندی برای یک فرد دیگر افتاده است، معمولا در ذهن‌مان به دنبال کارها و رفتارهایی می‌گردیم که احتمالا این فرد با انجام‌شان باعث بروز چنین اتفاقی شده است. این تمایل به سرزنش قربانی باعث می‌شود نپذیریم که ما نیز به اندازه هر فرد دیگر ممکن است در برابر وقوع یک اتفاق ناراحت‌کننده یا تراژدی آسیب‌پذیر باشیم.

شاروت این تمایل را ناشی از سوگیری خوش‌بینی می‌داند – تمایل درونی‌مان به بالاتر دانستن احتمال وقوع اتفاقات خوب برای خودمان و از سویی دیگر، پایین‌تر دانستن احتمال وقوع اتفاقات بد برای‌مان. شاروت در این مورد می‌گوید، چنین تمایلی لزوما ناشی از این باور نیست که همه اتفاقات خوب به شکل معجزه‌آسایی برای ما اتفاق می‌افتند، بلکه به خاطر وجود اعتماد به نفس بیش از اندازه به توانایی‌هایی است که باعث بروز اتفاقات خوب در زندگی برای‌مان می‌شوند.

بنابراین، این سوگیری خوش‌بینی چه تاثیری می‌تواند بر نحوه اتخاذ تصمیم‌های‌مان داشته باشد؟ از آنجا که ممکن است درباره توانایی‌ها و چشم‌اندازهای‌مان در زندگی بیش از اندازه خوش‌بین باشیم، احتمال زیادی وجود دارد که فکر کنیم همه تصمیم‌های‌مان عالی و درست هستند.

متخصصان همواره می‌گویند، سیگار کشیدن، زندگی کم تحرک و مصرف بیش از اندازه قند می‌توانند ما را دچار مرگ زودرس کنند، ولی سوگیری خوش‌بینانه‌مان باعث می‌شود باور داشته باشیم این عوامل عمدتا دیگران را به کام مرگ خواهند کشید، نه ما را.

منبع: verywellmind/bazdh

مدیریت بهتر کسب‌وکار با ۱۲ ابزار قدرتمند

مترجم: امیر آل‌علی: برای بسیاری از افراد سخت کار کردن تنها رمز موفقیت است، با این حال برای این امر که تلاش‌های شما با نتیجه کافی همراه باشد، شما باید بهترین استفاده را از زمان خود داشته و بهترین برنامه‌ریزی کاری ممکن را تعیین کنید. به همین خاطر نیز گفته می-شود که برای موفقیت در کسب‌وکار، نحوه مدیریت آن بسیار مهم است. در این رابطه فناوری‌های جدید به کمک انسان آمده است که با استفاده از آنها می‌توان بهترین نتیجه ممکن را به دست آورید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۲ مورد منتخب خواهیم پرداخت.

calendly-۱

این نرم‌افزار در زمینه مدیریت برنامه و زمان کاملا کاربردی است. درواقع با استفاده از این برنامه دیگر مدیریت حجم کاری بالا، کاری پیچیده و زمان‌بر نخواهد بود. همچنین دسته‌بندی ایمیل‌ها برای مشاهده و دسترسی بهتر، از دیگر امکانات آن محسوب می-شود. نحوه کار با این برنامه نیز بسیار ساده بوده و ما تنها کافی است تا هر برنامه خود را همراه با زمان آن وارد کنید. حال برای مشاهده آنها حتی اگر زمان را از یاد ببرید، تنها کافی است تا نام آن را وارد کنید. همچنین می‌توانید از این برنامه بخواهید که یک زنگ هشدار را برای فعالیت‌ها قرار دهد تا شما از انجام آنها غافل نشوید.

ScheduleOnce-۲

مزیت اصلی این برنامه این است که افراد می‌توانند برنامه روزانه، هفتگی و حتی ماهانه خود را تنها با یک کلیک برای یکدیگر ارسال کرده و هماهنگی سریع‌تری را داشته باشند. همچنین هوش مصنوعی این برنامه فوق‌العاده بوده و می‌توانید از آن درخواست‌هایی نظیر نمایش روزها و یا ساعت‌های خالی برنامه خود را داشته باشید. این امر در حالی است که در تقویم‌های چاپی، این اقدام بیش از حد زمان‌بر خواهد بود. در نهایت می‌توانید در تنظیمات آن، امکان ارسال ایمیل را برای طرف ملاقات نیز فعال‌سازی کنید تا افراد دیگر هم قرار ملاقات با شما را فراموش نکنند.

TimeTrade-۳

ویژگی منحصر به فرد این برنامه این است که از طریق فرمان‌بر صوتی، می‌توانید یک اقدام را وارد کرده و یا از خالی بودن وقت خود اطمینان حاصل کنید. در نهایت شما می‌توانید چند تقویم کاری مختلف را به صورت همزمان داشته باشید. این امر باعث خواهد شد تا در صورتی که اقدامات مطابق برنامه اولیه شما پیش نرفت، از برنامه‌ای دیگر استفاده کنید که خود امکانی فوق‌العاده محسوب می‌شود.

Acuity Scheduling-۴

این برنامه امکان ادغام‌سازی با تقویم گوگل را دارا بوده و از طریق آن می‌توان یک اقدام جایگزین را نیز تعیین کرد. برای مثال اگر یک برنامه شما بنا به هر دلیلی انجام نشود، شما از جانشین آن می‌توانید برای هدر نرفتن برنامه خود استفاده کنید. در نهایت امکان درج اطلاعاتی نظیر آدرس، توضیحات و نشانی برای هر اقدام، از دیگر مزیت‌های آن محسوب می‌شود.

World Clock Meeting Planner-۵

اگر حوزه کاری شما محلی نیست، بدون شک از یک تقویم ساده نمی‌توان برای برنامه‌ریزی جهانی استفاده کرد. این ابزار، بهترین گزینه موجود برای رفع نیاز شما محسوب می‌شود. درواقع پشتیبانی از زبان و زمان اکثر کشورها، باعث می‌شود تا امکان برنامه‌ریزی راحت وجود داشته باشد. همچنین شما می‌توانید به سادگی بیابید که یک اقدام در ساعات اولیه صبح، در کشوری دیگر در چه زمانی قرار دارد. در نهایت می‌توان از طرف مقابل خواست تا برنامه خود را برای شما ارسال کرده و با یک انتقال ساده، World Clock Meeting Planner زمان‌های پیشنهادی را با توجه به دو برنامه، ارائه خواهد کرد.

Clara Labs -۶

در این برنامه با تعیین انواع معیارهای مهم خود، می‌توان بهترین برنامه پیشنهادی را از سوی Clara Labs دریافت کرد. این امر زمان شما برای برنامه‌ریزی را نیز کاهش داده و تنها کافی است تا نام و زمان اقدامات خود را وارد کنید. این برنامه با توجه به معیارهای مهمی که از قبل تعیین کرده‌اید، انواع برنامه‌ریزی را برای شما انجام خواهد داد. مزیت دیگر آن این است که امکان تغییر و ویرایش نیز وجود دارد.

Outreach.io -۷

این برنامه به علت پیگیری اقدامات شما بسیار کاربردی است. درواقع در برنامه‌های قبلی، محدوده عملکردی تنها شامل تعیین برنامه و نمایش آن بوده است. با این حال Outreach.io عملکرد شما را مورد ارزیابی نیز قرار خواهد داد. تنها کافی است تا در صورت انجام هر فعالیت، بر روی آن کلیک کنید تا ثبت شده و به کیفیت کار خود یک امتیاز از ۰ تا ۱۰ را تعیین کنید. در نهایت در پایان هفته و یا ماه، با توجه به اعداد و آمارهای ارائه‌شده، می‌توانید عملکرد روزانه و یا هفتگی خود را با یکدیگر مقایسه کرده و پیشنهادهایی را برای بهبود از این برنامه دریافت کنید. در نهایت آرشیو کردن بهترین مقالات در زمینه مدیریت زمان، از دیگر مزیت‌های مهم آن محسوب می‌شود.

Q-nomy -۸

این برنامه به شما این امکان را می‌دهد تا با ضمن آشنای با انواع استراتژی‌ها در زمینه مدیریت زمان، در نهایت بهترین برنامه ممکن را برای خود تعیین کنید. همچنین امکان وارد کردن اطلاعات تماس، ایمیل‌ها و... از دیگر مزیت‌های آن محسوب می‌شود. برای مثال در صورتی که برای یک اقدام شماره تماس طرف را نیز وارد کنید، در صورتی که تماس مذکور در روز فعالیت انجام شود، این برنامه به صورت خودکار این اقدام را ثبت خواهد کرد. به همین خاطر نیازی به وارد کردن مداوم جزییات اقدامات شما نبوده و تنها کافی است تا با کلیک و یا عدم کلیک بر روی آن، انجام شدن و یا نشدن اقدام را مشخص کنید.

Doodle -۹

این برنامه یک اپلیکیشن کم‌حجم با محیط کاربری ساده ولی کاربردی محسوب می-شود. تفاوت اصلی این برنامه با سایر موارد مشابه، امکان نمایش برنامه افراد برای سایرین است. درواقع افراد دیگری که از Doodle استفاده می‌کنند، به نوع برنامه‌ریزی شما امتیاز داده و در صورت تمایل نظرات خود را برای‌تان ارسال خواهند کرد. این امر شما را در بهبود برنامه کمک بسیاری خواهد کرد. سادگی محیط کاربری آن نیز باعث شده است تا کم‌ترین نیاز برای تایپ وجود داشته باشد که خود به افزایش سرعت کارها منجر می‌شود.

Bitrix۲۴ -۱۰

این برنامه از امکانات متنوعی برای مدیریت اقدامات برخوردار بوده و همواره روش‌ها و امکانات متنوع‌تری را اضافه می‌کند، با این حال تفاوت اصلی آن در امکان، امکان پیام‌رسانی فوق‌العاده آن است که شرایط را برای چت، تماس صوتی و حتی تماس تصویری نیز مهیا می‌سازد.

IFTTT -۱۱

این امر از انواع مختلف هشدارها برای یادآوری زمان انجام هر اقدام برخوردار است. همچنین ذخیره‌سازی و آماری نمودن برنامه‌های انجام شده به صورت خودکار، از دیگر مزیت‌های آن محسوب می‌شود. از دیگر مزیت‌های آن نیز هماهنگی فوق‌العاده با سایر برنامه‌ها خصوصا شبکه‌های اجتماعی است. این امر به شما این امکان را خواهد داد تا یک عکس را در زمان تعیین‌شده برای هر شبکه‌ای که می‌خواهید ارسال کرده و یا شما را از آخرین فعالیت صفحات موردنظر آگاه سازد. بدون شک این امر در مدیریت زمان و سهولت انجام کارها نیز تعیین‌کننده خواهد بود.

Assistant.to -۱۲

این برنامه بهترین گزینه برای زمانی است که یک برنامه تیمی موردنظر شما باشد. درواقع امکان حضور تعداد افراد بی‌شمار بر روی یک برنامه وجود داشته و این امر کار تیمی را با بهبودی چشمگیر مواجه خواهد ساخت. امکان ویرایش و اطلاع‌رسانی به تمامی کاربران از آخرین تغییرات انجام شده، از دیگر مزیت‌های آن محسوب می‌شود.

منبع: businesscollective

آگهی حصر وراثت

آقای شروبه یوسفخانی بشماره شناسنامه ۲۳۸۳۶ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۹۹۰۰۵۰۵/۶/۹۹از این شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان کبری کاظمی بشناسنامه ۱۶۶ درتاریخ ۸۴/۷/۱۰ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱-نادره عراقی ش ش ۲۳۸ ت ت ۴۵/۷/۱۷ مرند فرزند متوفی
۲-صغری عراقی ش ش ۲۵۱ ت ت ۳۰/۱۱/۶ مرند فرزند متوفی
۳- لیلی عراقی ش ش ۲۷۹ ت ت ۳۶/۶/۲۰ مرند فرزند متوفی
۴- میرجعفر عراقی ش ش ۳۲۴ ت ت ۴۲/۱/۱ مرند فرزند متوفی
۵-میرمنصور عراقی ش ش ۱۳ ت ت ۳۱/۴/۲۹ مرند فرزند متوفی
۶- میریعقوب عراقی ش ش ۵ ت ت ۳۵/۲/۶ مرند فرزند متوفی
۷- میریوسف عراقی ش ش ۵ ت ت ۳۹/۱/۲ مرند فرزند متوفی
۸- فرنگیس عراقی ش ش ۴ ت ت ۴۵/۱/۵ مرند فرزند متوفی
و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک بالجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.
شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف۹۹۵

برگ اجرائیه

مشخصات محکوم له‌حسین شیانی نشانی‌تهران فلکه دوم صادقیه خ آیت اله کاشانی بلوار شقایق شمالی کوچه ۵ پرواز پ ۱۸ طبقه ۴ مشخصات محکوم علیه مریم ورمزیار مجهول المکان محکوم به بموجب دادنامه شماره ۱۲۹۵ مورخ ۹۸/۱۱/۱۴ شورای حل اختلاف قدس حوزه ۱۰ قطعیت حاصل کرده است حکم به محکومیت خوانده به صورت تضامنی به پرداخت مبلغ ۱۸۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به عنوان اصل خواسته به انضمام خسارت تاخیر تادیه از تاریخ سررسید چک ۹۶/۱۱/۱۶ و نیز مبلغ ۳/۲۰۰/۰۰۰ ریال به عنوان هزینه دادرسی در حق خواهان صادر و اعلام میشود به انضمام نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت
حوزه ۱۰شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۹۹۹

دادنامه

تاریخ ۹۹/۸/۱۲ پرونده ۵۶۲/۴/۹۸ خواهان مرضیه قربانی خوانده مهناز زیانی خواسته مطالبه خسارت مرجع رسیدگی حوزه ۲ شورای حل اختلاف بخش قدس رای اصلاحی در خصوص دادخواست تقدیمی مرضیه قربانی بطرفیت خوانده مهناز زیانی به خواسته مطالبه خسارت نظر به اینکه در رای شماره دادنامه ۹۸ / ۴ ۴۹۵ مورخه ۹۸/۹/۳۰ این حوزه در خصوص هزینه های پارکینگ و کارشناسی مسکوت مانده مستندا به مواد ۱۸۹ و ۵۲۲ آیین دادرسی مدنی خوانده محکوم به پرداخت هزینه پارکینگ به یدک کش به مبلغ ۱۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال و هزینه کارشناسی برای تعرفه در حق خواهان محکوم می نماید . رای صادره به همراه رونوشت رای اصلی پس از ابلاغ ظرف مدت بیست روز پس از ابلاغ قابل تجدیدنظر در محاکم قضایی شهرستان می باشد .
علی غلامی جمنی –قاضی حوزه ۲ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۹۹۸

آگهی حصر وراثت

خانم راحله دوستی بشماره شناسنامه ۱۰۶۷ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۹۹۰۰۶۳۵/۶/۹۹از این شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان حسین دوستی بشناسنامه ۱۰۰۶ درتاریخ ۹۹/۸/۱۱ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱-کلثوم کرداری ش ش ۱۰۶۶ ت ت ۳۷/۸/۳ زابل همسر متوفی
۲- محمد دوستی ش ش ۸۹۵۵ ت ت ۵۷/۱۰/۱ علی آباد فرزند متوفی
۳- لیلا دوستی ش ش ۴۳۱ ت ت ۵۹/۱۱/۲۹ شهریار فرزند متوفی
۴ راحله دوستی ش ش ۱۰۶۷ ت ت ۶۲/۱۱/۶ شهرقدس فرزند متوفی
۵ منیره دوستی ش ش ۲۱۱۹ ت ت ۶۴/۱۱/۷ تهران فرزند متوفی
۶- مجید دوستی ش ش ۳۲۹۱ ت ت ۶۵/۱۲/۱۰ تهران فرزند متوفی
۷ علی دوستی ش ش ۰۳۱۰۰۲۳۲۱۱ ت ت ۶۷/۱۱/۲۶ کرج فرزند متوفی
۸ حمید دوستی ش ش ۴۹۰۰۲۱۸۱۱۱ ت ت ۷۱/۱/۲۳ کرج فرزند متوفی
و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک بالجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.
شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف۱۰۰۰

بررسی ۵ اشتباه روابط عمومی

عوامل شکست تیم‌های روابط عمومی برند در دوران کرونا

به قلم: جوی نولز کارشناس روابط عمومی و کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

تیم‌هـای روابط عمومی در طول بحران کرونا مسـئولیت‌های بسـیار زیادی را برعهـده دارند. برخی از برندها در طول دوران کنونی به طور مداوم در زمینه اطلاع‌رسـانی به مخاطب هدف فعالیت داشـته‌اند. این امر موجب شـهرت چنین برندهایی در میان مشـتریان شده است. در سوی دیگر عرصه کسب و کار برخی از برندها به دلیل اطلاع‌رسانی غلط با اظهارنظرهای غیرکارشناسی به طور گسترده‌ای مورد بدبینی مشـتریان در بازارهای مختلف قرار گرفته‌اند. واکاوی دلایل شکست در عرصه روابط عمومی بحث بسیار مفصلی محسوب می‌شود. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از اشتباهات روابط عمومی در دوران کرونایی است. این امر به شناخت هرچه بهتر از ماهیت عرصه روابط عمومی و افزایش شانس برندها برای فعالیت بهتر کمک خواهد کرد.

۱. انتخاب تیترهای نامناسب

اطلاع‌رسـانی در زمینـه کرونا همیشـه همراه بـا انتخاب تیترهای جذاب اسـت. برخـی از برندها در ایـن زمینه مهارت چندانی ندارند. شـاید برخـی از برندها توانایی انتخاب تیترهای مناسـب برای اخبار و اطلاعیه‌های‌شـان را داشـته باشـند، اما ایـن امر به طور کلـی مهارتی در حوزه روزنامه‌نگاری اسـت. روزنامه‌نگارهـای حرفـه‌ای در کمترین زمان ممکـن و فقط با مطالعه تیتر یک اطلاعیـه یا مقاله امکان تشخیص میزان رعایت اصول حرفه‌ای در آن را دارند.

اگـر تیم روابط عمومی یـک برند در زمینه انتخاب تیترهای مناسـب برای مقـالات و اطلاعیه‌هایش مشکل دارد، باید پیش از بروز هرگونه مشکل دیگری اقدام به بازاریابی مناسب نماید. این امر اغلب مورد بی‌توجهی برندها قرار می‌گیرد. برخی از کسـب و کارها به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف تیترهای آزمایشی را امتحان می‌کنند. این امر تاثیر منفی بر روی ارزیابی مشتریان از یک برند دارد بنابراین باید به فکر راهکاری مناسب‌تر بود. یکی از توصیه‌های مناسب در این میان فراهم‌سازی فرصـت مناسـب برای اعضای تیم بازاریابی و روابط عمومی به منظـور حضور در دوره‌های روزنامه‌نگاری نیمه حرفه‌ای است. این امر مهارت آنها برای طراحی تیترهای مناسب را افزایش می‌دهد.

۲. از دست دادن فرصت اولیه

با بروز هر رویدادی باید نسـبت به اطلاع‌رسـانی درست به مشـتریان اقدام کرد. بسیاری از برندها در این زمینه مهارت کافی ندارند. وظیفه اصلی تیم روابط عمومی رفتار دقیق مانند یک تیم حرفه‌ای است. اسـتفاده از سرویس ایمیل برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از آخرین اخبار امر رایجی محسوب می‌شود. یکی از نکات مهم در این میان استفاده از ایمیل حرفه‌ای با پسوند شرکت است. اگر از سرویس‌های عمومی نظیر جی‌میل استفاده شود، اغلب برندها با مشکلات عمده‌ای از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه خواهند شـد بنابراین استفاده از دامنه اختصاصی برند راهکار مناسبی خواهد بود.

برندها باید هویت مشـخصی برای مخاطب هدف داشـته باشند بنابراین استفاده از ایمیل‌های شخصی اعضای تیم روابط عمومی به هیچ وجه ایده مناسـبی نخواهد بود. هرچه جلوه حرفه‌ای یک کسـب و کار بیشتر رعایت شود، شانس بالاتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فراهم می‌گردد.

۳. از دست دادن زمان

تعامل با روزنامه‌نگارها برای انتشار اخبار مربوط به برند در رسانه‌ها ایده تازه‌ای نیست. این امر در طول دوران کرونا برای تعامل میان برخی از برندها و مشتریان‌شان مدنظر قرار گرفته است. یکی از نکات مهم در این رابطه توجه به میزان تعامل نزدیک میان یک برند با رسـانه‌ها در طول دسـت‌کم ۱۰ سال گذشته اسـت. برخی از برندها رابطه خوبی با رسـانه‌ها دارند. این امر پوشـش اخبار آنها را آسان‌تر خواهد کرد. یکی از اشـتباهات برندها در زمینه تعامل با رسـانه‌ها مربوط به از دسـت دادن مداوم زمان است. هرچه همکاری میان تیم روابط عمومی و رسـانه‌ها سـریع‌تر شکل گیرد، شانس بیشـتری برای فعالیت بهینه مطرح خواهد شد.

تعامل نزدیک با رسـانه‌ها همیشـه مزیت بهره‌مندی از پوشش خبری‌شان را دارد. اگر یک کسب و کار در طول سال‌های اخیر رابطه مناسبی با رسانه‌ها نداشته است، دلیل این امر باید در حوزه روابط عمومی جست‌وجو شود. بسیاری از برندها به طور مداوم سطح ارتباط‌شان با رسانه‌ها را کاهش می‌دهند. این امر در موقعیت‌های بحرانی هزینه‌های بسیار زیادی برای برند موردنظر به همراه خواهد داشت.

۴. شخصی‌سازی اخبار

شخصی‌سـازی اخبار به طور مداوم ایده مناسـبی نیست. بدون تردید تمام مردم از شیوع ویروس کرونا آسـیب دیده‌اند. این امر شرایط بسیار دشـواری برای تمام مردم دنیا ایجاد کرده است. نکته مهم در این میان توجه به وضعیت تمام مردم در سراسـر دنیاسـت. برخی از برندها در زمینه پوشـش روابط عمومی این بحران به طور مداوم به خودشـان ارجاع می‌دهند. این امر نوعی شخصی‌سـازی مضر برای کسـب و کارها محسوب می‌شود.

اطلاع‌رسانی اخبار در مورد کرونا در بخش روابط عمومی برندها باید به طور کامل صورت گیرد. این امر نیازمند فاصله‌گیری از شرایط ناگوار برند و همدردی با سایر مردم است.

۵. فراموشی هدف اصلی

هدف اصلی تیم روابط عمومی حفظ ارتباط میان برند و مخاطب هدف است. گاهی اوقات کسب و کارها این نکته مهم را فراموش می‌کنند. به این ترتیب مشـکلات بسـیار زیادی برای آنها از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ایجاد می‌شود.

اسـتفاده از تجربه موفق سـایر برندها برای حفظ ارتباط با مشتریان همیشـه به کار برندهای کوچک می‌آید. بدون شـک هر کسب و کاری سـرمایه‌گذاری قابل ملاحظه‌ای در زمینه روابط عمومی دارد. این امر شـرایط بسیار دشواری برای آنها از نظر سـطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ایجاد خواهد کرد. اگر سـرمایه‌گذاری یک برند همراه با شکست باشد، تا مدت‌ها مشکلات عمده‌ای در این زمینه گریبانگیر آنها خواهد بود.

ارسال پیام‌ها و ایمیل‌های بی‌ارتباط با مشکل جاری کرونا نقش مهمی در کاهش انگیزه مشتریان برای تعامل با برندها دارد. این امر به طور مداوم برای برندها مشـکلات عمده‌ای را فراهم خواهد کرد بنابراین شاید گاهی اوقات باید اندکی استراحت به بخش روابط عمومی داد. در غیر این صورت کیفیت کاری این تیم به شدت افت خواهد کرد.

منبع: prdaily.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
شنبه | ۲۴ آبان ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۶۲ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

غلبه بر چالش‌ها: پیامی به خودِ جوان‌تر

وقتی جوان‌تر بودم، در نوجوانی، فکر می‌کردم هرگز پیر نمی‌شوم. سنین ۳۰، ۴۰ و ۵۰ به نظر من باستانی و بسیار دور می‌رسید. به نظر می‌رسید افـرادی که دارای مشـاغل، زندگی مشـترک و فرزند هسـتند کارهای خسـته‌کننده‌ای انجام می‌دهند. من تازه یک جوان سـرکش بودم که از زندگی لذت می‌بردم و به فعالیت‌هایی مربوط به مدرسه، خانه و دوستان می‌پرداختم. با ما همراه باشـید تا ببینیـد جوانی به چه توصیه‌هایی نیاز دارد. با این وجود با هر روز تولد، واقعیت پیر شـدن بر من طلوع می‌کرد. همان‌طور که بالغ شدم، مسئولیت‌ها در حال اضافه شدن بودند. شاید در ۱۲ سـالگی می‌توانستم بی‌خیال باشـم اما در ۱۴ سالگی احساس کردم انتظار بیشـتری از من می‌رود. شروع کردم به توجه به سایر جوانان مانند خودم که در دانشگاه‌ها و رشته‌های ورزشی سرآمد هستند و احساس کردم که تحت فشـار قرار گرفتم که من هم باید همین کارها را انجام دهم. در واقع، من می‌توانستم ببینم که نیاز به برنامه‌ریزی دارم، این به‌خودی‌خود دستاورد بسـیار بزرگی بود. اگر می‌دانستم که اکنون چه می‌دانم، تفاوت بزرگی در سبک زندگی من ایجاد می‌کرد. روز دیگر از خودم پرسیدم که اگر در سال‌های قبل فرصتی برای برقراری ارتباط با خود جوان‌ترم داشتم چه چیزی به او می‌گفتم (چه چیزی منطقی اسـت؟) در اینجا به برخی از چیزهایی که در این سال‌ها آنها را فهمیده و یاد گرفته‌ام اشاره می‌کنم:

۱. به خاطر چیزهای کوچک به زحمت نیفت

در هر لحظه، به نظر می‌رسـد که تجربیات بد تا ابد ادامه خواهد یافت. اگر آنها را حل نکنید مانند این است که آنها دائمی‌اند. زندگی همیشـه چالش‌های خود را خواهد داشـت، هر چیز بدی را از بین ببریـد، درس خود را یاد بگیرید، آنچـه را می‌توانید برطرف کنید و منتظر بمانید تا اوقات خوب دوباره اتفاق بیفتد.

۲. وقت بگذار تا دریابی چه چیزی را دوست داری و در اغلب اوقات آن را انجام می‌دهی

هرچه زودتر درباره چیزهایی که دوست دارید یا ندارید بیاموزید، زودتر شخصیت و کاراکتر خود را تعریف خواهید کرد. دانستن خود به شما کمک می‌کند که زندگی مناسبی با آموزش درست، حرفه و سایر اهداف زندگی را انتخاب کنید. در غیر این صورت، ممکن است بسیاری از سال‌های ابتدایی خود را در سردرگمی تلف کنید.

۳. یک مورد یا مهارتی را انتخاب کن که در آن خوب بوده و صاحب برتری خاصی در آن زمینه هستی

طی کاوش در شخصیت خود با امتحان کردن مهارت‌های جدید، چیزهایی را پیدا خواهید کرد که نسبت به آنها خوش‌فکر هستید و دوست دارید انجام‌شان دهید. شما این موارد را با تعریف و نتیجه‌ای که پس از انجام آنها به دست می‌آورید، شناسایی خواهید کرد.

آن چیزی را انتخاب کنید که باعث درخشش شما شود و حرفه‌ای را از آن برای شما به همراه داشته باشد. شما به احتمال زیاد در انجام کارهایی که به آن اشـتیاق دارید، تغییـری در جهان ایجاد کرده و زندگی خوبی کسب خواهید کرد هرچه زودتر بفهمید، بهتر است.

۴. نترس که افراد اشتباه را از زندگی خود جدا کنی

شرکت اشتباه می‌تواند زندگی شما را خراب کند، به همین دلیل اسـت که هرگز نباید از جدا شـدن از افرادی که احساس می‌کنید برای شـما خوب نیستند، بترسـید، ارزش‌ها (البته در ظاهر) یا آن چیزهایی از زندگی خود را که به طور کلی سـمی هسـتند را حفظ نکرده و ادامه ندهید. در غیر این صورت، شما ممکن است بسیاری از سال‌های باارزش خود را در شرکت اشتباهی هدر دهید که مطمئناً در سال‌های بعد از بابت آن پشیمان خواهید شد.

۵. مربیان و الگوهای خود را پیدا کن و از آنها یاد بگیر

همیشه کسی هست که کاری را انجام دهد که شما دوست دارید مانند او خوب انجام دهید. شما با تبدیل این افراد به مربیان خود و یادگیری از موفقیت‌ها و شکست‌های آنها، منحنی یادگیری خود را کاهش می‌دهید. این نه تنها در حرفه شما بلکه در زندگی شما نیز صدق می‌کند. فرد بالغی را انتخاب کنید که به روشی زندگی می‌کند که شما نیز دوست دارید به مانند او در آینده زندگی کنید و از آنها تقلید کنید. در صورت امکان، از مربیان خود راهنمایی بگیرید، آنگاه از بسیاری گودال‌هایی که در جوانی ممکن است گرفتارش شوید دور شده و در امان خواهید ماند.

۶. به طور مداوم خود را برای بهترشدن پیشرفت بده

مهم نیسـت با چه کسی سر و کار دارید یا کجا هستید، همیشه راهی وجود دارد که بتوانید خود را بهتر کنید. اگر تحقیق کنید، افراد زیـادی را پیدا خواهید کرد که ضمن مقابله با فقر، ناتوانی، درگیری و سـایر شرایط چالش‌برانگیز مهارت‌های شگفت‌انگیزی داشته و در خود پرورش داده و کامل کرده‌اند. این چیز کوچکی نیست که شما از آن عبور می‌کنید. به یاد داشته باشید که اگر فقط بر روشی کوچک متمرکز شـوید که بتوانید هر روز زندگی خود را بهتر کنید، متوجه می‌شوید که کیفیت زندگی شما نیز بهتر می‌شود.

۷. برای تفریح و خانواده وقت بگذار

درحالی که زندگی به جدی بودن شما احتیاج دارد، شما را به تفریح نیز فرا می‌خواند. سعی کنید مسائل را خیلی جدی نگیرید. بااین‌حال، سعی کنید تمرینات سرگرم‌کننده‌ای را انجام دهید که برای سلامتی شما هیچ ضرری نداشته باشد و می‌توانید با دوستان و خانواده خود دنبال کنید. چیزی که من را به هدف نهایی‌ام می‌رساند، خانواده همه چیز است. تمام تلاش خود را کنید تا روابط عالی با خانواده و دوستان خود ایجاد کنید. در پایان، بعد از اینکه به همه‌چیز رسیدید، آنها همان‌هایی هستند که شما می‌خواهید در کنارتان حضور داشته باشند.

نتیجه: اینها مواردی است که دوست دارم به خود جوان‌ترم بگویم. اگر فرصتی داشتید، نکاتی را به خود جوان‌ترتان بگویید آنها چه چیزهایی خواهد بود؟ دیدن دیدگاه‌های مختلف و یادگیری آنها جالب خواهد بود.

منبع: pickthebrain/ucan