

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

بورس تهران در ۲ روز ابتدای هفته سبزپوش شد
و بیش از ۳۵ هزار واحد رشد کرد

بازگشت امید به بورس

فرصت امروز: بورس تهران دو روز ابتدایی هفته را سبز شروع کرد و با رشد بیش از ۳۵ هزار واحدی در میانه کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد ایستاد...

۵

آیا بحران کرونا باعث مرگ سفرهای تجاری می‌شود؟

احیای صنعت سفر تا ۸ سال آینده

با شیوع کرونا، صنعت سفر در دنیا زمین گیر شد. از یک طرف، بسته شدن مرزها و از طرف دیگر، قرنطینه و نگرانی از ابتلا به بیماری در صورت سفر باعث شد تا صنعت توریسم آسیب زیادی متحمل شود. برخی از خداحافظی با دنیایی که می‌شناختیم صحبت می‌کنند و برخی دیگر می‌گویند ما هیچ‌گاه به شرایطی که قبل از اپیدمی کرونا داشتیم، بازخواهیم گشت. این مسئله برای میلیون‌ها نفری که در صنعت سفر مشغول به کار هستند و کشورهایی که اقتصاد سفرمحور دارند، مسئله‌ای بسیار مهم است. سؤال این است که آیا پاندمی کرونا به معنای مرگ صنعت سفری است که ما می‌شناختیم؟ آیا دنیای سفر و تقاضا برای سفر برای همیشه تحت...

۲

«فرصت امروز» از تبعات افزایش ۱۰درصدی قیمت بلیت هواپیما گزارش می‌دهد

جزئیات افزایش قیمت پروازهای داخلی

۳

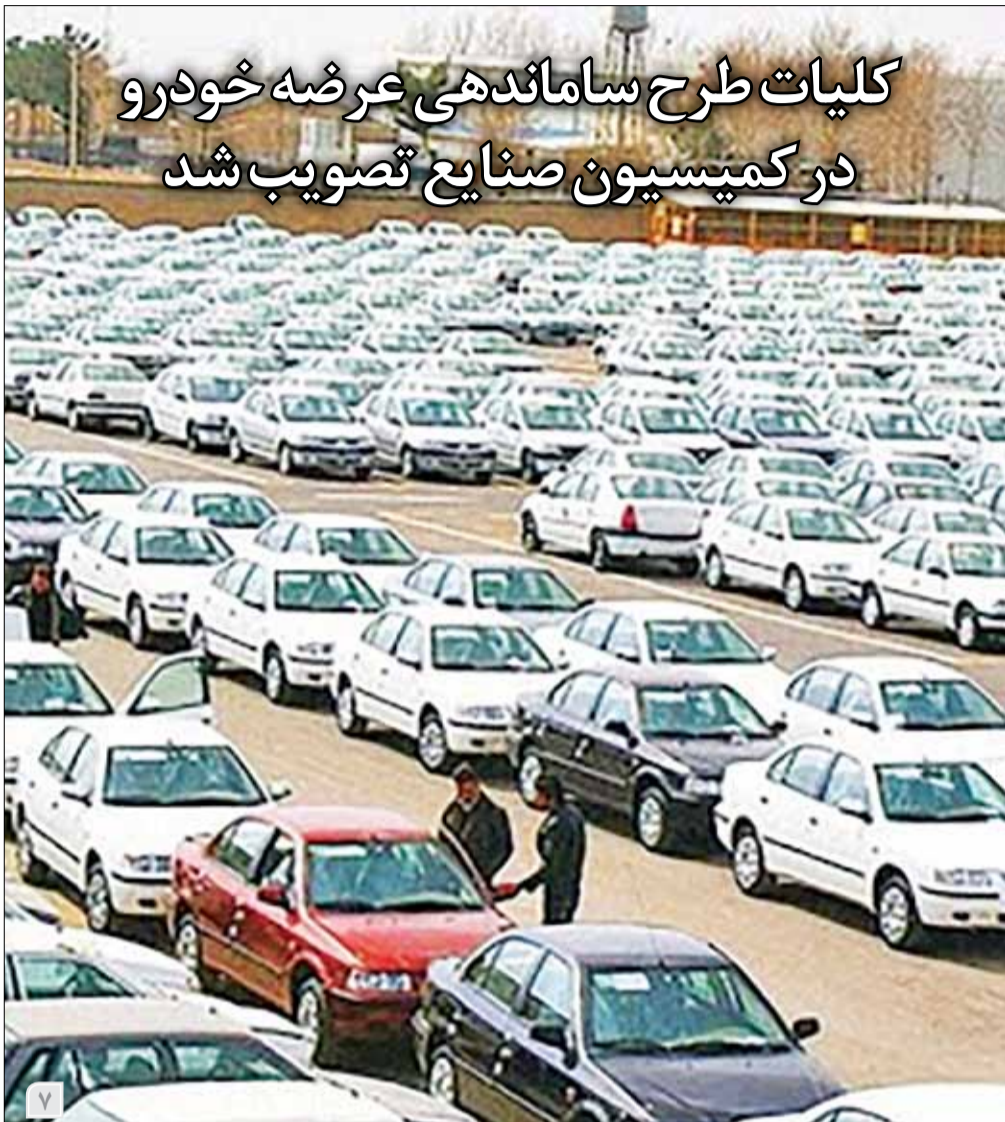
مدیریت و کسب‌وکار



اوبر احتمالاً واحد خودران خود را به استارت‌آپ Aurora می‌فروشد

- فرآیند پیش‌بینی در کسب و کارهای فصلی چگونه است؟
- اشتباهات رایج برندها در شبکه‌های اجتماعی
- مایکروسافت به شایعات ایکس باکس پاسخ داد
- گوگل در ایمن تر خواهد شد
- بهبود کیفیت بازاریابی پیش از سال نو
- چگونه فروش تلفنی اثربخشی داشته باشیم؟

۸ تا ۱۶



کلیات طرح ساماندهی عرضه خودرو در کمیسیون صنایع تصویب شد

سرمقاله

آسیب‌شناسی فرآیند کنترل و نظارت بر بازار با رویکرد تحریم‌مدارانه

غلامعلی رموی
کارشناس اقتصادی

در شرایطی که اقتصاد ایران در سه سال گذشته با تبعات جنگ اقتصادی تمام عیار جهان غرب به رهبری آمریکا دست و پنجه نرم می‌کند، نگاهی آسیب‌شناسانه به فرآیند مدیریت، کنترل و نظارت بر بازار نشان می‌دهد که این حوزه به تناسب انتظارات و نیازهای اقتصادی بازار از رشد و توسعه حداقلی برخوردار نشده است، زیرا نوسانات موجود در بازار و کمبودهای عارضی بر آن همواره به عنوان دغدغه اصلی جریان تولید تا مصرف مطرح بوده است. بسیاری از تولیدکنندگان، نوسان بازار مواد اولیه و برخی از کمبودهای تامین آن را عامل اصلی افزایش قیمت محصول نهایی می‌دانند، حال آنکه دولت براساس اطلاعات موجود در تامین مواد اولیه اعم از تولید یا واردات آن مطابق با اقتضانات کشور در چارچوب تقریبی نیازها اقدام کرده است. از سوی دیگر، جریان مصرف از افزایش لجام گسیخته قیمت کالا و خدمات در کشور که بسیاری نوسانات قیمت ارز را علت اصلی آن می‌دانند، ابراز شکایت می‌کند.

ادامه در همین صفحه

آسیب‌شناسی فرآیند کنترل و نظارت بر بازار با رویکرد تحریم‌مدارانه

بازه زمانی تحت تاثیر برخی از القائات ناصواب دچار ادغام و تفویض وظایف در سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان شد و این ساختار جدید نیز به سبب برخی از محدودیت‌های قانونی عملاً امکانی برای انجام وظایف مورد انتظار خود پیدا نکرد.

در تحلیل شرایط موجود بازار باید گفت که در حال حاضر، بازار کالا و خدمات و کلیه فرآیندهای مرتبط بر زنجیره تولید تا مصرف از خلأ وجود یک نهاد نظارتی منسجم، هدفمند و دارای اختیارات مناسب رنج می‌برد و تلاش می‌شود تا با انجام اقدامات مختلفی نظیر شکلگیری و فعالیت نهادهای موزی مانند ستاد تنظیم بازار و بازرسی و نظارت صنفی، این خلأ جبران شود. موضوعی که به سبب خلأهای قانونی و عدم همخوانی اختیارات با سطح نیازها نمی‌تواند توقعات و انتظارات را برآورده نماید.

انجام فعالیت‌های جزیره‌ای و گسسته نهادهای متولی عملاً باعث ایجاد شکاف‌هایی در زنجیره تولید تا مصرف شده است، چنانچه بسیاری از سیاست‌ها و برنامه‌های کلان اقتصادی در حوزه بازار به سبب عدم یک روند نظارتی و کنترل هوشمندانه با مشکلات و چالش‌های اجرایی بسیاری همراه است. از سوی دیگر، انجام فعالیت‌های بازرسی از واحدهای تولید و صنفی نیز می‌تواند یک فعالیت نامن‌کننده از سوی برخی از فعالان اقتصادی تلقی شود، چراکه در شرایط کمبود و نارسایی و ایجاد محدودیت‌های تولید لاجرم جریان سالم بازار به سمت انجام فعالیت‌های مخل اقتصادی از قبیل احتکار، گرانفروشی و عرضه خارج از شبکه سیر می‌کند و روند بازرسی نیز نمی‌تواند تاثیر جدی بر سمت و سوی بازار داشته باشد.

با توجه به موارد پیش گفته به نظر می‌رسد که در حال حاضر، جریان اقتصادی کشور نیازمند وجود یک نهاد نظارتی و کنترلی حاکمیتی با اول، وجود قانون جامع مدیریت، نظارت و کنترل بازار که در آن حدود

اینکه اقتضانات همیشگی اقتصاد کشور در این دوران، ضرورت نظارت و کنترل هوشمندانه را به عنوان جزء لاینفک مدیریت اقتصادی کشور مطالبه می‌نماید. البته عملکرد نهادهای نظارتی و کنترلی در این زمان و ارائه الگوهای ناقص از یک فرآیند بازرسی سخت و برخوردی بر موقفیت دیدگاه‌های سلبی نظارت افزوده است.

سابقه بازرسی و نظارت در نیم قرن گذشته نشان می‌دهد که طرح مبارزه با گرانفروشی طی سال‌های ۱۳۵۳ تا ۱۳۵۶ در دوره اجرای برنامه پنجم عمرانی از سوسی حکومت پهلوی به مرحله اجرا درآمد؛ عملکردی که در آن روزانه تعداد زیادی بازرسی برای کنترل و نظارت روانه بازارها می‌شدند و طی آن، بازاریابی را که براساس معیارهای آنها مبادرت به گرانفروشی و احتکار کالا و خدمات می‌کردند، مورد بازخواست و برخورد قانونی قرار می‌دادند. سیاستی که خیلی زود آشکار و نتایج زاینبار آن بر همگان روشن گردید و این سیاست در پایان سال ۱۳۵۶ به پایان راه خود رسید و عملاً شکست خورد.

در دوران انقلاب اسلامی، اجرای قانون تعزیرات اول و دوم در دهه ۷۰ باعث شکلگیری و فعالیت سازمانی تحت عنوان سازمان بازرسی و نظارت بر قیمت توزیع کالا و خدمات گردید که این سازمان از جوانانی تحصیلکرده و علاقه‌مند به مباحث مرتبط با تنظیم و نظارت بر بازار تشکیل شده بود. این سازمان علاوه بر بعد بازرسی دارای ابعاد بسیار مهمتری به عنوان حوزه کارشناسی و تحلیل فرآیندهای مرتبط بر بازار بود که کلیه فعالیت‌ها در حوزه موجودی کالا، پیش‌بینی نیاز بازار و ارائه نظرات کارشناسی دقیق و علمی را مدنظر قرار می‌داد و راهبردهایی برای جلوگیری از وقوع بحران به نهادهای تصمیم‌ساز ارائه می‌نمود. این سازمان با توجه به اهداف و چشم‌اندازهای ترسیمی می‌توانست تا حدودی نیازها و خلأهای موجود در بازار کالا و خدمات کشور را مرتفع نماید، ولی متأسفانه این سازمان در یک

ادامه از همین صفحه
این درحالی است که بسیاری از کارشناسان و همچنین افراد فعال در زنجیره تولید تا مصرف، عدم وجود مدیریت و نظارت هوشمندانه را به عنوان یکی از آسیب‌های اصلی جریان بازار تلقی می‌کنند. از منظر اقتصاد سیاسی، سابقه قریب به ۴۲ سال از حیات انقلاب اسلامی نشان می‌دهد که راهبرد تحریم به عنوان یکی از اصول خدشه‌ناپذیر و ثابت کشورهای غربی خصوصاً ایالات متحده آمریکا علیه نظام اقتصادی ایران مطرح بوده است بنابراین برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در راستای واکنسینه کردن اقتصاد ایران در مقابل رویکردهای تحریم‌مدارانه بایستی به عنوان یکی از اصول اساسی سیاست‌های اقتصادی دولت‌های مختلف با هر گرایش و نحله فکری در اولویت قرار گیرد. یکی از این مباحث، موضوع نظارت و کنترل زنجیره تولید تا مصرف است که لازم است به عنوان یکی از راهبردهای مهم در سلامت اقتصاد ایران مدنظر قرار گیرد، زیرا این موضوع می‌تواند تا حدود زیادی بستتری مناسب برای ایجاد رقابت سالم در بازار فراهم نماید.

ارزیابی عملکرد دولت‌های مختلف جمهوری اسلامی در سال‌ها و دهه‌های گذشته نشان می‌دهد که فرآیند مدیریت و کنترل بازار طی این دوران همواره به منزله یک ضرورت اصلی و درجه یک برای سلامت بازار مورد توجه بوده و همواره تحت‌الشعاع سیاست‌ها و دیدگاه‌های اجرایی اقتصادی دولت‌های مختلف قرار داشته است و دولتمردان در دوره‌های مختلف تلاش کرده‌اند تا در جهت کسب آرای حداکثری ائتلاف جامعه (اعم از تجار، بازرگانان، فعالان اقتصادی و...) این موضوع را در حد یک ابزار سیاسی مدنظر قرار دهند. البته در این بین، دیدگاه‌های اقتصادی برخی از صاحب نظران و کارشناسان متأثر از مکاتب مختلف اقتصاد سرمایه‌داری و ارائه قرائت‌های خاصی از آن نیز بر این تاکید افزوده است؛ غافل از

کشورمان در کجای پژوهش‌های جهانی کرونا ایستاده است؟

ایران در رتبه دوازدهم پژوهش کووید-۱۹

درمانی و تصویربرداری تشخیصی، بیشترین موضوعاتی بودند که مورد بررسی قرار گرفته‌اند. به گفته پژوهشگران این مطالعه استراتژی کلی پیش رو در مبارزه با بیماری کووید-۱۹ در بسیاری از کشورهای موفق، پیشگیری و بهداشت بوده است و لازم است در مقطع کنونی این موضوع مقدم بر درمان قرار گیرد. بر همین اساس تلاش برای یافتن اقدامات پیشگیرانه، تقویت آموزش بهداشت عمومی و یافتن اقدامات بهداشتی موثر جهت مواجهه با این ویروس، مستلزم افزایش تحقیقات بهداشتی است. این محققان با توجه به یافته‌های به‌دست‌آمده می‌گویند: «با توجه به موج گسترده ابتلا و شیوع ویروس در سطح دنیا، علاوه بر کشف دارو و واکسن، مطالعات بیشتری باید در سطح دنیا در راستای یافتن روش‌های پیشگیرانه نوین و هوشمند در حوزه‌های آموزش بهداشت، قرنطینه‌سازی، ایزولاسیون، بیماری‌یابی، مدیریت بحران، غربالگری، توسعه دورکاری و فاصله‌گذاری اجتماعی صورت گیرد.» پژوهشگران این مطالعه معتقدند که با ظرفیت‌های علمی موجود، نقش ایران و دانشگاه‌های علوم پزشکی در انتشار تجارب علمی مرتبط با اپیدمی کووید-۱۹ قابل ارتقا است. باید برنامه‌ریزی دقیقی برای تسریع فرآیند انتشار تجربیات مرتبط با موضوع ویروس جدید کووید-۱۹ صورت گیرد. گفتنی است نتایج این مطالعه به صورت مقاله علمی پژوهشی با عنوان «تحلیل خوشه‌های موضوعی و ترسیم نقشه علمی پژوهش‌های حوزه کووید-۱۹ در پایگاه علمی اسکوپوس» در مجله طب نظامی وابسته به دانشگاه و پژوهشگاه علوم پزشکی بقیه‌الله (عج) منتشر شده است.

علمی به ترتیب در «Journal of Medical Research»، «BMJ Clinical Research»، «Virology» و «Lancet» چاپ شده بودند. طبق بررسی‌های انجام شده: کشورهای ایالات متحده آمریکا (۲هزار و ۸۱۹ نفر)، چین (۲ هزار و ۳۴۲ نفر)، ایتالیا (هزار و ۴۶۶ نفر) و انگلستان (هزار و ۲۴۴ نفر) بیشترین تعداد نشر علمی در حوزه کووید-۱۹ را داشتند و ایران با ۳۱۸ نشر علمی رتبه دوازدهم را به خود اختصاص داده بود.

دانشگاه «Huazhong» چین، دانشگاه «هاروارد» آمریکا، موسسه تحقیقاتی «Inserrn» فرانسه، دانشگاه «میلان»، دانشگاه «رم» ایتالیا و دانشگاه «پوسی‌ال» انگلستان تاکنون بیشترین نقش را در تولید محتوای علمی مرتبط با ویروس کووید-۱۹ در جهان داشته‌اند. در ایران نیز دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران، شهید بهشتی، شیراز، ایران، تبریز و بقیه‌الله (عج)، بیشترین محتوای علمی مرتبط با این موضوع را منتشر کرده‌اند.

موضوعات بررسی شده در این مقالات نشان داد که سه خوشه اصلی در فعالیت‌های پژوهشی مرتبط با کووید-۱۹ شکل گرفته است که به ترتیب در موضوعات تحقیقات بهداشتی، تحقیقات علوم پایه و تحقیقات بالینی هستند. در تحقیقات بهداشتی جنبه‌های اپیدمیولوژیک بیماری، بهداشت عمومی، پیشگیری و کنترل عفونت مرکزیت اصلی پژوهش را به خود اختصاص داده‌اند. در حوزه تحقیقات علوم پایه تمرکز اصلی بر جنبه‌های ویروس‌شناسی، ایمونولوژی و ژنتیک ویروس است و در خوشه تحقیقات بالینی نیز علاقه بالینی بیماری، روش‌های

پژوهشی، علم‌سنجی است. علم‌سنجی در توصیف، تبیین و پیش‌بینی وضعیت علمی پژوهشگران و مراکز پژوهشی در عرصه‌های گوناگون ملی و بین‌المللی کاربردهای زیادی دارد و همواره روش‌های کارآمدی جهت پایش و رتبه‌بندی سازمان‌ها، پژوهشگران، مجلات و کشورها ارائه می‌کند. پژوهش‌ها، پدیدارگرایی و مباحث علوم پزشکی دنیا، توجه به تحلیل‌های علم‌سنجی اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. از سوی دیگر ارزیابی تولیدات علمی کشورهای مختلف می‌تواند به شناسایی مشکلات، تنگناها و کاستی‌های موجود در این زمینه کمک کرده و به هدایت درست پژوهش‌ها در راستای اهداف کلان سیاست‌گذاری کمک کند.

با توجه به نکات مطرح شده؛ پژوهشگران مرکز تحقیقات مدیریت سلامت دانشگاه علوم پزشکی بقیه‌الله (عج) در مطالعه‌ای موضوعات پژوهش‌های منتشرشده حوزه کووید-۱۹ را مورد تحلیل قرار دادند. «محمد مسکروپور امیری»، «طه نصیری» و «پرینسا مهدی‌زاده»؛ پژوهشگرانی بودند که در انجام این پژوهش مشارکت داشتند. برای انجام این پژوهش کلیه اسنادی که تا تاریخ ۳۱ مه ۲۰۲۰ توسط پژوهشگران در حوزه ویروس کووید-۱۹ در پایگاه استنادی اسکوپوس ثبت شدند، مورد بررسی قرار گرفت.

براساس یافته‌های به‌دست‌آمده، تا تاریخ موردنظر، ۱۲ هزار و ۲۰۱ نشر علمی در حوزه ویروس کووید-۱۹ در این پایگاه منتشر شده بود. بیشترین تعداد نشر

تعداد مبتلایان کرونا طبق آخرین آمارها از مرز ۵۴ میلیون نفر در جهان و ۷۶۲ هزار نفر در ایران گذشته است و کشورهای زیادی از جمله ایران به سمت وضع مجدد محدودیت‌ها و فاصله‌گذاری اجتماعی رفته‌اند. همچنین هفته گذشته بود که شرکت داروسازی فایزر آمریکا و شرکت بیوان تک آلمان در بیانیه‌ای از موفقیت ۹۰ درصدی واکسن گروهی خود خبر دادند و این خبر موج مثبتی از امیدواری را در جهان به وجود آورد. ایران نیز در حال ساخت واکسن کروناست و طبق آنچه مسئولان وزارت بهداشت خبر داده‌اند، ۸ واکسن ایرانی در فهرست کاندیداهای سازمان جهانی بهداشت قرار دارد. در همین حال، نتایج علم‌سنجی پژوهش‌های منتشرشده در حوزه کووید-۱۹ نشان می‌دهد که ایران با ۳۱۸ پژوهش، رتبه دوازدهم را در انتشار این پژوهش‌ها در جهان دارد که البته با توجه به ظرفیت‌های علمی موجود در کشورمان، این رتبه کم‌کم قابل ارتقا است.

با شروع پاندمی کرونا و گسترش روزافزون ویروس کووید-۱۹ در اولین روزهای سال ۲۰۲۰ میلادی، تلاش‌های جهانی برای مقابله با این همه‌گیری آغاز شد. گسترش چالش‌برانگیز و جهانی کرونا، موجب تولید علم قابل توجهی در این زمینه شده است. با این حال هنوز میزان نادانستی‌های دانشمندان از میزان دانستی‌های‌شان درباره بیماری کرونا بیشتر است و تحقیقات گسترده بر روی ابعاد مختلف این ویروس ادامه دارد.

شناسایی و ارزشیابی منظم برون‌دادهای علمی (مقالات، کتاب‌ها و... برای آگاهی از وضعیت موجود، اولویت زیادی دارد. یکی از روش‌های ارزیابی فعالیت‌های علمی

۶ پیشنهاد «تریو گلوبال» برای عبور از بحران کرونا

کسب‌وکار تنها پول در آوردن نیست

کمتر از چند ماه به یک سالگی پاندمی کرونا باقی مانده است و کسب و کارها همچنان با مشکلات و چالش‌های کرونایی دست و پنجه نرم می‌کنند. سوال این است که چگونه می‌توان به سلامت از بحران کرونا عبور کرد؟ در پاسخ به این پرسش، استارت‌آپ «تریو گلوبال» که برای بیرون کشیدن مردم از چاه تاریک افسردگی و ساخت سبک زندگی خالی از استرس شکل گرفته است، در تازه‌ترین مطلب خود به راه‌های گذر از کرونا پرداخته است. در این بین، ایالات‌متحده آمریکا در ماه‌های گذشته علاوه بر همه‌گیری کرونا دچار چالش‌های ناشی از تنش‌های نژادی هم بوده است بنابراین بخشی از کسانی که تجربه خود را با «تریو گلوبال» در میان گذاشته‌اند، مدیران، مدرسان و کارآفرینان سیاه‌پوست هستند.

✳️ کار داوطلبانه: داوطلب شدن به افراد امید می‌دهد و فرصت به اشتراک گذاشتن عشق را برای آنها فراهم می‌کند. کارن کوپرستین، استراتژیست بازار معتقد است که کار داوطلبانه باعث شده او و همسرش بتوانند در همه‌گیری کرونا دوام بیاورند. کارن می‌گوید: «از همان روزهای نخست همه‌گیری، مشخص بود که کرونا جامعه ما را هم از نظر مالی و هم روانی، تهدید می‌کند. من و همسرم از همان زمان برای انجام کار داوطلبانه آماده شدیم. قرار شد ما بین کلیساهای کانولیک در دالاس غذا پخش کنیم. ما ۱۹ هفته کار داوطلبانه را انجام دادیم، با اینکه گاهی هوا بسیار گرم بود و کار سخت می‌شد، نصف طولانی ماشین‌ها خسته‌کننده بود اما زمانی که مردم از ما تشکر می‌کردند، ما امیدوار می‌شدیم».

✳️ بسا هم بودن: جونل کرافورد، مدرس امور رهبری و هدایت کسب‌وکار است، او می‌گوید: «در صفحه فیس‌بوک نوشتم با توجه به تنش‌های نژادی که در دوره همه‌گیری، آمریکا را فرا گرفته، به‌عنوان یک سیاه‌پوست از تنهایی قدم زدن در محله می‌ترسم. خیلی زود یک پیام خصوصی از یکی از همسایه‌هایم دریافت کردم که خواسته بود با حفظ فاصله اجتماعی، با هم پیاده‌روی کنیم. او گفت هیچ‌کس نباید از پیاده‌روی در این محله احساس ناامنی کند».

✳️ حمایت از والدین شغلاغ: فرانچسکو اورانتو، توسعه‌دهنده کسب‌وکار است، او با همه‌گیری کرونا مجبور شد در خانه کار کند. فرانچسکو می‌گوید: «همکاران من با احترام ما من رفتار کردند. آنها من را درک کردند. زمانی که در خانه کار می‌کنید، باید خیلی سریع از یک مادر یا پدر به یک کارمند یا مدیر بخش تبدیل شوید. روزهای کاری اکنون این‌طور شده است، اما مهربانی و قدرت درک همکاران من، به من به اعتمادبه‌نفس داد. احساس خوشایند فهمیده شدن، به من کمک کرد تا به بهترین شکل به‌عنوان والدین و عضوی از یک گروه به کار خود ادامه دهم».

✳️ برای کسی که بیمار است دل بسوزانید: ایزابل بارت، مدیر بازار در آوریل گذشته به سرطان مبتلا شد. او می‌گوید که همراهی همکارانش و حمایت آنها باعث شده دست‌وپنجه نرم کردن با بیماری برای او آسان شود. ایزابل می‌گوید: «وقتی به دلیل بیماری توانستم چند هفته در محل کار حاضر شوم و کارهایم را انجام دهم، احساس گناه کردم. به‌ویژه که همه برای کار حضوری دچار چالش شده بودند. هفته گذشته، آنها برایم یک بسته غافلگیرکننده از یادداشت‌های شخصی فرستادند که به بهبودی و آرامش من کمک کرد. من از همکاری که به من توجه کردند ممنونم و از اینکه زمانی را برای پیدا کردن راهی برای کمک کردن به من اختصاص دادند.»

✳️ ارتباط دوباره با دوستان: جودی وودبریج، نویسنده است. او می‌گوید: «زمانی که در قرنطینه بودیم، یکی از دوستانم، کیلی با من تماس گرفت. ما، ماهی یکبار هم با هم حرف نمی‌زدیم. وقتی شماره او را دیدم، فکر کردم اشتباهی به من زنگ زده است. او با خوش‌رویی توضیح داد که اشتباهی در کار نیست و تماس گرفته تا مطمئن شود، حال من خوب است. او می‌خواست در این دوره سخت با یکی از دوستانش شادی و عشق را قسمت کند و من خوشحالم از اینکه او من را برای این کار انتخاب کرد. ما گفت‌وگوی خوبی داشتیم و تصمیم گرفتیم هر از چندگاه این گفت‌وگوها را تکرار کنیم. من پس از آن، با چهار نفر از دوستان قدیمی‌ام تماس گرفتم تا اثر مثبتی که تماس کیلی بر من داشت را منتشر کنم.»

✳️ ارتباط با غریبه‌ها: آکیلا داردن، مدیر گروه داردن است. او می‌گوید: «من یک مدیر بازارایی در شرکت داشتم که از طریق فیس‌بوک برایم پیغام فرستاد و خیلی ساده گفت می‌خواهد ببیند چطور می‌تواند به من به‌عنوان زنی سیاه‌پوست و مدیر یک کسب‌وکار، کمک کند و از من حمایت کند. او گفت تنها به دنبال همدردی یا توافق نیست بلکه تصمیم دارد کسب‌وکار من را به شبکه خود وصل کند. بسیار خوشحال و سپاسگزارم که او من را پیدا کرد و تلاش می‌کند از امکاناتی که دارد، برای کمک به دیگر کسب‌وکارها استفاده کند. به‌ویژه از یک زن آفریقایی-آمریکایی که صاحب کسب‌وکار است.»

علاقه‌مندان تا ۲۷ آبان فرصت دارند

مدرسه‌استارت‌آپی هوش مصنوعی بر گزار می‌شود

مدرسه استارت‌آپی هوش مصنوعی، روپدادی است که با هدف حمایت از شکل‌گیری کسب‌وکارهای مبتنی بر این حوزه و استفاده از ظرفیت دانش و فناوری در حل مسائل کشور، توسط مرکز توسعه مهارت‌های اقتصاد دیجیتال و با همکاری بخش خصوصی و شتاب‌دهنده تخصصی هوش مصنوعی و با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود.

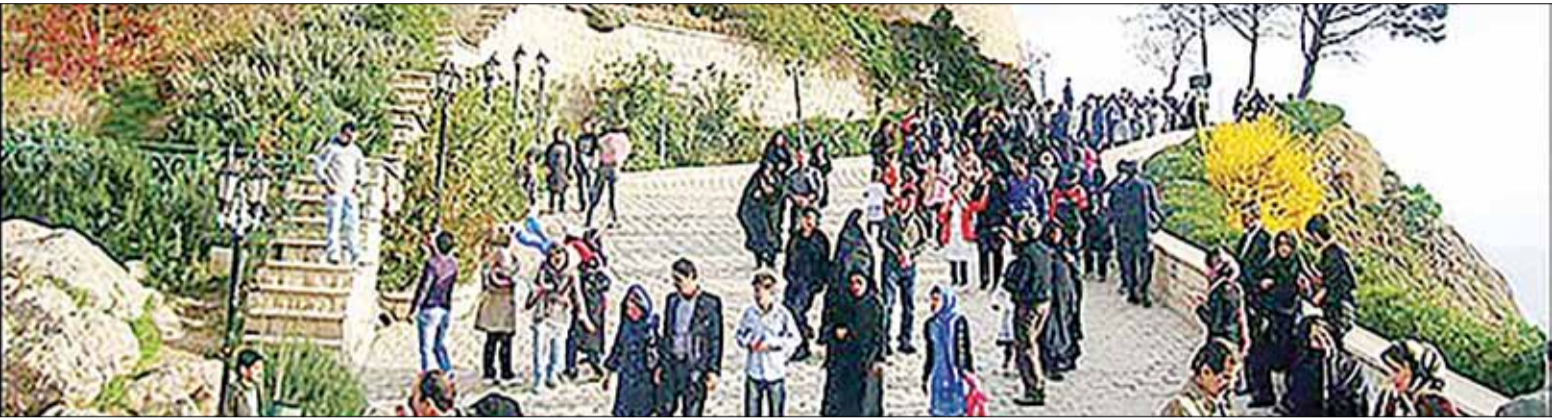
در این مدرسه استارت‌آپی، امکان استفاده از آموزش‌های تخصصی موردنیاز برای توسعه کسب‌وکار در حوزه هوش مصنوعی، استفاده از تجربه و دانش مدرسان زیست‌بوم استارت‌آپی کشور و تمرکز بر مسائل و اولویت‌های واقعی بازار کار به‌عنوان محوریت شکل‌گیری تیم‌های استارت‌آپی در نظر گرفته شده است.

ارائه فضای استقرار برای آموزش‌های تخصصی و منتورینگ طی دوره و سنسجش توان فردی به‌منظور تشکیل تیم‌های استارت‌آپی از جمله خدماتی است که شرکت‌کنندگان در این روپداد از آن بهره‌مند می‌شوند. همچنین ایده‌ها و تیم‌های برتر به شتاب‌دهنده‌ها و نهادهای حمایتی معرفی خواهند شد. براساس اعلام معاونت علمی، علاقه‌مندان برای حضور در این روپداد و ثبت‌نام تا ۲۷ آبان‌ماه امسال فرصت دارند.

www.forsatnet.ir

آیا بحران کرونا باعث مرگ سفرهای تجاری می‌شود؟

احیای صنعت سفر تا ۸ سال آینده



سال ۲۰۰۸ مقایسه کرد. در آن زمان یک مشکل اقتصادی در دنیا ایجاد شده بود و منطقی به نظر می‌رسید که بعد از برطرف شدن این مشکل اوضاع دوباره اصلاح شود ولی هم‌اکنون ما در میانه یک پاندمی بزرگ قرار داریم؛ مسئله‌ای که سلامت و اقتصاد دنیا را هم‌زمان تحت تأثیر قرار داده است و بدون شک از بحران سال ۲۰۰۸ بزرگ‌تر است،

ولی به نظر می‌رسد بررسی الگوی سال ۲۰۰۱ و حملات تروریستی به برج‌های دوقلو تناسب بیشتری با شرایط امروز داشته باشد. ما با بحران بزرگی روبه‌رو هستیم که تقاضا برای سفر را به شدت کاهش داده و بسیاری از شرکت‌های هوایی‌می را به ورشکستگی کشانده است. از طرف دیگر با توسعه سریع تکنولوژی و ورود آن به زندگی روزمره روبه‌رو هستیم. هر دو مسئله می‌تواند شرایط را به کلی تغییر دهد ولی تجربه سال ۲۰۰۱ نشان داد ما با مرگ صنعت سفر روبه‌رو نخواهیم بود و انتظار می‌رود این صنعت در آینده اصلاح شود.»

همچنین یکی از صنایع مهم در صنعت سفر، صنعت حمل‌ونقل هوایی است. بدون شک احیای این دو صنعت به هم وابسته است. اتحادیه بین‌المللی حمل‌ونقل هوایی در سال ۲۰۱۵ گزارشی در مورد سرعت احیای صنعت حمل‌ونقل هوایی بعد از شوک‌های بزرگ و کوچک اقتصادی تهیه کرد. طبق این گزارش، برای احیای صنعت حمل‌ونقل هوایی بعد از شوک‌های کوتاه‌مدت به‌طور متوسط ۵ سال زمان موردنیاز است، اما علی‌رغم این مسئله، دنیا شاهد یک رشد پایدار و مستمر ترافیک هوایی از دهه ۷۰ میلادی تاکنون بوده است.

ارتباط بین شوک‌های کوتاه‌مدت با پنازه ۵ ساله موردنیاز برای احیای صنعت حمل‌ونقل هوایی، منبع اطلاعاتی خوبی در اختیار ما قرار می‌دهد. طبق این گزارش، شوک کوتاه‌مدت، شوکی است که حداکثر شش ماه ادامه داشته باشد و بعدازاین بازه زمانی روند بازسازی اقتصادی شروع شود بنابراین شوک ناشی از همه‌گیری کرونا در دسته شوک‌های کوتاه‌مدت قرار نمی‌گیرد. هرچه پاندمی طولانی‌تر باشد، روند احیای اقتصاد و احیای صنعت حمل‌ونقل هوایی هم طولانی‌تر خواهد بود ولی بدون شک ما بازگشت به وضعیت قبل را تجربه خواهیم کرد. اتحادیه بین‌المللی حمل‌ونقل هوایی متوسط بازه زمانی موردنیاز برای احیای این صنعت در صورت تداوم بحران کرونا تا انتهای سال ۲۰۲۰ میلادی را بالغ‌بر ۸ سال پیش‌بینی کرده است.

سفرهای تجاری در دوره پساکرونا احیا می‌شود

طی سال‌های گذشته همیشه سفر برای بازرگانان و صنعتگران بخش مهمی از کارشان بوده است. این سفرها برای بازاریابی یا خرید کالا‌های مختلف انجام می‌شده است. انتظار می‌رود بعد از پایان بحران کرونا، توجه به ارتقای سطح بهداشت و درمان در کشورهای درحال توسعه افزایش یابد زیرا در بحران‌هایی این‌چنینی، ضعف سیستم درمانی در یک منطقه می‌تواند سرعت انتقال ویروس را بیشتر کند. در نتیجه شرکت‌های فعال در زمینه ارائه تجهیزات پزشکی و درمانی بازار پرونقی خواهند داشت.

به نوشته مجمع جهانی اقتصاد، «در سال‌های اخیر سفرهای هوایی برای خرید دستگاه‌ها و تجهیزات پزشکی در دنیا رواج زیادی پیدا کرده است و این صنعت در شرایط کنونی که دنیا با بحران سلامتی بزرگی روبه‌رو است، از اهمیت بالایی برخوردار است. انتظار می‌رود در سال‌های آتی بازمهم سفرهای تجاری این گروه به جریان بیفتد زیرا اهمیت صنعت سلامت در دنیای پساکرونا افزایش پیدا خواهد کرد.»

مجمع جهانی اقتصاد برای آگاه شدن از دیدگاه شرکتهای بزرگ تأمین تجهیزات پزشکی در ۵ کشور صنعتی دنیا اقدام به مصاحبه با ۱۵ شرکت واردکننده تجهیزات پزشکی به هر یک از کشورها کرد. این شرکت‌ها اذعان داشتند در وضعیت کنونی به دلیل بحران کرونا

پاندمی کرونا چگونه باعث تغییر کسب‌وکارها می‌شود؟

روی دیگر کسب‌وکارها پس از کرونا

چند روز پیش بود که شرکت داروسازی فایزر آمریکا و شرکت بیوان‌تک آلمان در بیانیه‌ای از موفقیت ۹۰ درصدی واکسن کرونای خود خبر دادند و این خبر موج مثبتی از امیدواری در بین شهروندان و بازارهای مالی برانگیخت. اما حتی اگر این واکسن به زودی به تولید انبوه برسد و در دسترس کشورها قرار بگیرد، باز هم بهبود اقتصادی در برخی از بخش‌ها ممکن است سال‌ها طول بکشد، چراکه پاندمی کرونا باعث دگردیسی اساسی در ساختار اقتصادی شده و چهره کسب و کارها را به کلی تغییر داده است. در این راستا، موسسه «مک‌کنزی» در جدیدترین گزارش خود به بررسی چگونگی دگردیسی کسب و کارها در بحران کرونا پرداخته است.

✳️ صنعت خودرو: «مک‌کنزی» پیش‌بینی کرده که با همه‌گیری کرونا، ۱۰۰میلیارد دلار از سود صنعت خودرو از بین می‌رود. همچنین انتظار می‌رود که فروش در سال ۲۰۲۰ میلادی، ۲۰ تا ۳۰ درصد کاهش یابد، اما خودروسازان پیش از کرونا هم با اختلالاتی روبه‌رو بودند، از جمله امپمبیل‌های خودروان، کارخانه‌های خودکار و اشتراک خودرو که می‌تواند آنها را به عقب برگرداند. البته فرصت‌هایی هم وجود دارد و این فرصت‌ها شامل تغییر عظیم خرید آنلاین و ظهور خدمات اشتراک نرم‌افزار هم می‌شود که مردم را قادر می‌سازد از برنامه‌های

صندلی گرم‌کن یا قابلیت رانندگی کامل استفاده کنند.
✳️ صنعت رستوران: «مک‌کنزی» هشدار داد که سالن غذاخوری داخل رستوران‌ها ممکن است ماه‌ها با احتمالاً حتی سال‌ها، به وضعیت قبل از بحران برنگردد. برای اپراتورهای رستوران فول‌سرویس این به معنای توسعه یک مدل اقتصادی طولانی‌مدت است. البته فرصت‌هایی برای بهینه‌سازی و مهندسی دوباره منوها و قیمت‌گذاری‌ها وجود دارد. این ممکن است شامل پیدا کردن تعادل مناسب پیشنهادهای ویژه و

فصل پر حاشیه مانند پیش‌غذا، مهمانی‌ها، دسرها و نوشیدنی‌ها باشد.
✳️ صنعت بانکداری: به اعتقاد «مک‌کنزی»، برای بانک‌ها همه‌گیری همه‌چیز را تغییر داده است. تیم‌های مدیریت ریسک سخت‌کار می‌کنند تا از چالش‌های ریسک اعتباری دور بمانند. این موسسه انتظار دارد که پذیرفنونیسی خودکار برای مشتریان خرده‌فروش و مشاغل کوچک به اجرا درآید و این باعث کاهش تلفات شود. محاسبه اعتبار یک کسب‌وکار کوچک با استفاده از نرم‌افزار به‌جای اینکه کارمندان تصمیم بگیرند، می‌تواند ۱۰ تا ۱۵ درصد از حاشیه سود را افزایش دهد.
✳️ صنعت بیمه: به گفته «مک‌کنزی»، ادغام و تملک (M&A) خصوصاً در تکنولوژی بیمه، یک استراتژی اصلی برای بیمه‌های سنتی خواهد بود. شرکت‌های فناوری بیمه (insurtech) و شرکت‌های فن‌تک (شرکت‌های

بسیاری از جلسات و خریدهای خود را به‌صورت آنلاین انجام می‌دهند ولی بدون شک بعد از پایان بحران کرونا سفرهای تجاری خود را از سر خواهند گرفت. آنها حضور در محل کار خانه تولیدکننده تجهیزات موردنظر را برای انتخاب و انجام مذاکرات خرید ضروری می‌دانند. افراد مصاحبه‌شونده اعلام کردند در ماه‌های اخیر سفرهای کاری به کشورهایی که مرزها را نبسته‌اند و برای سفر به آنها نیاز به طی کردن دوره قرنطینه ۱۴ روزه وجود نداشته است، را شروع کرده‌اند ولی در این ماه‌ها بخش اعظم سفرهای کاری یا با خودرو یا با قطار انجام شده است و تمرکز روی خرید تجهیزات از کارخانه‌های موجود در منطقه بود. به‌عنوان مثال شرکتی که در فرانسه کار می‌کرد تلاش می‌کرد تا تجهیزات موردنیازش را از کارخانه‌های کشورهای اطراف خریداری کند و سفرها هم با قطار یا خودرو انجام شود.

انتظار می‌رود ازسرگیری سفرهای بین‌قاره‌ای تجاری با سرعتی کمتر از دیگر انواع سفرها انجام بشود و آخرین مناطقی که امکان سفر بین آنها فراهم شود، آمریکای شمالی و جنوبی است که هر دو منطقه درنتیجه بحران کرونا آسیب زیادی متحمل شده‌اند. طبق پیش‌بینی‌های کنونی، سفرهای تجاری از انتهای اکتبر سال جاری به‌تدریج از سر گرفته می‌شود. البته نگرانی از احتمال ابتلا باعث می‌شود تا تعداد سفرها کمتر از قبل باشد ولی همین که این صنعت به‌تدریج احیا می‌شود، می‌تواند دوببخش روزهای بهتری باشد.

جلسات مجازی جایگزین جلسات حضوری نیست

با وجوداینکه از جلسات مجازی می‌توان به‌عنوان جایگزینی برای جلسات حضوری در دوره‌های بحرانی استفاده کرد ولی در حالت کلی حضور افراد در یک محیط به‌خصوص برای تصمیم‌گیری‌های بزرگ و مهم امری ضروری است. به همین دلیل است که نمی‌توان انتظار داشت در آینده صنعت سفرهای تجاری از بین برود و حتی برخی پیش‌بینی می‌کنند این سفرها هم رشد کند زیرا توسعه بهداشت و درمان در کشورهای درحال توسعه دنیا به امری مهم و ضروری تبدیل می‌شود و شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات پزشکی برای تأمین تجهیزات موردنیاز آنها، سفرهای زیادی انجام خواهند داد. در واقع حضور فیزیکی کارشناسان برای فروش تجهیزات به کشورهای هدف، چک کردن آن در بازار مصرف و درنهایت ارائه دوره‌های آموزشی امری مهم و ضروری است.

از سوی دیگر، آموزش‌های لازم در زمینه توسعه استفاده از تکنولوژی در مشاغل مختلف داده نشده است. بسیاری از مدیران هنوز با اصول انجام کار به‌صورت غیرحضوری یا انجام جلسات مجازی آشنایی ندارند و دوره آموزشی برای آنها با توجه به مشغله و حجم کارشان، نیاز به زمان زیادی دارد. همچنین باید بتوان انتظار داشت که این صنایع را هم در نظر گرفت. برخلاف صنعت تأمین تجهیزات پزشکی که در این مقاله در مورد آن صحبت شده است، دیگر صنایع در این روزها با چالش‌های زیادی روبه‌رو هستند و افت تقاضا برای محصولات آنها باعث شده است تا شمار زیادی از شرکت‌ها تعطیل شوند یا اقدام به تعدیل نیرو بکنند. بدون شک افت میزان درآمد شرکت‌های صنعتی می‌تواند تقاضا برای سفرهای تجاری را نیز کمتر کند که البته با احیای اقتصاد این معضل برطرف خواهد شد.

مسئله دیگر هم تغییر رویکرد اغلب کشورهای صنعتی در عرصه تجارت است. بسیاری از کشورهای صنعتی در مورد ضرورت تولید در داخل کشور صحبت می‌کنند و از تأمین تجهیزات و مواد اولیه از کشورهای بیگانه در کمترین فاصله جغرافیایی با آنها قرار دارند، صحبت می‌کنند. اگر این طرح‌ها به حقیقت تبدیل شود، ممکن است سفرهای طولانی‌مدت بین‌قاره‌ای کاهش یابد و تقاضا برای سفر در داخل قاره‌ها افزایش یابد.

خبرنامه



روحانی در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت: هدف بودجه ۱۴۰۰ قطع وابستگی بودجه به نفت است

رئیس جمهور با تشریح چارچوب تدوین بودجه سال آینده، تأدیه بخش عمده مطالبات کارکنان، بازنشستگان و سازمان‌های بازنشستگی و به سرانجام رساندن بخش مهمی از پروژه‌های عمرانی در برنامه بودجه سال ۱۴۰۰ را زمینه مناسبی برای تدوین برنامه هفتم توسعه دانست. حسن روحانی روز یکشنبه در یکصد و هشتاد و یکمین جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی، درباره چارچوب بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور گفت: هدف اصلی بودجه سال ۱۴۰۰ بر کاهش هزینه‌ها، افزایش درآمد‌ها، کاهش تصدی‌گری‌های دولت، توسعه دولت الکترونیک، قطع وابستگی مستقیم بودجه به نفت، رونق و جهش تولید و اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی استوار شده است. رئیس جمهور افزود: لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ در چارچوب برنامه کلی اصلاح ساختار بودجه، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، با رویکردهای «رشد بلندمدت از طریق تمرکز بر صادرات غیرنفتی»، «مقابله فعالانه با شیوع ویروس کرونا و کاهش آثار منفی اقتصادی آن»، «تسریع در تکمیل طرح‌های تملک‌داری‌های تولید»، «تسهیل فضای کسب و کار»، «توجه به معیشت مردم با اولویت کالاهای اساسی» و «توسعه الگوی مشارکت عمومی- خصوصی» تدوین خواهد شد. روحانی اظهار داشت: بودجه دستگاه‌ها باید فرصت‌های جدید و منابع جدید درآمدی غیرمتکی به نفت برای کشور ایجاد نماید، بدون اینکه موجب به‌هم‌خوردگی تعادل قیمت کالاها و خدمات در همان بخش یا سایر بخش‌ها و دستگاه‌ها شود. همچنین چالش‌های پیش روی کشور را که با بودجه در ارتباط است حل کند و موجب تسهیل فرآیند اجرایی بودجه شود. رئیس جمهور تصریح کرد: تقویت و حمایت از تولیدات و ساخت داخل و تمرکز بر سیاست توسعه صادرات به خصوص صادرات غیرنفتی با تأکید خاص بر کشورهای همسایه و اوراسیا و ایجاد روابط بلندمدت تجاری و کاهش تعرفه‌ها در توافقات دو یا چندجانبه بین‌المللی از اصلی‌ترین ابزارها برای مقابله با تحریم‌ها هدف‌گذاری شده است.

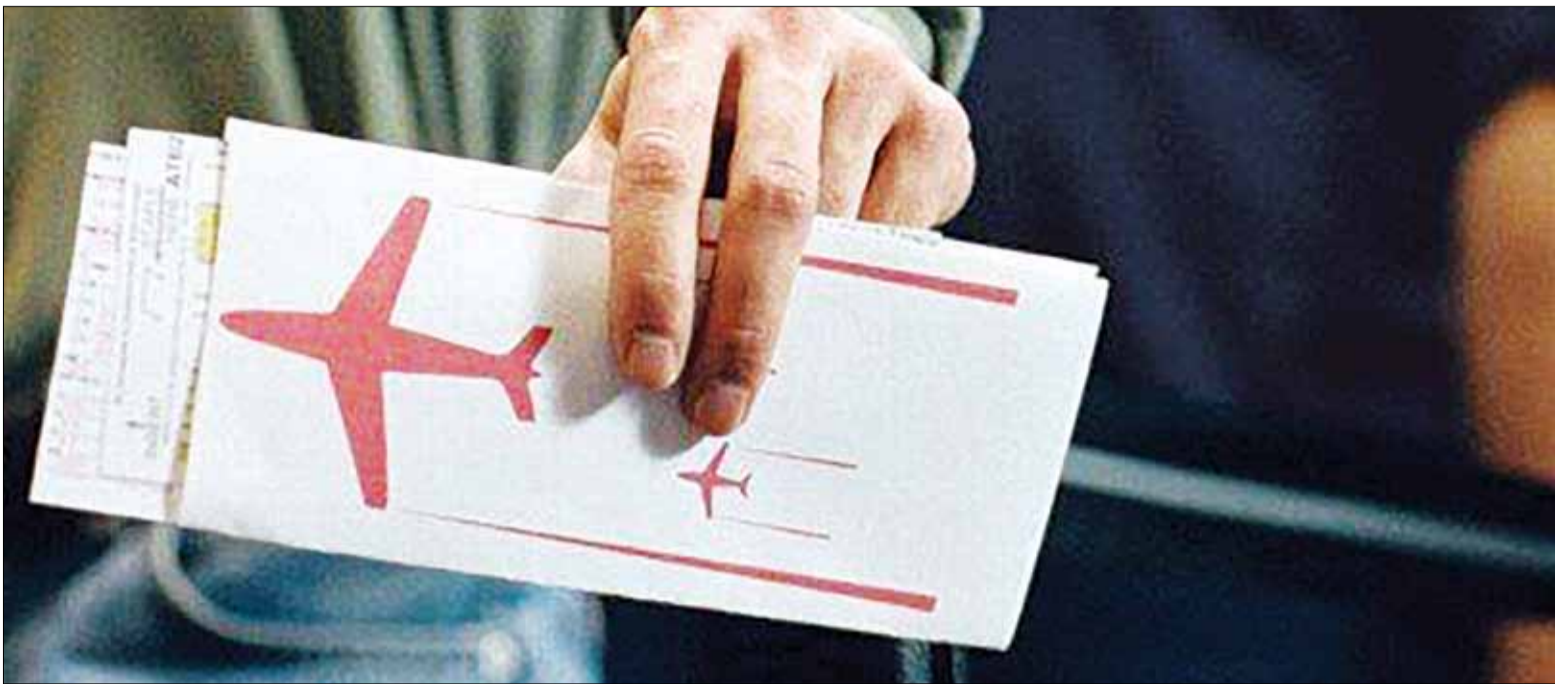
با رأی شورای نگهبان

یارانه پیشنهادی ۱۲۰ هزار تومانی لغو شد

با رد طرح تأمین کالای اساسی از سوی شورای نگهبان، وعده پرداخت یارانه ۱۲۰ هزار تومانی عملی نخواهد شد. به گزارش ایسنا، تأمین کالای اساسی طرحی بود که مجلس یک فوریت آن را مصوب کرد و دلیل آن را هم توزیع مناسب کالای اساسی از طریق کالابرگ یا کارت الکترونیک اعلام کرد. از همان ابتدا دولت با این طرح به دلالی از جمله بار مالی آن موافقتی نداشت، نوبت- رئیس سازمان برنامه و بودجه - در این رابطه اعلام کرده بود سازوکار الکترونیکی کردن توزیع کالاهای اساسی در سطح گسترده در کشور وجود ندارد و قطعاً با مشکلاتی مواجه خواهد شد. اما در هر صورت طرح در سازمان برنامه و بودجه مورد بررسی کارشناسی قرار گرفت. به هر ترتیب در مدت اخیر طرح تأمین کالاهای اساسی به تصویب نهایی مجلس رسید ولی خبری از کالابرگ و یا کارت الکترونیک نبود بلکه بازهم پرداخت نقدی باید انجام می‌شد، طبق مصوبه مجلس دولت ملزم به پرداخت یارانه تأمین کالاهای اساسی شده به گونه‌ای که مبلغ ۱۲۰ هزار تومان برای هر یک از افراد سه دهک اول و ۶۰ هزار تومان برای سایر دهک‌ها به حساب یارانه نقدی این خانوارها باید در هر ماه واریز می‌شد. اما در حالی طرح مجلس برای بررسی به شورای نگهبان رفت که در نهایت مورد تأیید قرار نگرفت. آنچه که کدخدایی، سخنگوی شورای نگهبان در رابطه با طرح تأمین کالاهای اساسی اعلام کرده از این حکایت دارد که به دلیل بار مالی که برای دولت ایجاد خواهد شد و دولت آن را تقبل نکرده است، اعضای شورای نگهبان با این طرح مخالفت کرده‌اند. در طرح مصوب مجلس، حدود ۳۰ هزار میلیارد تومان در سال برای دولت بار مالی ایجاد می‌شود که محل تأمین آن را به نوعی در جابه‌جایی ردیف‌های بودجه و همچنین فروش اموال پیش‌بینی کرده بود که ظاهراً شورای نگهبان آن را تأیید نکرده است. بر این اساس فعلاً امکان اجرای طرح تأمین کالای اساسی وجود ندارد مگر آنکه دولت و مجلس در رابطه با تأمین مالی این طرح راهکاری پیش‌بینی کنند. این در شرایطی است که دولت در حال حاضر در سال حدود ۴۲ هزار میلیارد تومان بابت یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی، ۳۰ هزار میلیارد تومان برای کمک معیشتی از محل افزایش قیمت بنزین می‌پردازد که حدود ۷۰ هزار میلیارد تومان است؛ رقمی که به دلیل توزیع گسترده بین اقشار پردرآمد و کم‌درآمد بارها مورد انتقاد بوده و تغییری در این رویه ایجاد نشده است. با این حال مجلس که خود همواره از مخالفان توزیع یارانه نقدی به این نحو بوده و دولت را بارها مکلف به تغییر رویه در پرداخت نقدی کرده است اکنون بار دیگر توزیع نقدی با بار مالی ۳۰ هزار میلیارد تومانی را مصوب و دولت را مکلف به اجرای آن کرده است.

وزیر نیرو: مصرف برق ۲۰ میلیون نفر رایگان می‌شود

به گفته وزیر نیرو، حدود ۳۰ میلیون نفر از هموطنان مشمول تخفیف ۱۰۰ درصدی در چارچوب طرح برق امید خواهند شد. رضا اردکانیان شنبه شب با حضور در برنامه زنده تلویزیونی با بیان اینکه ۸۱۴ میلیون مشترک ما کم‌مصرف هستند که فقط ۶ درصد انرژی را در مقابل ۴۳ درصد مشترکان پرمصرف استفاده می‌کنند، چالش اصلی در بحث انرژی را اصلاح مصرف عنوان کرد و با تأکید بر رعایت الگوی مصرف گفت: در بخش خانگی حساسیت بالاتری به ویژه در شرایط کرونایی و حتی تابستان و زمستان وجود دارد. او درباره برق امید نیز گفت: اصلاً به دنبال جریمه برای تأمین منابع مالی نبودیم، هدف ما این است که تعداد پرمصرف‌ها کمتر و به مجموعه خوش‌مصرف‌ها اضافه شود. وزیر نیرو همچنین با اشاره به تجربه شرایط حدی در کشور در سه سال اخیر گفت: نوع مدیریت در چنین شرایطی با مدیریت منابع آب در شرایط معتدل و متوسط متفاوت است، چراکه هم باید امکان ذخیره بارش و سیلاب‌ها را داشته باشیم تا از خطرات سیلاب مصون بمانیم، همچنین ظرفیت آب شیرین را برای شرایط خشک و کم‌آبی ذخیره کنیم و هم اینکه در تسالی‌ها امکان گذر سیل را فراهم کنیم که خسارت کمتری بینیم. طبق اعلام وزارت نیرو، اردکانیان گفت: از سال گذشته به دلیل شرایط خوبی که داشتیم، ذخایر خوبی فراهم و حدود یک میلیارد متر مکعب بیابان سفیری سفره‌های زیرزمینی جبران شد و تالاب‌های زیادی سیراب شدند که سال‌های بسیاری این تالاب‌ها خشک بودند. همچنین امکانات آب شیرین در مخازن فراهم و خاک‌شویی‌های لازم در استان‌هایی مانند گلستان انجام شد که بازدهی کمتری در اثر سیلاب‌ها داشت.



و زمزمه‌های افزایش رسمی قیمت بلیت پروازهای داخلی، علی‌اصغر مونسان وزیر میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اولین نفری بود که در نامه‌ای به محمد اسلامی، وزیر راه و شهرسازی خواستار توقف خودسرانه افزایش قیمت بلیت هواپیماها شد.

رایزنی‌های مونسان در جلسات دولت ادامه داشت تا اینکه ۱۸ آبان او در نامه‌ای دیگری از وزیر دادگستری درخواست کرد که با متخلفان افزایش قیمت بلیت هواپیماها برخورد قانونی شود. او در این نامه نوشت: «با عنایت به اینکه برخی از شرکت‌های هواپیمایی به‌صورت خودسر و غیرقانونی و بدون اخذ مجوزهای قانونی اقدام به گران‌فروشی و افزایش افسارگسیخته قیمت بلیت هواپیما و پروازهای داخلی کرده‌اند و در تمسیت امور دستورها و مصوبات دستگاه‌های ذی‌ربط را مدنظر قرار نمی‌دهند. این موضوع موجب تحمیل ضرر و زیان به مصرف‌کنندگان شده و اعتراضات مردمی و شکایات فعالان صنعت گردشگری را در برداشته است و ضرورتاً نیازمند رسیدگی سریع و ورود دادگاه دستگاه‌های نظارتی و اجرایی کشور است.»

حداقل قیمت بلیت پروازهای داخلی

همانطور که گفته شد، با مصوبه جدید شورای عالی هواپیمایی کشوری، قیمت بلیت پروازهای داخلی در مسیرهای شصت‌گانه با مبدأ تهران، به میزان ۱۰ درصد بالا رفت و بر این اساس، حداکثر قیمت به پرواز تهران-چابهار با نرخ یک میلیون و ۸۶ هزار و ۵۸۰ تومان کمترین قیمت به پرواز تهران-سمنان با ۴۸۱ هزار و ۸۰۰ تومان اختصاص دارد. همچنین قیمت پرواز تهران-قشم یک میلیون و ۷۴ هزار و ۲۶۰ تومان، پرواز تهران- بندرعباس یک میلیون و ۶۵ هزار و ۴۶۳ تومان، پرواز تهران-زاهدان یک میلیون و ۱۹ هزار و ۷۰۰ تومان، پرواز تهران-کیش ۹۹۶ هزار و ۳۸۰ تومان، پرواز تهران-مشهد ۷۷۱ هزار و ۴۳۰ تومان، پرواز تهران-اهواز ۷۵۷ هزار و ۹۰۰ تومان، پرواز تهران-کرمان ۷۴۲ هزار و ۵۰۰ تومان، پرواز تهران-شیراز ۶۷۴ هزار و ۴۱۰ تومان، پرواز تهران-ارومیه ۶۵۳ هزار و ۱۸۰ تومان، پرواز تهران- تبریز ۶۰۹ هزار و ۱۸۰ تومان، پرواز تهران-بزد ۵۶۸ هزار و ۱۵۰ تومان، پرواز تهران-اردبیل ۵۴۸ هزار و ۲۰ تومان، پرواز تهران- اصفهان ۵۴۸ هزار و ۲۰ تومان، پرواز تهران-ایلام ۵۱۹ هزار و ۳۱۰ تومان، پرواز تهران-اراک ۵۰۵ هزار و ۴۵۰ تومان، پرواز تهران-رشت ۵۰۵ هزار و ۴۵۰ تومان، پرواز تهران-زنجان ۵۰۵ هزار و ۴۵۰ تومان، پرواز تهران-سراسر ۵۰۵ هزار و ۴۵۰ تومان، پرواز تهران-سراسر-کرمان ۵۰۵ هزار و ۴۵۰ تومان، پرواز تهران-همدان ۵۰۵ هزار و ۴۵۰ تومان و پرواز تهران-سمنان ۴۸۱ هزار و ۸۰۰ تومان تعیین شده است.

به لزوم رعایت حداکثر ۶۰ درصدی ظرفیت هواپیماها از اول آبان امسال و نوسان‌های قیمتی و اقتصادی، خواستار ارائه صورت‌های مالی حسابرسی شده و مورد تأیید سال ۱۳۹۷ و ۹۸ و شش‌ماهه نخست ۱۳۹۹ به سازمان هواپیمایی کشوری شد تا براساس بررسی‌های مالی دقیق، تصمیمات لازم برای حمایت از ایرلاین‌ها گرفته و تسهیلات لازم برای برون‌رفت از شرایط حاکم اتخاذ شود.

هفدهم آبان ماه نیز مجتبی یوسفی، رئیس کمیسیون عمران مجلس، افزایش ۱۲۰ درصدی قیمت بلیت هواپیماهای داخلی را غیرمنطقی دانسته و به ایسنا گفته بود که مصوبه ستاد کرونا به‌منظور استفاده ۶۰ درصدی از ظرفیت هواپیما را برای گرانی بلیت مطرح می‌کند، درحالی که در ۸ ماه گذشته در خیلی از مسیرها ظرفیت هواپیما پر نشده است. به گفته این نماینده مجلس، در بحث بلیت هواپیما نیز افزایش قیمت را به نرخ ارز و تحریم‌ها ارتباط می‌دهند درحالی که براساس نظرات کارشناسی، قیمت بلیت هواپیما تنها ۲۰ درصد از نرخ ارز تأثیر می‌پذیرد.

از سوی دیگر، طبق گفته حرمت‌الله رفیعی رئیس هیأت‌مدیره انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی، شرکت‌های هواپیمایی قرار بود نرخ‌ها را پلکانی افزایش دهند، اما در نخستین مرحله، قیمت‌ها بین ۱۰۰ تا ۱۲۰ درصد افزایش را تجربه کرده است. با این حال، در نشست شب شورای عالی هواپیمایی کشوری که با حضور نمایندگان وزارت اقتصاد، وزارت امور خارجه، عضو ناظر کمیسیون عمران مجلس، سازمان برنامه‌بودجه، دادستانی عمومی و انقلاب تهران، عضو مطلع شورای عالی هواپیمایی کشوری، رئیس هیأت‌مدیره و مدیرعامل هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران و نماینده شرکت‌های هواپیمایی داخلی برگزار شد، ۱۰ درصد به قیمت پروازهای داخلی افزوده شد و همچنین مقرر شد محدودیت ارزان‌ترین نرخ برای شرکت‌ها از جدول نرخنامه حذف شده و در نتیجه از این به بعد هیچ حداقل قیمتی وجود نخواهد داشت. همچنین هیچ شرکت هواپیمایی مجاز به افزایش قیمت، بالاتر از سقف تعیین شده نخواهد بود.

گردشگری، اولین قربانی افزایش قیمت پروازها

افزایش چند برابری قیمت‌های بلیت هواپیمایی در شرایطی رخ داده است که به دلیل محدودیت‌های ناشی از شیوع کرونا، سفرهای داخلی و خارجی در مقایسه با سال‌های گذشته به‌شدت کاهش یافته است و به گفته دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی، در ایام کرونا پروازهای داخلی ۴۸ درصد و پروازهای خارجی ۹۶ درصد کاهش داشته است. در همین راستا، هم‌زمان با افزایش خودسرانه قیمت بلیت ایرلاین‌ها

فرصت امروز: بالاخره پس از کشمکش‌های زیاد در یک ماه گذشته، با رأی شورای عالی هواپیمایی کشوری، قیمت بلیت هواپیما ۱۰ درصد نسبت به نرخ مصوب خردادماه افزایش یافت. افزایش قیمت بلیت هواپیما برای پروازهای داخلی در حالی اتفاق افتاده که مسئولان وزارت راه و شهرسازی پیش از این گفته بودند که برنامه‌ای برای افزایش قیمت بلیت هواپیما ندارند. حالا براساس مصوبه شنبه شب شورای عالی هواپیمایی کشوری، شرکت‌های هواپیمایی مجازند حداکثر ۱۰ درصد به سقف نرخنامه مصوب خردادماه اسمال اضافه کنند. بنابراین پرواز قشم-رشت با قیمت یک میلیون و ۹۴ هزار و ۳۹۰ تومان در صدر گران‌ترین پروازهای داخلی قرار دارد.

طبق مصوبه شورای عالی هواپیمایی کشوری، درحالی قیمت بلیت پروازهای داخلی نسبت به جدول نرخ خردادماه به میزان ۱۰ درصد افزایش یافته که محدودیت ارزان‌ترین نرخ برای شرکت‌ها نیز از این جدول حذف شده و از این به بعد هیچ حداقل قیمتی وجود نخواهد داشت. همچنین هیچ شرکت هواپیمایی مجاز به افزایش قیمت بالاتر از سقف تعیین شده نیست.

با اینکه هنوز نرخنامه جدید در سایت انجمن شرکت‌های هواپیمایی ثبت نشده است، اما ایرلاین‌ها حق ندارند بلیت پروازهای داخلی خود را بیشتر از ۱۰ درصد گران‌تر از نرخنامه قبلی بفروشند. همانطور که اشاره شد، بالاترین قیمت به پرواز قشم ایر اختصاص دارد و در شرایطی که حداکثر نرخ این پرواز در خردادماه امسال ۹۹۴ هزار ۹۰۰ تومان بود، حالا با مصوبه جدید شورای عالی هواپیمایی کشوری، قیمت بلیت آن به یک میلیون و ۹۴ هزار و ۳۹۰ تومان افزایش یافت. در پروازهای داخلی با مبدأ تهران نیز ۶۰ مسیر و مقصد مختلف وجود دارد که حداکثر قیمت به پرواز تهران-چابهار با نرخ یک میلیون و ۸۶ هزار و ۵۸۰ تومان و کمترین قیمت به پرواز تهران-سمنان با ۴۸۱ هزار و ۸۰۰ تومان اختصاص دارد.

قیمت بلیت پروازهای داخلی چطور افزایش یافت؟

با اینکه مسئولان وزارت راه و شهرسازی پیش از این اعلام کرده بودند که برنامه‌ای برای افزایش قیمت پروازهای داخلی در دستور کار این وزارتخانه قرار ندارد، اما قیمت بلیت پروازهای داخلی نسبت به نرخنامه اعلام شده توسط انجمن شرکت‌های هواپیمایی در خردادماه امسال ۱۰ درصد افزایش یافت. بیستم مهرماه امسال محمد اسلامی صراحتاً گفته بود که هرگونه افزایش قیمت بلیت هواپیما به‌صورت خودسرانه مورد تأیید ما نیست. وزیر راه و شهرسازی برای تعیین نرخ نهایی افزایش قیمت‌ها با توجه

بازار سیاه فروش امتیاز مسکن ملی

اوراق مسکن چند؟

از طرف دیگر امتیاز خانه دولتی یا تسهیلات یارانه‌ای مسکن به هر نفر در طول عمرش فقط یک بار واگذار می‌شود و اینکه برخی افراد با قیمت‌های پایین حاضرند این امتیاز را بفروشند قابل درک نیست. یکی از فروشندگان مسکن ملی می‌گوید که خودش خانه دارد. احتمالاً بسیاری دیگر از افراد که واحدهای اقدام ملی به نام‌شان درآمده مسکن در اختیار دارند، اما به هر حال فرم «حج» آنها سبب است و می‌خواهند از حق قانونی دریافت مسکن دولتی استفاده کنند. در همین حال، بسیاری از متقاضیان برای خرید مسکن به سراغ اوراق مسکن می‌روند و بررسی‌ها نشان می‌دهد قیمت اوراق مسکن نسبت به دو هفته گذشته روندی کاهشی داشته و متاهلین تهرانی برای دریافت این وام باید ۳۸ میلیون و ۶۸۸ هزار تومان پرداخت کنند، در حالی که این مبلغ در دهم آبان ماه، بیشتر از ۴۲ میلیون تومان بود. همچنین تسه فروردین، اردیبهشت و خرداد سال ۱۳۹۸ به ترتیب ۸۱ هزار و ۸۰۰، ۸۱ هزار و ۵۰۰ و ۸۱ هزار و ۴۰۰ تومان قیمت دارند. هر برگ از اوراق تسهیلات مسکن بانک مسکن در تیر با قیمت ۸۱ هزار و ۶۰۰، در مرداد با قیمت ۸۱ هزار و ۷۰۰ تومان و در شهریور با قیمت ۸۱ هزار و ۹۰۰ تومان داد و ستد می‌شود. قیمت اوراق مهر، آبان و آذر سال گذشته نیز ۸۱ هزار و ۸۰۰، ۸۲ هزار و ۸۱ هزار و ۵۰۰ تومان بوده و هر برگ اوراق تسهیلات مسکن در دی، بهمن و اسفند سال گذشته نیز با قیمت‌های ۸۱ هزار و ۷۰۰، ۸۲ هزار و ۲۰۰ و ۸۱ هزار و ۸۰۰ تومان داد و ستد می‌شود. بر این اساس، تسه (اوراق) فروردین، اردیبهشت و خرداد سال جاری به ترتیب ۸۲ هزار و ۷۰۰، ۸۲ هزار و ۱۰۰ و ۸۲ هزار و ۲۰۰ تومان قیمت دارند و هر برگ اوراق تسهیلات مسکن در تیر، مرداد و شهریور سال جاری نیز با قیمت ۸۲ هزار و ۳۰۰، ۸۲ هزار و ۲۰۰ و ۸۲ هزار و

امتیاز مسکن ملی در روز روشن فروخته می‌شود و با قیمت‌های متفاوت به شکل علنی در سایت‌های اینترنتی جریان دارد؛ این در حالی است که بارها وزیر و دیگر مسئولان وزارت راه و شهرسازی بر غیرقانونی بودن این معامله تأکید کرده‌اند.

ایسنا در گزارشی میدانی به این موضوع پرداخت و نوشت: با یک فروشنده در سیرجان تماس گرفتیم می‌گوید که ثبت‌نام را انجام داده و نامش تأیید شده است. حتی متراژ و موقعیت واحد مسکونی را می‌داند؛ فاکت، محله سسی وی جسی. ۴۰ میلیون تومان واریز کرده و امتیاز را فقط ۲۰ میلیون تومان می‌فروشد. یک قولنامه در نگاه املاک می‌نویسد و برای اینکه خریدار خیالش راحت باشد به میزان ۴۰ میلیون تومان پرداختی اولیه سفته می‌دهد. می‌گوید که وکالت‌نامه محضری هم می‌دهد. از او می‌پرسیم چه تضمینی وجود دارد که بعد از خرید و فروش سلب امتیاز نشود؟ سکوت می‌کند. به فروشنده دیگری که یک هفته قبل فروش امتیاز مسکن ملی در شهر داراب فارس را آگهی کرده رنگ زدیم، امتیاز هنوز فروش نرفته و نرخش از قبلی کمی پایین‌تر است. قیمت امتیاز را ۱۵ میلیون تومان تعیین کرده و می‌گوید که اسمش برای مسکن ملی پشت ترمینال درآمده و باید ۴۰ میلیون تومان تا ۱۰ روز دیگر واریز کند وگرنه امتیازش از بین می‌رود. او هم در دفتر املاک قرارداد می‌نویسد اما سفته نمی‌دهد. می‌گویم وکالت محضری چی؟ می‌گوید قولنامه معتبر است خیالت راحت!

اما خیال خریدار نباید خیلی هم راحت باشد. وزارت راه و شهرسازی اعلام کرده در صورت احراز خرید و فروش مسکن ملی، متقاضی سلب امتیاز می‌شود. اگر این هشدار عملی شود خریدار می‌ماند و پول از دست رفته‌ای که احتمالاً برای گرفتنش باید به دردرس بیفتد.

بانک نامه



سکه به مرز ۱۱ میلیون تومان عقب‌نشینی کرد

کاهش پلکانی قیمت دلار

قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در دومین روز هفته با کاهش حدود یک میلیون تومانی نسبت به روز شنبه به روند نزولی خود در کانال ۱۲ میلیونی ادامه داد و آماده ورود به کانال ۱۱ میلیون تومانی شد. روز یکشنبه بهای سکه تمام بهار آزادی طرح جدید به ۱۲ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان رسید و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم با کاهش ۶۰۰ هزار تومانی به قیمت ۱۲ میلیون تومان معامله شد. همچنین قیمت نیم‌سکه بهار آزادی با کاهش ۴۵۰ هزار تومانی به ۶ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان، ربع سکه با کاهش ۲۰۰ هزار تومانی، به ۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی با کاهش ۱۰۰ هزار تومانی نسبت به روز شنبه ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان تعیین شد. در بازار طلا نیز هر گرم طلای ۱۸ عیار با کاهش ۳۵ هزار تومانی به مبلغ یک میلیون و ۱۸۸ هزار تومان و هر مثقال طلا با کاهش ۱۵۰ هزار تومانی به بهای ۵ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان رسید. انس جهانی طلا نیز بدون تغییر نسبت به روز گذشته به قیمت هزار و ۸۹۰ دلار معامله شد. در بازار ارز نیز قیمت هر اسکناس دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی با افت ۲۰۰ تومانی نسبت به روز شنبه، به ۲۶ هزار و ۴۳۰ تومان رسید. در جریان معاملات روز یکشنبه در صرافی‌های بانکی، قیمت هر اسکناس دلار آمریکا با کاهش همراه شد و به ۲۶ هزار و ۴۳۰ تومان به فروش رسید. قیمت خرید هر اسکناس دلار نیز با روند کاهشی، به رقم ۲۵ هزار و ۴۳۰ تومان رسید. همچنین قیمت هر اسکناس یورو در صرافی‌های بانکی برای خرید ۳۰ هزار و ۳۰۰ تومان و برای فروش ۳۱ هزار و ۳۰۰ تومان تعیین شد.

بانک مرکزی برای نرخ فروش ارز در بازار متشکل ارزی سقف گذاشت

تصمیم مهم ارزی بانک مرکزی

بانک مرکزی به منظور ساماندهی معاملات بازار متشکل ارزی، سقف مجاز قیمت فروش ارز این بازار را یک درصد بالاتر از «قیمت پایانی سنا» تعیین و اعلام کرد هر کارگزار بیش از ۵۰۰ هزار یورو حق ذخیره ندارد.

به گزارش مهر، چند هفته‌ای است که بانک مرکزی به منظور ساماندهی معاملات بازار ارز، فروش ارز در قالب بازار متشکل ارزی را در دستور کار قرار داده که براساس آنچه که به عنوان گزارش عملکرد آن منتشر شده، در بسیاری از روزها، ارز عرضه شده از سوی بانک مرکزی، از سوی صرافی‌ها خریدار نداشته است.

بانک مرکزی این موضوع را عاملی برای عدم وجود تقاضای مؤثر در بازار ارز می‌داند و بر این اساس معتقد است که سطح عرضه بالاتر از تقاضا است و همین امر می‌تواند باعث ارز و نرخ‌های آن را مدیریت نماید. در عین حال صرافی‌ها هم معتقدند که بانک مرکزی برخی ضوابط سخت‌گیرانه را به عنوان الزام خرید از این بازار تعیین می‌کند که به نوعی کار را برای خرید سخت می‌کند که از جمله آن، عدم فروش ارز خریداری شده به صرافی دیگری است که البته بانک مرکزی، دلیل اصلی آن را عدم شکل‌گیری عملیات سفته‌بازی در این مسیر می‌داند.

بر این اساس، بانک مرکزی ضوابط جدیدی را برای معاملات بازار متشکل ارزی اعلام کرده که براساس آن، حاشیه سود یک درصدی فروش ارز خریداری شده از بازار متشکل ارز ایران تعیین شده و از سوی دیگر، اعلام شده که وضعیت باز ارزی کارگزاران توسط سامانه معاملاتی و سامانه سنا کنترل می‌شود.

آنگونه که در دستورالعمل جدید بازار متشکل ارزی آمده است، درخصوص کنترل حاشیه سود یک درصد، موضوع تبصره ماده ۷ «دستورالعمل نحوه انجام معاملات در بازار متشکل ارز ایران»، قیمت پایانی نمادهای معاملاتی بازار متشکل ارز ایران در بازه‌های زمانی ۱۵ دقیقه‌ای از ساعت ۱۰ صبح، در سامانه معاملاتی بازار با عنوان «قیمت پایانی سنا» نمایش داده می‌شود.

همچنین براساس این دستورالعمل که نسخه‌ای از آن در اختیار خبرگزاری مهر قرار گرفته، سقف مجاز قیمت فروش ارز خریداری شده از بازار متشکل ارز ایران براساس یک درصد بالاتر از «قیمت پایانی»، محاسبه و در سامانه سنا اعمال می‌گردد؛ به نحوی که امکان ثبت معامله فروش (با منبع خرید از محل بازار متشکل ارز) با قیمتی بالاتر از سقف مجاز امکان‌پذیر نخواهد بود.

مطابق با ضوابط تعیین شده از سوی بانک مرکزی، رأس ساعت ۱۰:۱۵ دقیقه، قیمت پایانی براساس معاملات انجام شده اعلام و تا ۱۵ دقیقه معتبر است؛ ضمن اینکه درخصوص کنترل خودکار وضعیت باز ارزی کارگزار، مطابق ماده ۹ «دستورالعمل نحوه انجام معاملات در بازار متشکل ارز ایران» به شرح زیر، اقدام می‌شود: آنگونه که در این دستورالعمل ذکر شده، وضعیت باز ارزی کارگزار در هر لحظه نمی‌تواند مجموعاً بیش از معادل ۵۰۰ هزار یورو از ارزشی مختلف باشد، اما باید توجه داشت که در محاسبه لحظه‌ای وضعیت باز ارزی کارگزار، تفاضل خرید و فروش‌های کارگزار صرفاً در بازار متشکل ارز ایران در روز جاری، با وضعیت باز ارزی روز قبل کارگزار جمع می‌گردد که این بدان معنا است که عملکرد روز جاری کارگزار در سامانه سنا، در محاسبه وضعیت باز ارزی لحظه‌ای کارگزار لحاظ نمی‌گردد.

از سوی دیگر، وضعیت باز ارزی کارگزار در هر روز به روش زیر محاسبه می‌شود: مجموع فروش‌های کارگزار در بازار متشکل ارز ایران (در روز مورد نظر) و فروش‌های ثبت شده کارگزار از منبع خرید از بازار متشکل ارز ایران در سامانه سنا (در روز موردنظر) از مجموع خریدهای کارگزار در بازار متشکل ارز ایران (در روز موردنظر) کسر می‌گردد.

بانک مرکزی معتقد است که نتیجه این محاسبه، با وضعیت باز ارزی روز قبل کارگزار از این محل که با همین روش محاسبه شده است، جمع می‌گردد. چنانچه وضعیت باز ارزی محاسبه شده منفی شود، وضعیت باز ارزی کارگزار در روز مورد محاسبه صفر در نظر گرفته می‌شود؛ ضمن اینکه این بانک بار دیگر تأکید کرده که کنترل‌های مذکور رافع مسئولیت کارگزاران بازار درخصوص به‌کارگیری سازوکارهای کنترلی لازم جهت رعایت مقررات بازار متشکل ارز ایران نیست.

فرصت امروز: چک اصلی‌ترین ابزار معاملهای است که در مبادلات تجاری، امکان خرید نسبی و مدت‌دار را برای فعالان اقتصادی فراهم می‌کند. در ایران حجم زیادی از تراکنش‌های مالی از طریق چک انجام می‌شود که نشان‌دهنده اهمیت بالای آن به‌عنوان ارزان‌ترین ابزار معامله مدت‌دار در نظام اقتصادی است. این در حالی است که ضرورت کارآمدسازی چک و بهره‌مندی از مزایای منحصر به فرد آن در مبادلات اقتصادی، هفت مرتبه اصلاح و بازنگری قانون چک در مقاطع زمانی مختلف را در پی داشته است. با این وجود، به دلیل عدم اتخاذ رویکرد متناسب با کارکرد حقیقی و فعلی چک در اصلاح قانون یادشده تا پیش از سال ۱۳۹۷، مشکلات عدیده‌ای برای فعالان اقتصادی به وجود آمده بود.

بر این اساس «قانون اصلاح قانون صدور چک» توسط نمایندگان مجلس شورای اسلامی در تاریخ ۱۳ آبان ماه سال ۹۷ اصلاح و بازنگری شد، حال‌ا پس از گذشت تقریبی دو سال از زمان تصویب (مدت زمان اختصاص داده شده مطابق قانون) بانک مرکزی به عنوان نهاد هدایت‌کننده و ناظر بر فعالیت‌های بانکی کشور با ایجاد زیرساخت‌های لازم مقدمات آن را فراهم کرده است تا از آزرماه امسال به عنوان مبنای اصلی و چارچوب حقوقی حاکم بر فرآیندهای مربوط به صدور، گردش و وصول انواع چک درآید.

در این راستا، اکبر کمیجانی، قائم‌مقام بانک مرکزی با اشاره به مشکلات اصلی حوزه چک گفت: ساماندهی نداشتن و تقویت اعتبار و اطمینان به چک و افزایش ریسک معاملات و ایجاد ناامنی در فضای کسب‌وکار، بررسی دادرسی در پرونده‌های چک و تحمیل هزینه بالا به فعالان اقتصادی و همچنین ضعف نظارت و کنترل بر فرآیند صدور چک و اتکای صرف به لاشه کاغذی چک، مهم‌ترین مشکلات و مسائلی بودند که منجر به بازنگری و اصلاح قانون صدور چک شد.

به گفته وی، شرایط مزبور سبب شد که قانون جدید چک با عنوان «قانون اصلاح قانون صدور چک» پس از انجام حجم گسترده بررسی‌های کارشناسی و آسیب‌شناسی دقیق وضعیت بحرانی چک‌های بلامحل و همچنین بهره‌مندی از تجارب موفق دیگر کشورها در حوزه قوانین چک، تدوین و با رأی قاطع نمایندگان محترم مجلس تصویب شود.

کمیجانی افزود: اصلاحیه قانون چک به حدی مرفقی است که بسیاری از اقتصاددانان، فعالان نظام بانکی و کارشناسان اقتصادی آن را یک جهش اساسی در اصلاح نظام بانکی می‌دانند.

قائم مقام بانک مرکزی با اشاره به سرعت عمل بانک مرکزی در اجرای بخشی از مفاد قانون جدید چک، گفت: با توجه به زیرساخت‌های توسعه‌یافته در بانک مرکزی، اجرای بخشی از اصلاحات مقررشده در قانون «اصلاح قانون صدور چک» بلافاصله بعد از ابلاغ قانون مذکور ممکن بود و نیاز به ایجاد زیرساخت فنی خاصی نداشت بنابراین پس از ابلاغ قانون در تاریخ ۲۳ آبان ماه سال ۹۷ بخشی از تکالیف مندرج در رئیس مجلس شورای اسلامی صبح یکشنبه در نطق پیش از دستور خود به انتخابات آمریکا اشاره کرد و گفت «سابقه بد و مواضع صریح بایدن و مشاورانش به ما نشان داده، که برای ما امضای بایدن هم تضمین نیست و فقط اقدامات عملی دولت بایدن شرط است.» محمدباقر قالیباف همچنین با اشاره به گرانی‌ها در کشور گفت که «تصمیمات ما در حوزه مسکن، بورس، ترخیص کالاها‌ی اساسی از گمرک، سیاست‌های پولی و بانکی، نظام بودجه ریزی، اختصاص ارز ترجیحی، سوداگری‌ها در بازار ارز، طلا و خودرو، بی‌تفاوتی نسبت به گرانی‌ها و رها کردن بازار و بی‌توجهی به تولید ملی، به پاس‌تور و بهارستان و بیاب همایون و میرداماد ارتباط دارد نه به جورجیا و میشیگان و آریزونا.»

این سخنان قالیباف اما واکنش رئیس کل بانک مرکزی را برانگیخت و عبدالناصر همتی در پاسخ به سخنان رئیس مجلس در نامه‌ای نوشت: «وارد کردن بانک مرکزی را به مباحث سیاسی و حاشیه‌ای توصیه نمی‌کنم و آن را به صلاح کشور نمی‌دانم؛ اعتقاد دارم تمام نیروی

قائم مقام بانک مرکزی از جزئیات قانون جدید چک خبر داد

چک‌های برگشتی کاهش می‌یابد



قانون با فاصله زمانی اندکی توسط قوه قضائیه، بانک مرکزی و بانک‌ها عملیاتی شد. وی افزود: راه‌اندازی سامانه صیاد و ساماندهی صدور دسته‌چک، برقراری نسبی تقارن اطلاعات در زمان صدور چک برای گیرنده از طریق راه‌اندازی سامانه استعلام پیامکی سوابق چک برگشتی و ایجاد فرآیند جدید مطالبه وجه چک از طریق صدور اجرائیه دادگاه علیه صادرکننده چک برگشتی بدون رسیدگی ماهوی طرف کمتر از ۲۰ روز، از اولین و مهم‌ترین اقدامات صورت گرفته در راستای اجرای قانون جدید چک بوده است.

کمیجانی همچنین با اشاره به منوط شدن اعتبار صدور چک به ثبت اطلاعات آن در سامانه یکپارچه بانک مرکزی، گفت: مطابق ماده ۸ قانون مذکور، بانک مرکزی مکلف است امکاناتی را ایجاد کند تا صدور هر برگه چک مستلزم ثبت مشخصات هویتی دریافت‌کننده، مبلغ و تاریخ سررسید چک برای شناسه یکتای برگه چک توسط صادرکننده در سامانه یکپارچه بانک مرکزی باشد.

وی افزود: به همین دلیل امکان انتقال چک به شخص دیگر توسط دارنده تا قبل از تسویه، صرفاً با ثبت هویت گیرنده جدید برای همان شناسه یکتای چک در آن سامانه امکان‌پذیر خواهد بود، سامانه مذکور به‌گونه‌ای خواهد بود که در صورت وجود چک برگشتی رفع سوءاثر نشده در سابقه صادرکننده، اجازه صدور برگه چک جدید برای وی داده خواهد شد.

قائم مقام بانک مرکزی توضیح داد: افراد بدحساب و کلاهبردار امکان اخذ دسته‌چک را نخواهند داشت، زیرا استعلام سوابق، احراز ممنوعیت نداشتن و صدور دسته‌چک به شیوه متمرکز توسط سامانه بانک مرکزی و برمبنای اعتبارسنجی انجام می‌گیرد. از طرف دیگر اختصاص کد یکتا به هر برگه چک، امکان برقراری تقارن اطلاعات و افزایش اعتبار چک را فراهم می‌کند.

وی افزود: اجرای این قانون اعتبار چک فقط متکی بر لاشه کاغذی نخواهد شد و با پشتیبان‌گیری و ثبت اطلاعات مندرج در چک در سیستم متمرکز بانک مرکزی، اعتبار چک افزایش‌یافته و نگرانی درخصوص از بین رفتن آن در حوادثی از قبیل سبیل، زلزله و... وجود نخواهد داشت و وقوع جرائمی همچون جعل و سرقت چک به میزان قابل‌توجهی کاهش خواهد یافت و گاهی حتی موضوعیت نخواهند داشت. از طرف دیگر با توجه به منوط شدن صدور چک به ثبت اطلاعات آن در سامانه، امکان نظارت بر لحظه صدور برگه چک و کنترل افراد پرخطر برای بانک مرکزی فراهم می‌شود.

کمیجانی، نیاز نداشتن به جابه‌جایی چک، هزینه کمتر، سهولت در اطلاع‌رسانی نقل و انتقال چک به صاحب چک و امنیت بیشتر و عدم امکان سرقت و مفقودی چک را از جمله مزیت‌های چک الکترونیک دانست و افزود: برای راه‌اندازی چک الکترونیک، تاکنون اقداماتی اعم از راه‌اندازی سامانه مرکزی چک الکترونیک (چکاد)، تهیه و ابلاغ الزامات صدور و پردازش چک الکترونیک به شبکه بانکی کشور،

رئیس کل بانک مرکزی به سخنان رئیس مجلس واکنش نشان داد

دفاع همتی از بانک مرکزی

اینجنانب و بانک مرکزی باید معطوف به مقابله با تحریم‌ها و کمک به اقتصاد کشور باشد.»

همتی در نامه خود خطاب به قالیباف، رئیس مجلس شورای اسلامی نوشت: «صبح روز یکشنبه حضرت‌تعالی در نطق پیش از دستور مجلس درخصوص مشکلات اقتصادی کشور مطالبی را بیان فرموده و با اضافه کردن منطقه استقرار ساختمان بانک مرکزی این مطلب را القا فرمودید که اگر در جست‌وجوی دلایل مشکلات اقتصادی هستیم در کنار بقیه بخش‌ها در میرداماد (بانک مرکزی) هم باید آن را جست و نه در جرجیا و آریزونا. دو هفته پیش نیز متأسفانه بانک‌مرکزی را متهم به ایجاد خودتحریمی کردید. برای اطلاع حضرت‌تعالی در دو سال و نیم گذشته بانک مرکزی درمقابل فشار حداکثری دولت آمریکا، خط مقدم جنگ اقتصادی علیه کشورمان را مدیریت کرده و با پیروی از رهنمودهای رهبر معظم انقلاب، سد محکمی درمقابل توطئه گسترده آمریکا و هم‌پیمانانش برای فروپاشی اقتصاد کشور بوده است.»

همتی ادامه داد: «حضرت‌تعالی به خوبی در جریان مسائل و مشکلات

کشور هستیم و بند را نیز شخصاً جنابعالی را در جریان مشکلات قرار داده و شرایط را در جلسات مختلف مجلس خدمت‌تان تشریح کرده‌ام. لذا، من وارد کردن بانک مرکزی را به مباحث سیاسی و حاشیه‌ای توصیه نمی‌کنم و آن را به صلاح کشور نمی‌دانم و اعتقاد دارم تمام نیروی اینجناب و بانک مرکزی باید معطوف به مقابله با تحریم‌ها و کمک به اقتصاد کشور باشد. انتظار دارم، جنابعالی که در جریان همه امور قرار دارید، برای کمک به میادله‌ای ۱۵،۴ درصد بود که به ۹،۲ درصد در پایان شهریورماه ۱۳۹۹ رسیده است. این موضوع بدین معناست که ۶،۲ واحد درصد کاهش از طرفی نسبت مبلغ چک‌های برگشتی به میادله‌ای با ۱۱،۴ واحد درصد کاهش، از ۲۱،۵ درصد در پایان سال ۱۳۹۶ به ۱۰،۱ درصد در پایان شهریورماه ۱۳۹۹ رسید. این اعداد و ارقام نشان می‌دهد که در مسیر درستی قرار گرفته‌ایم و با اجرای سایر بخش‌های این قانون، مشکلات چک به حداقل خواهد رسید.

بزرگ ایران پیروزی این میدان خواهند بود و این پیروزی قطعی است.»

نماگر بازار سهام



چگونه سفارش فروش خود را حذف کنیم؟

چگونگی لغو فروش سهام عدالت

امکان حذف سفارش سهام عدالت بیش از ۱۰ روز است که فراهم شده و سهامدارانی که از طریق بانک‌ها یا کارگزاری‌ها اقدام به فروش سهام خود کرده بودند می‌توانند نسبت به حذف آن اقدام کنند. این افراد باید توجه داشته باشند که در صورت عدم مراجعه به درگاه‌های بانک و کارگزاری، چنانچه سفارش فروش خود را ثبت کرده باشند، سهام عدالت آنها فروش خواهد رفت. به گزارش ایسنا، پس از آزادسازی سهام عدالت در اردیبهشت ماه، از مجموع ۴۹ میلیون نفر از دارندگان سهام عدالت، حدود ۱۹ میلیون نفر روش مستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کردند. بر این اساس ابتدا امکان فروش ۳۰ درصد و پس از چند ماه امکان فروش ۳۰ درصد دیگر (یعنی مجموعاً ۶۰ درصد) از سهام عدالت برای مشمولین این سهام فراهم شد و از آنجایی که این اتفاق در روزهای صعودی بازار سرمایه اتفاق افتاد، برخی سهامداران اقدام به فروش سهام خود کردند.

اتفاقی که باعث شد یا سهام آنها فروش نرود یا با ارزش کم به فروش برسند. به همین دلیل بنا به درخواست تعداد زیادی از مشمولان سهام عدالت مبنی بر ایجاد حذف سفارش فروش، زیرساخت‌های لازم در اختیار بانک‌ها و شرکت‌های کارگزاری قرار گرفته است؛ به گونه‌ای که مشمولان از چهارشنبه ۱۴ آبان ماه می‌توانستند درخواست حذف سفارش فروش خود را لحاظ کنند.

بر این اساس، در سامانه‌های فروش سهام عدالت بانک‌ها و شرکت‌های کارگزاری بخش لغو سفارش فروش افزوده شده است تا سهامداران بتوانند از این گزینه نیز استفاده کنند. البته سهامداران باید به این نکته مهم توجه کنند که درخواست حذف سفارش فروش زمانی اجرا خواهد شد که سهام مشمولان در سامانه‌های سهام عدالت به فروش نرفته باشد.

همچنین در صورت عدم مراجعه سهامداران به درگاه شرکت‌های کارگزاری و عدم لغو سفارش، سهام آنها براساس قیمت‌های روز بازار به تشخیص کارگزار و در چارچوب قوانین و مقررات به فروش رسیده و وجوه حاصل از آن به حساب مشمولان واریز خواهد شد.

بر این اساس از لحظه درخواست لغو فروش توسط سهامدار تا زمانی که فرد جواب نهایی که پذیرش یا لغو شد را دریافت می‌کند، حداکثر سه روز کاری زمان می‌برد. البته ابتدا سهامدار باید با مراجعه به پتل وضعیت سهام خود را ببینند و چنانچه در وضعیت سهام عدالت که برای فروش گذاشته بودند «در دست بررسی» یا «سفارش باز» بود می‌توانند نسبت به لغو فروش اقدام کنند.

از سه‌شنبه این هفته انجام می‌شود

بازگشایی نماد ۵ شرکت سرمایه‌گذاری
استانی سهام عدالت

نماد معاملاتی شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی سهام عدالت سیستان و بلوچستان، همدان، لرستان، گیلان و کردستان از روز سه‌شنبه ۲۷ آبان ماه در بورس بازگشایی می‌شود.

مدیریت عملیات بازار شرکت بورس و اوراق بهادار تهران با صدور اطلاعیه‌ای اعلام کرد: نماد معاملاتی شرکت سرمایه‌گذاری استان‌های سیستان و بلوچستان (نماد وسیستا)، همدان (نماد وسهمدا)، لرستان (نماد ولسرستا)، گیلان (نماد وسگیلا) و کردستان (نماد وکرسرد) از روز سه‌شنبه (۲۷ آبان) بازگشایی می‌شود و در فهرست شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار قابل معامله خواهد شد.

سرمایه شرکت‌های سرمایه‌گذاری استان سیستان و بلوچستان ۱۵۸ هزار و ۲۲۰ میلیارد ریال، سرمایه‌گذاری استان همدان ۱۱۴ هزار و ۵۱۸ میلیارد ریال، سرمایه‌گذاری استان لرستان ۹۲ هزار و ۹۲۰ میلیارد ریال، سرمایه‌گذاری استان گیلان ۱۴۹ هزار و ۵۱۲ میلیارد ریال و سرمایه شرکت سرمایه‌گذاری استان کردستان ۹۱ هزار و ۲۱۸ میلیارد ریال است. همچنین نماد این ۵ شرکت در حالی در فهرست نرخ‌های بازار دوم بورس گروه سرمایه‌گذاری‌ها در بخش سایر واسطه‌گری‌های مالی درج شده است که با توجه به ترکیب ترافوی سهام بورسی، سرمایه شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی براساس برآورد ترافوی اول تیر ۱۳۹۹ است و سهامداران نسبت به تعیین کارگزار ناظر خود باید اقدام کنند.

وزارت اقتصاد اعلام کرد

امکان خرید اوراق مالی اسلامی در روزهای
معاملاتی بورس

درحالی که پیش از این اوراق مالی اسلامی تنها در یک روز معاملاتی در طول هفته خریداری می‌شدند، از این پس امکان خرید این اوراق در تمامی روزهای معاملاتی بورس فراهم شده است.

معاونت نظارت مالی و خزانه‌داری وزارت امور اقتصادی و دارایی طی اطلاعیه‌ای از امکان خرید اوراق مالی اسلامی در تمامی روزهای معاملاتی بازار سرمایه خبر داد. متن کامل اطلاعیه معاونت نظارت مالی و خزانه‌داری وزارت امور اقتصادی و دارایی به این شرح است: «در ادامه اقدامات انجام شده برای تأمین مالی دولت از طریق انتشار اوراق مالی اسلامی و به منظور مشارکت هرچه بیشتر نهادهای فعال در بازار سرمایه، حسب تمهیدات اتخاذ شده توسط وزارت امور اقتصادی و دارایی متقاضیان خرید اوراق مذکور می‌توانند در تمامی روزهای معاملاتی از طریق بازار سرمایه نسبت به خرید اوراق یادشده اقدام کنند.»

گفتنی است پیش از این خرید اوراق دولت در بازار سرمایه صرفاً در یک روز معاملاتی در هر هفته میسر بود. مشخصات اوراق مذکور و اطلاعیه‌های مربوط به آن در سایت شرکت فرابورس ایران به نشانی الکترونیکی www.iff.ir قابل مشاهده است.

بورس تهران در ۲ روز ابتدای هفته سبزپوش شد و بیش از ۳۵ هزار واحد رشد کرد

بازگشت امید به بورس



بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص داشتند.

در سوی مقابل اما نمادهای شرکت سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تأمین (تاپیکو) با دو هزار و ۷۸۷ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با دو هزار و ۴۹۱ واحد، توسعه معادن و فلزات (ومعدان) با ۸۵۲ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۷۵۹ واحد، صنایع شیمیایی ایران (شیران) با ۲۹۰ واحد، گروه صنعتی پاکسو (پاکسو) با ۲۷۳ واحد، گروه بهمن (خپهن) با ۲۱۵ واحد و سایر اشخاص بورس انرژی (انرژی ۳) با ۱۹۷ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه بودند.

شاخص فرابورس نیز در روز یکشنبه بیش از ۴۴ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۶ هزار و ۳۹ واحد ثابت ماند. در این بازار دو میلیارد و ۵۴۴ هزار برگه سهم به ارزش ۴۴ هزار و ۴۲۹ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای بیمه پاسارگاد (بپاس)، شرکت سرمایه‌گذاری صبا تأمین (صبا)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، پتروشیمی مارون (مارون)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (مهبان)، توریل (توکاریل)، نفت ایرانول (شرانل)، پتروشیمی غدیر (شغدیر)، پلیمر آریا ساسول (آریا)، سنگ آهن گهرزمین (کگهر) و بیمه کوثر (کوثر) با تاثیر مثبت بر شاخص این بازار همراه بودند.

همچنین نمادهای سرمایه‌گذاری مالی سپهر صادرات (وسپهر)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، صنعتی مینو (غصینو)، توسعه مسیر برق گیلان (بگیلان)، ویتانا (وینوتا)، بیمه تجارت نو (بنو)، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا)، توسعه و عمران استان کرمان (کرمان)، پالایش نفت شیراز (شراز) و نفت پاسارگاد (شپاس) تاثیر منفی بر شاخص این بازار را داشتند.

بازار سرمایه چگونه به مدار رشد بازگشت؟

رشد شاخص بورس تهران در دو روز ابتدای هفته جاری در شرایطی رخ داد که بورس در تمام طول هفته گذشته قرمزپوش بود و شاخص کل تا مرز یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحد عقب رفته بود. حالا سوال اصلی این است که چه شد ورق در بازار سرمایه برگشت و از روزهای زودی در سوی روزهای صعودی حرکت کردیم؟ به اعتقاد کارشناسان، ثبات نرخ بهره بین بانکی، افزایش دوباره قیمت دلار و در نتیجه رشد

سمت و سوی بورس در هفته پایانی آبان‌ماه

چرا ورق بورس برگشت؟

در هفته گذشته مانند دوران ریزی چند وقت اخیر نبود و شاهد کاهش در شتاب روند نزولی بازار بودیم.

امیرباقری با بیان اینکه به مرور می‌توان اصلاح زمانی شاخص بورس را جایگزین اصلاح قیمتی کرد، گفت: اصلاح قیمتی شاخص بورس با شیب بسیار تند به لحاظ زمانی و قیمتی در حال نزدیک شدن به نقطه حمایتی خود است و بعد از آن به احتمال زیاد بازار وارد اصلاح زمانی می‌شود. طبق پیش‌بینی‌های انجام شده اکنون با توجه به متغیرهای بنیادی در اقتصاد کشور، انتظار روند صعودی با شیب تند در بازار وجود ندارد و بازار سرمایه اکنون بیش از آنکه نیازمند روند قوی باشد نیازمند ثبات قیمتی است تا کف‌سازی معقولی صورت گیرد و بعد از آن براساس چشم‌انداز اقتصادی شاهد حرکت صعودی شاخص بورس باشیم. البته این اتفاق به زودی در بازار رخ نمی‌دهد و چیزی که اکنون بازار نیاز دارد، مقوله ثبات قیمتی است که باید بازار هرچه زودتر به آن دست یابد.

او با بیان اینکه اکنون نرخ ارز یکی از مهمترین مولفاتی است که بازار به آن نیاز دارد، گفت: بررسی تاریخی و عوامل بنیادین اقتصاد کلان نشان می‌دهد که به احتمال زیاد روند صعودی قوی در بازار ارز متوقف می‌شود.

امیرباقری به احتمال ورود نرخ ارز به فرآیند اصلاحی و فرسایشی اشاره کرد و افزود: با تغییر انتظارات شاهد سرازیر شدن دلارهای خانگی به بدنه بازار خواهیم بود که همین امر باعث اصلاح قیمتی در کنار اصلاح زمانی در بازار ارز می‌شود. نکته‌ای که باید مورد توجه قرار گیرد وجود همبستگی میان بازار سهام و بازار ارز است زیرا بازار سرمایه در تلاش برای تطبیق خود با تورم انتظاری است. زمانی که نرخ ارز وارد فضای اصلاحی شود به مرور فضای رکودی جایگزین فضای تورمی می‌شود و همین امر ممکن است باعث ادامه اصلاح در بدنه بازار سرمایه شود.

امیرباقری معتقد است، در صورت چنین اتفاقی، اصلاح زمانی

فرصت امروز: بورس تهران دو روز ابتدای هفته را سبز شروع کرد و با رشد بیش از ۳۵ هزار واحدی در میانه کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد ایستاد. رشد شاخص بورس در دو روز گذشته امیدهای تازه‌ای در دل سرمایه‌گذاران و سهامداران ایجاد کرده و این زمزمه در بازار سهام قوت گرفته است که بورس به روزهای طلایی خود باز می‌گردد.

شاخص بورس تهران درحالی روز شنبه بیش از ۲۶ هزار واحد رشد کرد که این روند در روز یکشنبه نیز ادامه یافت و شاخص کل با رشد ۹ هزار و ۷۱۷ واحدی به رقم یک میلیون و ۲۵۷ هزار واحد رسید. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۶۶ واحد افزایش به ۳۶۹ هزار و ۵۹۹ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۴۳ واحد رشد به ۲۴۲ هزار و ۶۲ واحد رسید. شاخص بازار اول ۱۵ هزار و ۷۵۶ واحد افزایش و شاخص بازار دوم ۱۴ هزار و ۱۳۱ واحد کاهش داشت. در آن سوی بازار سرمایه شاخص فرابورس نیز رشد کرد تا رشد دسته جمعی شاخص‌های بورسی در روز یکشنبه کامل شود. در معاملات این روز بیش از ۱۷ میلیارد و ۹۱۱ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۲۶ هزار و ۴۱۰ میلیارد ریال داد و ستد شد. گروه خودرو هم صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۸ میلیارد و ۲۴ هزار برگه سهم به ارزش ۲۷ هزار و ۲۱۳ میلیارد ریال داد و ستد شد.

کدام نمادها شاخص بورس را بالا کشیدند؟

در بیست و پنجمین روز آبان ماه نمادهای ایران خودرو، سایپا، کشتیرانی جمهوری اسلامی، فولاد مبارکه اصفهان، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو، گروه پتروشیمی سرمایه‌گذاری ایرانیان و سرمایه‌گذاری سیمان تأمین ازجمله نمادهای پربیننده بورس بودند. همچنین نمادهای ملی صنایع مس ایران (فملی) با دو هزار و ۴۴۷ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با یک هزار و ۹۲۴ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با ۹۲۸ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با ۹۲۷ واحد، معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با ۹۰۰ واحد، مخابرات ایران (اخبر) با ۸۸۴ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۷۹۳ واحد، بانک ملت (ومملت) با ۷۰۸ واحد، فولاد خوزستان (فخوز) با ۶۹۶ واحد، شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با ۶۶۶ واحد، پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۵۳۳ واحد، بانک پارسیان (ویپارس) با ۵۲۴ واحد، سایپا (خسایا) با ۵۱۴ واحد و بانک صادرات ایران (بصادر) با ۵۰۷ واحد

سهامداران بعد از کاهش هیجان‌های موجود در بورس، شاهد بهبود وضعیت بازار در هفته جاری هستند که روند صعودی شاخص بورس در دو روز اخیر نشان‌دهنده حرکت بازار طبق پیش‌بینی‌ها است. این درحالی است که بازار سهام هفته گذشته تحت تاثیر تحولات سیاست خارجی در مسیر نزولی قرار گرفت و با حدود ۵درصد افت به معاملات سومین هفته آبان ماه پایان داد. حالا با مشخص شدن نتیجه انتخابات آمریکا، ریسک سیستماتیک بازار سرمایه کاهش یافته است، بنابراین از اواسط هفته گذشته شاهد کاهش هیجان‌های موجود در معاملات این بازار بودیم و حتی در روز چهارشنبه فضای بازار به سمت بهبود نسبی پیش رفت و شاخص بورس در مسیر صعودی قرار گرفت.

کاهش سرعت در خروج نقدینگی از بازار و جذابیت قیمت سهام بعد از حدود سه ماه اصلاح، موقعیت مناسبی را برای سرمایه‌گذاری دوباره در این بازار و ورود نقدینگی‌هایی که اکنون در اختیار سهامداران قرار گرفته ایجاد کرده است، این موضوع نیازمند بازگشت اعتماد به سهامداران است که از نظر کارشناسان بازار بهتر است این اعتمادسازی از طریق مسئولان صورت گیرد.

در چند وقت اخیر اکثر کارشناسان و سهامداران حاضر در بازار پیشنهادهایی را برای بهبود وضعیت بازار داشتند که در نهایت در ادامه معاملات هفته گذشته، معاون شرکت بورس تهران از اصلاح و تصمیم جدید در بازار مبنی بر فراهم شدن امکان انجام معاملات و خرید و فروش سهام به صورت روزانه و نیز کاهش زمان پیش‌گشایش بازار به ۱۵ دقیقه خبر داد که این موضوع توانست تا حدودی امید دوباره را به این بازار بازگرداند.

در این زمینه، امیرعلی امیرباقری به روند معاملات بورس در بازار هفته گذشته اشاره کرد و به ایرنا گفت: بازار هفته گذشته طبق پیش‌بینی‌ها پیش رفت و همچنان به روند اصلاحی خود ادامه داد اما باید این نکته را مدنظر قرار داد که شیب اصلاح شاخص بورس

اخبار

کالاهای اساسی در یک سال چقدر گران شدند؟

جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که در شهریورماه امسال در بین ۸۶ قلم کالای اساسی، قیمت ۷۱ کالا بین ۰٫۳ تا حدود ۲۰۲٫۶ درصد نسبت به خرداد سال گذشته افزایش داشته و بیشترین افزایش قیمت هم مربوط به گروه آهن آلات و حبوبات بوده است. به گزارش ایسنا، قیمت ۱۰ کالا شامل چهار نوع تیر آهن با ۱۶۵٫۷ تا ۲۰۲٫۶ درصد، دو نوع میلگرد با ۱۲۲ و ۱۲۴ درصد، ورق سیاه با ۱۳۵٫۵ درصد و همچنین لیه، عدس و برنج هندی به ترتیب با ۱۲۲٫۷، ۱۵۲٫۳ و ۱۸۸٫۳ درصد افزایش قیمت در شهریور امسال نسبت به ماه مشابه سال قبل بیش از ۱۰۰ درصد افزایش داشته و بین دو تا سه برابر شده است.
بنابراین قیمت هر کیلو لیه، عدس و برنج هندی در شهریور به ترتیب به حدود ۲۵ هزار و ۲۰۰ تومان، ۲۱ هزار تومان و ۱۷ هزار و ۲۰۰ تومان رسیده است.
در این میان هفت کالا هم بین ۵۰ تا ۱۰۰ درصد افزایش قیمت داشتند. یعنی در این مدت قیمت برنج پاکستانی با ۹۰٫۳ درصد، شکر کیلویی و بسته‌بندی با ۵۷٫۶ و ۵۱٫۴ درصد، تخم مرغ با ۶۱٫۸، کنگاله سویای وارداتی با ۹۷٫۹ درصد، لوبیا قرمز با ۹۱٫۹ درصد و لوبیا چیتی با ۶۰٫۲ درصد افزایش قیمت، بین ۵۰ تا ۱۰۰ درصد افزایش داشته است.
قیمت هر کیلو از این هفت قلم کالا در شهریور امسال به ترتیب به ۲۰ هزار و ۵۰۰ تومان، ۲۰۰، ۸۲۰، ۱۲، ۸۰۰ و ۷۰۰ تومان، ۵۸۰، ۲۳ هزار و ۷۰۰ تومان و ۲۴ هزار و ۴۰۰ تومان رسیده است.
از بین مهم‌ترین کالاهایی که در مدت یاد شده کمتر از ۵۰ درصد افزایش قیمت داشتند هم می‌توان به نخود درجه یک با ۳۹٫۱ درصد، موز درجه یک با ۳۲٫۲، نخود درجه یک با ۲۸٫۳ درصد، ذرت خارجی با ۴۰٫۹، قند حبه با ۴۰٫۸، ماکارونی با حدود ۴۰ و پنبه ۵۲۰ گرمی با ۴۰٫۸ درصد افزایش قیمت اشاره کرد.
در این میان قیمت ۱۵ کالا نیز در مدت یادشده بین ۰٫۴ تا ۲۴٫۲ درصد کاهش داشته است. کمترین کاهش قیمت مربوط به جوجه یک روزه گوشتی بوده که در شهریور ماه هر قطعه از آن به قیمت ۱۸۰۰ تومان عرضه شده و بیشترین کاهش قیمت نیز مربوط به کاغذ چاپ ۷۰ گرمی اندونزی بوده که قیمت هر بند از آن از ۵۱ هزار و ۶۰۰ تومان در شهریور سال گذشته به ۲۹ هزار و ۱۰۰ تومان در شهریور امسال رسیده است.
قیمت سیب زمینی درجه یک، کاغذ روزنامه وارداتی، لاستیک اتوبوس و گوساله زنده نیز در یک سال مورد بررسی به ترتیب ۱۹٫۹، ۱۶۸، ۱۵۸ و ۱۱ درصد کاهش یافته است.

فهرست ۶۰ قلم کالای وارداتی ممنوع به عراق اعلام شد

اتاق بازرگانی تهران اعلام کرد فهرست کالاهای وارداتی ممنوعه به عراق که از سوی دولت این کشور مصوب شده است، از سوی سازمان توسعه تجارت به تولیدکنندگان و صادرکنندگان اطلاع‌رسانی شده است.
به گزارش روز یکشنبه ایرنا از اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی تهران، براساس فهرست اعلام شده ۶۰ قلم کالا را دربر می‌گیرد، برخی از کالاها برای واردات به کشور عراق نیاز به اخذ مجوز و موافقت‌های ویژه از وزارتخانه‌های این کشور دارد در حالی که واردات برخی دیگر از کالاها به شکل خاص به این کشور ممنوع اعلام شده‌است.
براساس مصوبه دولت عراق، واردات بخش عمده‌ای از محصولات کشاورزی به این کشور ممنوع شده، مگر آنکه برخی به‌طور موقت رفع ممنوعیت شود و همچنین صادرات محصولات کشاورزی تحت قوانین فرقیطبه وزارت کشاورزی عراق انجام می‌شود.
همچنین کالاهایی مانند مواد شیمیایی و گازها، کودها یا کلر به موافقت‌های خاص و ویژه نیاز دارند و درون نیز باید برابر مصوبه‌های ویژه وزارت بهداشت وارد عراق شود.
علاوه بر این سیمان به غیر از سیمان سفید که آن هم مصوبه شورای وزیران را لازم دارد، از دیگر کالاهایی است که ورود آن به عراق ممنوع اعلام شده است.
برابر این اطلاعیه روغن خودرو، آهنک و لباس نظامی نیز از دیگر کالاهایی است که به نظر می‌رسد در ایران ظرفیت تولید و صادرات آن وجود دارد اما وارداتش به عراق ممنوع است.
به گزارش ایرنا، برابر آمارهای منتشرشده،حجم مبادلات تجاری ایران و عراق در سال ۲۰۱۸ افزایش داشته به طوری که سال ۹۷ حجم مبادلات اقتصادی ایران و عراق به ۱۳ میلیارد دلار در سال رسید و برای سال ۹۸ برآورد ۲۰ میلیارد دلار شده بود.

رئیس اتاق اصناف تهران:

برگزاری حراج صنفی ممنوع است

رئیس اتاق اصناف تهران گفت براساس دستورالعمل ستاد ملی کرونا و در راستای جلوگیری از تجمعات مردمی برگزاری هر گونه حراج صنفی ممنوع است.
به گزارش خبرگزاری مهر، قاسم نوده فراهانی در گفت‌وگو با شبکه‌خبر در مورد برگزاری حراج فروش کیف و کفش توسط یکی از واحدهای صنفی واقع در پاساژی در منطقه شهرک غرب تهران در روز گذشته، اظهار داشت: این واحد صنفی بدون مجوز اقدام به برگزاری حراج کرده بود در حالی که برای برگزاری هر گونه حراجی باید مجوز لازم از اتحادیه مربوطه کسب شود.
همچنین واحد صنفی مذکور فاقد جواز کسب بوده و به عبارتی فعالیت صنفی آن نیز غیرمجاز بوده است.
رئیس اتاق اصناف تهران افزود: روز گذشته اتاق اصناف تهران پس از مطلع شدن از تخلف صورت گرفته توسط واحد صنفی مذکور، مبنی بر برگزاری حراج و ایجاد تجمع مردمی در پاساژ و محیط بسته، اکیبی از بازرسان اتاق اصناف تهران به همراه مأموران نیروی انتظامی به محل اعزام کرد و به دنبال بی‌توجهی مالک واحد صنفی به تذکرات بازرسان، واحد صنفی پلمب شد.
نوده فراهانی با اشاره به اینکه برگزاری هرگونه حراج برای فروش اجناس در شرایط کرونایی از سوی ستاد ملی کرونا ممنوع اعلام شده است، گفت: اتاق اصناف تهران نیز بر این اساس روزانه بازرسی‌هایی در سطح شهر تهران انجام می‌دهد و با هرگونه تخلفی مطابق قانون برخورد می‌کند.

وی بیان داشت: در چند ماه گذشته اتاق اصناف تهران در مجموع ۱۱۲ هزار و ۷۰۰ بازرسی انجام داده که ۹ هزار و ۷۰۰ واحد صنفی به علت عدم رعایت پروتکل‌های بهداشتی مبارزه با شیوع کرونا برای اعمال قانون به تعزیرات حکومتی معرفی شده‌اند.
رئیس اتاق اصناف تهران با اشاره به ممنوعیت فعالیت واحدهای صنفی بعد از ساعت ۱۸، بنا به دستورالعمل ستاد ملی کرونا گفت: به دنبال بازرسی‌های انجام شده از آغاز طرح ممنوعیت فعالیت بعد از ساعت ۱۸ بیش از ۴۰۰ واحد صنفی که بعد از این ساعت همچنان فعالیت داشته‌اند، تذکر گرفتند و ۳۰ واحد صنفی نیز به علت عدم رعایت ضوابط قانونی مشمول جریمه شده‌اند.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت بخش معدن و صنایع معدنی ایران با وجود اعمال شدیدترین تحریم‌ها متوقف نشد و در کنار رشد تولید، با پیشبرد طرح‌های توسعه‌ای، آمریکا را ناکام گذاشت.
به گزارش ایرنا از سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو)، «خداداد غریب‌پور» در همایش ملی پدافند غیرعامل با رویکرد تداوم تولید در صنایع معدنی و فلزی که به شکل ویدئوکنفرانس برگزار شد، افزود: ایمیدرو جهش واقعی تولید را با رشد وی اضافه‌کرد، در شش ماهه نخست امسال تولید آهن اسفنجی، گندله، فولاد و کنسانتره آهن به ترتیب ۱۹، ۱۸، ۱۸ و ۸درصد رشد محقق کرد و در بخش‌های آلومینیوم، آلومینا، کنسانتره مس و … نیز از رشد تولید مطلوبی برخوردار شدیم.

رئیس هیأت عامل ایمیدرو گفت: ایمیدرو با اقدام‌های علمی و عملیاتی خود بر پایه اصول و روش‌های ابداعی سازمان پدافند غیرعامل، به منظور ارتقای ایمنی در برابر تهدیدات مختلف بهره می‌برد.

وی ادامه داد: این سازمان علاوه بر اکتشاف، استخراج و تولید، در کنار اجرای اصول پدافند غیرعامل در ستاد و شرکت‌های تابعه، یک رویکرد علمی و آسیب‌شناسی را در این زمینه اتخاذ کرده است.

انتقاد قراردایی برای نهادهینه کردن پدافند غیرعامل

رئیس هیأت عامل ایمیدرو در ادامه با اشاره به اینکه این سازمان طی قراردادهایی با دانشگاه‌ها، تحقیقاتی در زمینه پدافند غیرعامل اجرایی کرده، خاطرنشان کرد: با اقدام‌های انجام شده، در عین افزایش ۳۰ درصدی ساعت‌های کار در شرکت‌های تابعه ایمیدرو، حوادث فقط به میزان ۳درصد افزایش یافت و طرح واکنش در شرایط اضطرار در معادن نیز اقدام دیگر ایمیدرو در این زمینه است.

اقدامات ایمیدرو در زمینه پدافند غیرعامل

«عزت‌الله میرزایی»، دبیر کمیته پدافند غیرعامل ایمیدرو در این جلسه با تشریح اقدامات انجام شده در زمینه پدافند غیرعامل گفت: ایمیدرو در چارچوب اهداف سازمان پدافند غیرعامل، برای تسهیل مدیریت بحران در مقابل تهدیدات، آموزش و فرهنگ‌سازی را در

تا پایان مهرماه ثبت شد

رشد ۴۵ درصدی صدور جواز تاسیس صنعتی

رشد صدور پروانه‌های صنفی

بر پایه این گزارش، در هفت ماهه امسال نزدیک به ۳۳۸ هزار فقره پروانه صنفی صادر شد که نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش حدود ۵۴ درصدی داشته است.
تعداد پروانه‌های صنفی صادر شده در مدت مشابه سال گذشته ۲۱۹ هزار و ۴۴۵ فقره بود.
همچنین تا پایان مهرماه ۲۲ هزار و ۴۵ فقره جواز تاسیس صنفی با پیش‌بینی سرمایه‌گذاری ۲ میلیون و ۷۲۱ هزار میلیارد ریال و پیش‌بینی اشتغال ۴۸۴ هزار و ۳۸۵ نفر صادر شد.
این پروانه‌های بهره‌برداری با سرمایه‌گذاری ۵۱۲ هزار میلیارد ریال و اشتغال ۶۲ هزار و ۸۲۰ نفر بوده که به ترتیب از لحاظ سرمایه‌گذاری افزایش بیش از ۱۰۵ درصدی

پدرام سلطانی تشریح کرد

اولویت اتاق‌های بازرگانی در دوره کرونا

حوزه گردشگری نیز آسبیی جدی دیده‌اند.
با توجه به کاهش جدی مسافرت‌ها در ماه‌های گذشته، از حمل و نقل تا خدمات هتلداری بخش‌هایی بوده‌اند که بیشترین آسیب را دیده‌اند و در سراسر جهان چه بخش مربوط به تجارت و چه مربوط به این نوع خدمات از سوی بخش خصوصی اداره می‌شوند و از این رو در عبور از موقعیت دشوار کنونی، نقش اتاق‌های بازرگانی بسیار موثر خواهد بود.
با توجه به این شرایط، سعی و چهارمین کنفرانس کنفدراسیون اتاق‌های بازرگانی و صنعت آسیا - اقیانوسیه به صورت مجازی با حمایت فدراسیون اتاق بازرگانی و صنعت هند (FICCI) برگزار شد و حاضران در این نشست با محور «دستیابی به رشد پایدار در بازار جهانی نابسامان» دیدگاه‌های خود را پیرامون روندهای کنونی، چالش‌ها، محیط بازار جهانی نابسامان، چشم‌انداز ژئوپلیتیک و نقش دولت‌ها و مشاغل در کاهش تأثیر این تحولات و نابسامانی‌های اقتصاد و تجارت

دبیر شورای عالی مناطق آزاد اعلام کرد

کاهش زمان سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد به ۳۰ روز

دبیر شورای عالی مناطق آزاد با اعلام اینکه با راه‌اندازی سامانه سرمایه‌گذاری خارجی زمان سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد به ۳۰ روز کاهش یافته است، وضعیت سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در مناطق آزاد و ویژه را اعلام کرد.
به گزارش ایسنا، در محل شورای عالی مناطق آزاد از سامانه سرمایه‌گذاری درگاه خدمات مناطق آزاد و ویژه رونمایی شد که به منظور سهولت کسب و کار در مناطق آزاد و انجام سرمایه‌گذاری و به عبارتی کاهش زمان و فرآیند درخواست سرمایه‌گذاری تا صدور مجوز آن راه اندازی شده است.

در این سامانه فرآیند ثبت درخواست توسط متقاضی تا صدور مجوز و تحویل زمین در شش گام انجام می‌شود که شامل ثبت درخواست توسط متقاضی، بررسی و تایید اولیه توسط سازمان مناطق، تکمیل اطلاعات توسط متقاضی، بررسی تخصصی درخواست اولیه توسط سازمان، صدور مجوز سرمایه‌گذاری توسط سازمان و تحویل زمین است.

مرتضی بانک -دبیر شورای عالی مناطق آزاد- در رابطه با این سامانه



دستور کار قرار داد، وی افزود: این کمیته در شرکت‌های تابعه برگزاری رزمایش پدافند غیرعامل با موضوع امداد و نجات، دوره‌های آموزشی یک روزه، شناسایی و به‌روزرسانی تهدیدات در بخش معدن و صنایع معدنی و مطالعات مفهومی در شرکت‌های آلومینیوم جارجم و منطقه ویژه اقتصادی تلاشگران پارسیان - لامرد را در دستور کار قرار داد.

میرزایی اضافه کرد: نظارت بر اجرای پروتکل‌های بهداشت جهانی در سطح سازمان و شرکت، برگزاری رزمایش گسترده در منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس و نیز تشکیل جلسه برای برگزاری رزمایش با شرکت‌های تابعه، بخش دیگری از فعالیت‌های انجام شده در این زمینه بود.
به گزارش ایرنا، رئیس هیأت عامل ایمیدرو پیش از این گفته بود، سال‌های ۹۷ و ۹۸ شاهد اوج‌گیری راه‌اندازی طرح‌های معدنی و صنایع معدنی در سراسر کشور بودیم.

بر پایه آمارهای منتشرشده، سال‌های ۹۸- ۱۳۹۷ در مجموع برای بهره‌برداری از ۳۸ طرح در بخش معدن و صنایع معدنی، افزون بر ۴۸ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری شد.

و از نظر اشتغال‌زایی افزایش بیش از ۱۴ درصدی داشته است.

به گزارش ایرنا، مهمترین برنامه‌های سال «جهش تولید» بخش صنعت، معدن و تجارت در هفت محور و ۴۰ برنامه، نهایی شده است.
این برنامه‌ها شامل توسعه و تعمیق ساخت داخل در راستای جهش تولید (۱۱ برنامه)، مدیریت واردات و توسعه صادرات غیرنفتی (پنج برنامه)، توسعه معادن و صنایع معدنی با اجزای نقشه راه (پنج برنامه)، توسعه فناوری و محصولات دانش‌بنیان (پنج برنامه)، مدیریت بازار و ساماندهی لجستیک تجاری (پنج برنامه) بهبود فضای کسب‌وکار مرتبط با بخش صنعت، معدن و تجارت (پنج برنامه) و تامین منابع مالی و توسعه سرمایه‌گذاری (چهار برنامه) است.

جهانی ارائه کردند.
از ایران پدرام سلطانی، نایب‌رئیس کنفدراسیون اتاق‌های بازرگانی و صنعت آسیا-اقیانوسیه و نماینده اتاق ایران در این کنفدراسیون در اجلاس به شکل مجازی حاضر بود و دیدگاه‌های خود را ارائه داد. او در این نشست با بیان اینکه شیوع این ویروس منجر به ایجاد خطرات جدی برای اقتصاد جهان خواهد شد، اظهار کرد: اتاق‌های بازرگانی و صنایع تلاش می‌کنند مدل‌های تجاری خود را متناسب با ریسک‌های موجود تطبیق داده و به‌کارگیرند. او تأکید کرد: این مدل‌ها با اقدامات لازم‌الاجرا در جهت مقابله با خطر همه‌گیری کووید-۱۹ همسو هستند.

سلطانی همچنین ادامه داد: در تعریف اصول ریسک و مدیریت ریسک، اتاق‌های بازرگانی و صنعت باید در موضعی قرار داشته باشند که خود را نماینده صنایع کوچک و متوسط (SME) بدانند. از طرفی آنها باید به بنگاه‌های کوچک و متوسط خدمت ارائه کنند.

با اشاره به این که در سال‌های اخیر و بعد از خروج آمریکا از برجام و شدت گرفتن تحریم‌ها در مقاطعی نیز سرمایه‌گذاری تحت تأثیر قرار گرفته است، توضیح داد: در سال ۱۳۹۸ ارزش سرمایه‌گذاری داخلی حدود ۱۰ هزار و ۷۰۰ میلیون تومان و سرمایه‌گذاری خارجی ۲۱۱ میلیون دلار بوده است.
این در حالی است که در سال جاری و تاکنون سرمایه‌گذاری داخلی به ۶۵۰۰ میلیارد تومان رسیده که پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال نسبت به سال گذشته افزایش داشته باشد.
وی گفت: میزان سرمایه‌گذاری خارجی نیز تاکنون در سال جاری ۱۲۳ میلیون دلار بوده که به نظر می‌رسد تا پایان سال نسبت به سال قبل با رشد همراه باشد.
دبیر شورای عالی مناطق آزاد گفت: در سال ۱۳۹۷ سرمایه‌گذاری داخلی حدود ۷۰۰۰ میلیارد تومان بوده که در سال‌های بعد با افزایش همراه بوده است.
بانک در مورد صادرات نیز گفت که در مناطق آزاد برای سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۷ بیش از یک میلیارد دلار صادرات داشته‌ایم و از سوی دیگر برای صادرات به سرزمین اصلی یا همان تولیدات حدود ۱۷۰۰ میلیارد دلار صادرات انجام شده است.

اخبار

کمیسیون خودروهای زیر ۲۰۰میلیون تومان تعیین شد

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان گفت برای قیمت خودروی پایین‌تر از ۲۰۰ میلیون تومان، نرخ کمیسیون دریافتی از طرفین ۸ درصد و بالای ۲۰۰ میلیون تومان ۵درصد تعیین شد. به گزارش مشرق، ناصر ففغوری اظهار کرد: نرخ کمیسیون مشاوران خودرو در استان زنجان تعیین و مصوب شد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان گفت: در راستای ساماندهی فعالیت این صنف در استان، پس از بررسی میانگین نرخ کمیسیون دریافتی در استان‌های مجاور و نرم دریافت کمیسیون در مشاوران خودرو، نرخ مصوب برای سال جاری تعیین شد. وی ادامه داد: در این راستا مقرر شد برای قیمت خودروی پایین‌تر از ۲۰۰ میلیون تومان، نرخ کمیسیون دریافتی در مجموع از طرفین ۸ درصد تعیین شود. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان عنوان کرد: براساس این مصوبه برای قیمت‌های بالاتر از ۲۰۰ میلیون تومان براساس میزان مازاد در مجموع از طرفین ۵ درصد اخذ شود. وی بر ضرورت نصب قیمت‌های مصوب در معرض دید مردم تاکید کرد و یادآور شد: باید قیمت مصوب همه خدمات و کالاهای مشمول قیمت‌گذاری در معرض دید عموم مردم قرار گیرد. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان افزود: در صورت عدم نصب قیمت‌ها، بازرسان سازمان با متخلفان برخورد‌های لازم را خواهند داشت.

مراحل شماره‌گذاری ۳ هزار رنو مانده در پارکینگ‌ها در حال انجام است

مراحل پایانی شماره‌گذاری ۳ هزار خودروی رنو مانده در پارکینگ‌های پارس خودرو در حال انجام است و این خودروها به زودی به ترتیب اولویت ثبت نام به مشتریان تحویل می‌شود. به گزارش «اخبار خودرو»، شه‌ریار طهماسبی، معاون مهندسی شرکت پارس خودرو گفت: در چند روز گذشته و پیرو مجوز سازمان محیط زیست، پلیس راهور ناجا با آغاز روند پلاک رنوه‌ای تولیدشده و مانده در پارکینگ این شرکت موافقت کرده است. او ادامه داد: تلاش‌های بسیاری انجام شده است تا این مشکل با همکاری دستگاه‌های مختلف رفع شود و هم‌اکنون در حال تغییر پلاک روی موتور خودروها هستیم تا پس از اخذ مجوزهایی که راهنمایی و رانندگی شرط کرده است، این خودروها شرایط اخذ پلاک را کسب کنند. طهماسبی ضمن اشاره به انجام مراحل پایانی شماره‌گذاری ۳ هزار رنو تولید شده و مانده در پارکینگ این شرکت گفت: بعد از پیگیری‌های گسترده، مجوز شماره‌گذاری این خودروها کسب شد که البته باید مجوزهای وزارت صمت و سازمان حمایت را نیز در راستای جلب رضایت مشتریان و رعایت قوانین مشتری‌مداری کسب کنیم که آنها نیز در مسیر انجام قرار دارد. به گفته معاون مهندسی پارس خودرو این ۳ هزار رنو بعد از ترخیص قطعات مانده در گمرکات، تولید شده و متاسفانه به دلیل تاوادم تحریم‌ها دیگر قادر به تولید و تحویل مانده تعهدات گروه رنو به مشتریان نخواهیم بود و باقی مشتریان محترم می‌توانند از طرح‌های تبدیلی برای دریافت خودروهای خود اقدام کنند. گفتنی است، این خودروها براساس مجوز سازمان محیط‌زیست و موافقت راهنمایی و رانندگی با مدل سال ۹۸ شماره‌گذاری و هزینه متهم بیمه شخص ثالث و اقت قیمت مدل خودروها نیز به مشتریان پرداخت خواهد شد.

کاهش قیمت لوکس‌ها؛ کمتر از سایر خودروهای وارداتی

به‌نظر می‌رسد با توجه به آیین‌نامه خودروهای وارداتی مصوب سال ۱۳۹۶ درصورت بازگشایی واردات خودرو در آینده نه‌چندان نزدیک، همچنان واردات خودروهای با قیمت بیش از ۴۰ هزار دلار یا به‌اصطلاح لوکس با ممنوعیت مواجه باشد.

در طول یک هفته گذشته شاهد ریزش قیمت در بازار خودرو بوده‌ایم و این کاهش قیمت در بخش خودروهای تولید داخل و چینی‌ها شدیدتر و در بخش خودروهای وارداتی خفیف‌تر بوده است، اما کاهش قیمت تمام خودروهای وارداتی به‌یک اندازه نبوده و در بخش‌های مختلف متفاوت بوده است. در همین راستا کاهش قیمت خودروهای لوکس نامحسوس‌تر از خودروهای وارداتی کلاس متوسط بوده و این موضوع دلایل متعددی دارد. نخست تعداد اندک خودروهای لوکس در مقایسه با مدل‌های کلاس متوسط وارداتی است و مورد دیگر ممنوعیت واردات خودروهای با قیمت بیش از ۴۰هزار دلار به کشور محسوب می‌شود. به نظر می‌رسد با توجه به آیین‌نامه خودروهای وارداتی مصوب سال ۱۳۹۶ در صورت بازگشایی واردات خودرو در آینده نه‌چندان نزدیک، همچنان واردات خودروهای با قیمت بیش از ۴۰ هزار دلار یا به‌اصطلاح لوکس با ممنوعیت مواجه باشد. این موضوع سبب می‌شود آینده واردات خودروهای لوکس بسیار مبهم به نظر برسد.

حدود چهار هفته پیش قیمت مزدا ۳ صفرکیلومتر در محدوده ۱.۳میلیاردتومان بود و حداقل در بازه قیمتی یک‌میلیارد و ۲۵۰ میلیون تومان معامله می‌شد، اما حالا قیمت اعلامی به‌محدوده یک‌میلیارد و ۱۰۰ تا یک‌میلیارد و ۱۵۰میلیون تومان رسیده است.

زمان قرعه‌کشی سومین مرحله فروش فوق‌العاده سایپا مشخص شد

مراسم قرعه‌کشی سومین مرحله از فروش فوق‌العاده محصولات سایپا این هفته برگزار خواهد شد. به گزارش خبرگزاری تسنیم، با پایان یافتن مهلت ثبت‌نام در قرعه‌کشی سایپا، مراسم قرعه‌کشی سومین مرحله از فروش فوق‌العاده محصولات سایپا، رأس ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه ۲۶ آبان با حضور نمایندگان نهادهای نظارتی برگزار می‌شود. شرایط قرعه‌کشی این طرح همانند طرح‌های قبلی همه‌گیری کووید-۱۹ با همه هول و هراسش درس‌هایی برای آینده بهتر ما دارد و اگر گوش شنوایی داشته باشیم می‌توانیم رشد و توسعه در جهان بعد از کرونا را جوری برنامه‌ریزی کنیم که کمترین آسیب به طبیعت برسد.

کلیات طرح ساماندهی عرضه خودرو در کمیسیون صنایع تصویب شد



بورس با قیمت پایه برای توسعه ناوگان حمل و نقل عمومی، توسعه جایگاه‌های سوخت طبیعی و کاهش آلودگی هوا تخصیص می‌یابد و ۵۰ درصد از این مابه‌التفاوت هم به عنوان تسهیلات قرض‌الحسنه کوتاه مدت به خودروسازان داده می‌شود.

وی بیان کرد: ۲۰ درصد از این مابه‌التفاوت هم برای کمک به خرید خودرو توسط اقشار ضعیف جامعه و به ویژه زوج‌های جوان به صورت تسهیلات تخصیص می‌یابد و ۱۰ درصد هم به عنوان پاداش ارزش افزاینده به خودروساز داده می‌شود.

نماینده مردم تهران در مجلس گفت: فروش خودروهای خریداری شده از بورس کالا تا سه سال مشمول مالیات تنظیمی قابل توجهی است؛ به این معنا که تا سه سال بعد از خرید، اگر خریدار بخواهد خودرو را بفروشد، باید معادل ۸۰ درصد مابه‌التفاوت قیمت پایه و قیمت فروش رفته خودرو در بورس را به عنوان مالیات پرداخت کند. ایزدخواه گفت: همچنین واردات خودرو با شرایطی در این طرح دیده شده است به این معنا که واردات خودروی صفر یا دست‌دوم خارجی باید از محل صادرات خودرو و قطعات خودرو، صادرات نفت خام یا ارز بدون منشا انجام شود و شرایط فنی و کمی خودرو را نیز وزارت صمت تعیین می‌کند.

وزارت صمت، هنوز قیمت جدیدی برای لاستیک اعلام نکرده است

تاریخ پنجم آذرماه موافقت خود را در رابطه با افزایش قیمت لاستیک و برآوردهایی که می‌تواند در رابطه با میزان افزایش آن انجام دهند، اعلام کنند. طبق اعلام اتاق اصناف تهران، این مقام صنفی با تاکید بر اینکه چنانچه لاستیک به میزان کافی در سطح بازار توزیع شود، به راحتی به دست مصرف‌کننده خواهد رسید و قطعاً از رانت و دلال‌بازی‌ها در بازار جلوگیری خواهد شد، گفت: دولتمردان بایستی شرایط را به‌گونه‌ای فراهم آورند تا همه بتوانند لاستیک را با قیمت مناسب در سطح بازار تهیه کنند. فراوانی هر کالا در بازار مشخصاً قیمت کالا را کاهش خواهد داد. سعادت‌نژاد تصریح کرد: در شرایط کنونی که عرضه لاستیک در بازار از طریق سامانه انجام می‌شود و فروشندگان در واحدهای صنفی خود نمی‌توانند لاستیک را به راحتی در اختیار متقاضیان قرار دهند و مشتری مجبور است که از سامانه خرید برای تقاضای خود استفاده کند، شرایط بسیار بحرانی و سخت در چند ماه اخیر برای بازار ایجاد شده است.

وی ابراز امیدواری کرد: امید است که باتوجه و همکاری دولت، مشکل تهیه و خرید لاستیک رفع شود و با تعیین نرخ منطقی از سوی سازمان صمت و فراوانی خرید و فروش در سطح بازار، شرایط بهتری خواهد شد.

رئیس کل بیمه مرکزی:

سقف پرداخت بیمه شخص ثالث خودروهای لوکس نیازمند بازنگری است

درخواست کرده‌ایم که خودروها براساس قیمت آن به دو دسته متعارف و غیرمتعارف تقسیم‌بندی شوند. سلیمانی بیان کرد: با افزایش قیمت خودرو، تعیین نرخ خسارت خودروهای متعارف و غیرمتعارف (خودروهای لوکس) و نرخ بیمه شخص ثالث نیاز به بازنگری دارد.

تحولات اجباری کرونا در صنعت حمل و نقل

شاید در نگاه خرد تغییر اولویت‌ها چندان مسئله مهمی به نظر نرسد، اما وقتی در سطح کلان به این موضوع نگاه می‌کنیم می‌بینیم که با یک تغییر و تحول اساسی در صنعت حمل و نقل روبه‌رو هستیم. یکی از اصلی‌ترین این تحولات رویگردان شدن از سفر با قطارها و هواپیماها و روی آوردن به سفر با خودروهای شخصی است.

ادامه تغییر در دوران پساکرونا

در یک تحقیق جامع که اخیراً توسط موسسه مک‌کنزی صورت گرفته از مردم پرسیده بود که فکر می‌کنند بعد از به پایان رسیدن دوران کووید-۱۹ چه تغییر رفتاری در رابطه با سفرهای‌شان صورت بگیرد. ۴۰ درصد از پاسخ‌دهندگان گفته بودند که کمتر هوایی سفر خواهند کرد و ۳۲ درصد هم گفته بودند که بیشتر خودروهای شخصی را برای سفرهای‌شان انتخاب می‌کنند.

این تغییر و تحول در نگاه اول در تضاد با تصمیماتی است که در رابطه با تجدیدپذیری و سازگاری حمل و نقل با محیط زیست وجود دارد، اما با بررسی بیشتر و با توجه با استانداردهای سختگیرانه‌ای که در کشورهای مختلف در حال تصویب و اجرایی شدن است می‌توان امیدوار بود که چنین گرایشی به استفاده از خودروهای شخصی اتفاقاً به شتاب‌گیری رشد خودروهای برقی و پاک خواهد انجامید. همه‌گیری کووید-۱۹ با همه هول و هراسش درس‌هایی برای آینده بهتر ما دارد و اگر گوش شنوایی داشته باشیم می‌توانیم رشد و توسعه در جهان بعد از کرونا را جوری برنامه‌ریزی کنیم که کمترین آسیب به طبیعت برسد.

در بورس کالا معرفی کند و سایر خودروهایی که این شاخص‌ها را ندارند، مشمول قیمت‌گذاری نیستند و به صورت آزاد توسط خودروساز می‌توان این خودروها را فروخت.

نماینده مردم تهران در مجلس تصریح کرد: خودروهایی که در بورس کالا می‌آید، قیمت پایه عرضه در بورس کالا توسط سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان تعیین می‌شود و این قیمت پایه شامل قیمت تمام شده واقعی روز خودرو به علاوه سود مصوب خودروساز است.

مسئول کارگروه خودرو در کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت: اولویت تقاضا با متقاضیانی است که دارای کد ملی و کارت راهنمایی و رانندگی باشند اما هیچ خودرو و به عبارت بهتر، پلاک فعالی نداشته باشند و در صورت مازاد عرضه خودرو، به سایر افراد اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی هم قابل تخصیص خواهد بود.

وی تاکید کرد: مابه‌التفاوت قیمت معامله شده در بورس با قیمت پایه، به عنوان عوارض دولتی شناخته می‌شود و به خودروساز داده نمی‌شود و مکانیسم‌هایی برای تخصیص این مابه‌التفاوت در نظر گرفته شده است.

ایزدخواه تصریح کرد: ۲۰ درصد از مابه‌التفاوت قیمت معامله شده در

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس از تصویب کلیات طرح ساماندهی عرضه خودرو در این کمیسیون خبر داد.

روح الله ایزدخواه در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، با اشاره به جلسه عصر روز گذشته کمیسیون صنایع و معادن مجلس، گفت: بررسی طرح ساماندهی عرضه خودرو در دستور کار کمیسیون صنایع و معادن قرار گرفت و کلیات این طرح به تصویب اعضای کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی رسید.

وی بیان کرد: جزئیات طرح ساماندهی عرضه خودرو در جلسات بعدی کمیسیون صنایع و معادن مجلس مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت.

مسئول کارگروه خودرو در کمیسیون صنایع و معادن مجلس تصریح کرد: رویکرد اصلی در طرح ساماندهی تولید و عرضه خودرو بر عرضه تنظیم شده خودرو در بورس کالا مبتنی است و براساس این طرح، شورای رقابت موظف می‌شود هر ۶ ماه یک بار خودروهای مشمول این طرح را با توجه به شاخص‌هایی مانند تورم قیمت، شدت فاصله بین قیمت خودرو در کارخانه و بازار و تیراژ خودرو تعیین کند.

ایزدخواه ادامه داد: شورای رقابت باید خودروهایی که تأثیر قابل توجهی بر بازار می‌گذارند را تعیین و این خودروها را برای عرضه

رئیس اتحادیه لاستیک، روغن، پنچرگیران و فیلترسازان تهران، ضمن تاکید بر اینکه تاکنون نرخ مصوب و تاییدشده‌ای از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت به اتحادیه برای تعیین قیمت‌های جدید لاستیک اعلام نشده است، افزایش قیمت درخواستی اتحادیه تولیدکنندگان تایر به جهت افزایش قیمت مواداولیه لازم برای تولید تایر را ۸۰ درصد قیمت فعلی اعلام کرد.

به گزارش ایبسن، داود سعادت‌نژاد با اشاره به اینکه در پی افزایش نرخ ارز و نوسان دلار برای تولیدکنندگان لاستیک، صرفه اقتصادی تولید بسیار کاهش پیدا کرده است؛ اظهار کرد: بنابراین با توجه به نوسانی که در بازار برای قیمت لاستیک وجود دارد و همچنین به جهت گران شدن مواداولیه لازم برای تهیه لاستیک، انجمن تولیدکنندگان تایر خواهان افزایش قیمت لاستیک در سطح بازار با افزایش ۸۰ درصد قیمت کنونی هستند.

رئیس اتحادیه لاستیک، روغن، پنچرگیران و فیلترسازان تهران تصریح کرد: با توجه اینکه تولیدکنندگان خواهان افزایش قیمت لاستیک هستند، اما تا امروز قیمت مصوب به اتحادیه اعلام نشده است. سازمان صمت بنا دارد تا با بررسی‌های ممکن در این رابطه تا

رئیس بیمه مرکزی گفت با افزایش قیمت خودرو، تعیین نرخ خسارت خودروها و بیمه شخص ثالث نیاز به بازنگری دارد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران، غلامرضا سلیمانی رئیس کل بیمه مرکزی درباره افزایش سقف پرداخت خسارت خودروهای لوکس، به دلیل افزایش قیمت خودروها و سود کلان شرکت‌های بیمه‌ای

کووید-۱۹ به شکلی اساسی و ریشه‌ای انتخاب مردم را برای شکل و شیوه سفرهای کوتاه و بلند تغییر داده و این‌طور که به نظر می‌رسد این تغییر بلندمدت خواهد بود.

به گزارش «اخبار خودرو»، این روزها صنعت حمل و نقل در حال تجربه کردن یکی از جالب‌ترین تحولات خود در سال‌های اخیر است. فناوری‌هایی مانند خودران، دیجیتالی‌سازی و فناوری برقی علاوه بر همپوشانی با یکدیگر در حال ترکیب شدن با گرایش‌های اجتماعی مانند به اشتراک‌گذاری و همچنین تجدیدپذیری انرژی هستند. با اینکه هنوز مشخص نیست اکثر تلاش‌هایی که در صنعت حمل و نقل دقیقاً چه زمانی به طور کامل به ثمر خواهند نشست یا چه تاثیری بر جوامع خواهند گذاشت، اما کووید-۱۹ به عنوان کاتالیزوری وارد عمل شده تا به ما درباره آینده آگاهی دهد.

تجدیدنظر اساسی

همه‌گیری کرونا باعث شده که رفتار مردم در قبال وسایل نقلیه دچار تغییر و تحولی اساسی شود. این مسئله مهمی است. در رابطه با حمل و نقل بیشتر افراد ترجیح می‌دهند از الگوهای مشخصی استفاده کنند که به راحتی دچار تغییر نمی‌شوند. اما مسئله اینجاست که در ماه‌های اخیر کووید-۱۹ به شکلی اساسی و ریشه‌ای انتخاب مردم را برای شکل و شیوه سفرهای کوتاه و بلند تغییر داده و این‌طور که به نظر می‌رسد این تغییر بلندمدت خواهد بود.

عمدتاً افراد به دلایلی ثابت دست به سفرهای داخل شهری می‌زنند: کار، خرید، دیدار خانواده و دوستان و تفریح. در رابطه با



مدرسه استارت آپی؛ کسب و کارهای هوش مصنوعی رونق می گیرد

توسعه کسب و کارهای مبتنی بر هوش مصنوعی هدفی است که در یک رویداد فناوریانه با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری دنبال می‌شود. مدرسه استارت‌آپی هوش مصنوعی رویدادی است که با هدف حمایت از شکل‌گیری کسب و کارهای مبتنی بر این حوزه و استفاده از ظرفیت دانش و فناوری در حل مسائل کشور، توسط مرکز توسعه مهارت‌های اقتصاد دیجیتال با همکاری شبکه یادگیری مهارت کی‌ورک، شتاب‌دهنده تخصصی هوش مصنوعی همتک و با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود.



دریچه

بقا در بازار

مالک سعیدی / مدیر کرپدر توسعه صادرات و تبادل فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری: موضوع تحقیقات در مورد بازار بین‌الملل، قبیل از ورود به آن را هرگز نباید دست‌کم گرفت. بسیاری از کسب و کارهای جدید به دلیل انجم منظم این امر به درک بالایی از بازار رسیده‌اند و این موضوع باعث تضمین موفقیت و عمر طولانی حضور آنها در بازار شده است. درک بازار و نگاه واقع‌بینانه به شرایط موجود، ساده‌ترین راه برای کارآفرینان است تا موقعیت خود را در بازارهای داخلی و بین‌المللی حفظ کرده و با تسلط بر وضعیت فعلی، به تحلیل درستی از موقعیت‌ها و فرصت‌های موجود برای پیشرفت کسب و کار خود برسند. تحقیقات در مورد بازارهای داخلی و خارجی را می‌توان در هر مرحله‌ای از چرخه عمر کسب و کار انجام داد، اما داشتن اطلاعات زیاد و درک درست از وضعیت فعلی و کمی پیش‌بینی بر پایه داده‌های کسب شده از شرایط موجود، در حیطه کاری کسب‌وکار از همان

توسعه ژئوتوریسم در باداب سورت

ساخت دومین مجموعه از سری مستند رخساره زمین با سفر به چشمه‌های پلکانی تراورتن ساز باداب سورت با هدف توسعه ژئوتوریسم در این منطقه، آغاز شد. کامیوز مهدیزاده، مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری گفت: چشمه‌های پلکانی تراورتن ساز باداب سورت در روستای ارست، بخش چهاردانگه و ۹۵ کیلومتری جنوب شهر ساری واقع شده است. این پدیده پس از کوه دماوند دومین اثر ملی به ثبت رسیده در کشور است. این پدیده تنها یک اثر مشابه دارد که در پاموک کاله کشور ترکیه واقع شده است. این منطقه با درختان زرشک و جنگل‌های سوزنی برگ، چشمه‌هایی با رنگ‌ها، بوها و مزه‌های مختلف احاطه شده است. چشمه بالادست شمالغرب ترشمز و آب آن به رنگ قرمز و نارنجی است. این ساختارهای پلکانی بسیاری بی‌ظنیر و جریان آبهای رسوبی معدنی این چشمه‌ها در شیب پایین‌دست کوهستانی صدها طبقه و ده‌ها حوضه پلکانی به رنگ‌های سبز، نارنجی و قرمز ساخته‌اند. املاح موجود در این آب‌ها حاوی سدیم، گوگرد، آهن و گچ است که خاصیت درمانی نیز دارد، اما به دلیل محافظت از این پلکان ورود افراد به این چشمه‌ها ممنوع است، چرا که با

صنعت تعمیر و نگهداری هواپیما توسعه می‌یابد

صنعت هوایی یکی از صنایع تحریمی کشور است. ورود هواپیما و قطعات کاربردی در آن به ایران با شروع تحریم‌ها ممنوع شد، اما این نیاز کشور با ظرفیت‌های دانش‌بنیانی بی‌پاسخ نماند و زنجیره‌ای از این شرکت‌های توانمند داخلی در این حوزه شکل گرفت. ساخت هواپیما در ایران یکی از تابوهایی بود که توسط سرآمدان علمی کشور شکسته شد. هرچند که هنوز پروژه ساخت هواپیماهای بزرگ در ایران به نتیجه نرسیده است، اما استارت آن زده شده و چند سالی است که دانش‌بنیان‌ها و شرکت‌های فناوری به این حوزه ورود کرده‌اند. اما صنعت تعمیر و نگهداری هواپیما جزو صناعی است که با ظرفیت‌های دانش‌بنیانی تحولی اساسی را تجربه کرده است. ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از اهداف مهم خود در توسعه صنعت حیاتی و شاهرگی در حمل‌ونقل و ارتقای حوزه MRO یا تعمیر و نگهداری از هواپیما قرار داده است؛ صنعتی که توان دانشی آن در کشور وجود دارد، اما به دلیل عدم استفاده درست از آنها از این ظرفیت‌ها بی‌نصب مانده است. البته ایجاد یک زنجیره از سازندگان قطعات هوایی

سنجش کیفی به یاری محیط زیست و صنعت غذا آمد

رشد روزافزون صنایع در سال‌های گذشته علاوه بر مزیت‌هایش یک آسیب مهم را نیز برای سلامت به همراه داشته است. آلاینده‌ها ارمغان نامطلوب دنیای صنعتی هستند. برای حل این چالش، راهکارهای نوآورانه و پژوهش‌های زیست‌محیطی به میدان آمده‌اند. پایش مستمر و منظم آلاینده‌های زیست‌محیطی برای ارائه راهبرد و برنامه‌ریزی‌های مدیریت و کنترل آلودگی‌های محیط زیست، یکی از خدماتی است که توسط یکی از شرکت‌های فناوری داخلی ارائه می‌شود. شرکت افروزشیمی لارک با استفاده از تجهیزات آزمایشگاهی ایران‌ساخت در حوزه‌هایی مانند مواد غذایی، آب و خاک، کود و سموم، مواد شوینده و آرایشی بهداشتی و کانی‌شناسی ضمن ارائه خدمت به شرکت‌های دانش‌بنیان تولیدی، فنوران و پژوهشگران را در حوزه‌هایی مانند محیط زیست، ارتقای سطح سلامت جامعه و امنیت غذا یاری می‌کند. معصومه آجورلو مدیر افروز شیمی لارک با اشاره به تلاش برای ارائه خدمات و رفع چالش‌ها و مشکلات زیست محیطی، گفت: مشکلات متعددی مانند از میان رفتن



اوبر احتمالاً واحد خودران خود را

در ایالت آریزونا آمریکا شد و اولین تصادف رقم زد. مقامات فدرال آمریکا راننده ناظر پیش‌مقرر دانستند. این تصادف آزمایش اتومبیل آریزونا را متوقف کرد، اما اوبر آزمایشات را در UberATG شروع کرد. UberATG به اتر اسرار تجاری تکنولوژی خودران درگیر پربرونده یهمن ۹۶ با موافقت اوبر به پرداخت ۵

براساس برخی گزارش‌ها اوبر در حال مذاکره با استارت‌آپ Aurora Innovation برای فروش واحد اتومبیل خودران خود به آن است. به گزارش دیجیاتو به نقل از رویترز، اوبر می‌خواهد واحد اتومبیل خودران خود را که UberATG نام دارد به استارت‌آپی به نام Aurora Innovation بفروشد. این واحد اخیراً ۷.۲۵ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شد. انتظار که در گزارش آمده مذاکرات همچنان ادامه داشته و قرارداد نهایی نشده است. واحد اتومبیل خودران اوبر در سال‌های اخیر با مشکلات متعددی دست و پنجه نرم کرده است. اسفندماه سال ۹۶ یکی از اتومبیل‌های خودران اوبر سبب مرگ یک عابر پیاده

نمایش توانمندی‌های صنایع الکترونیک کشور؛ فنوران تبادل نظر می‌کنند

حوزه الکترونیک و کامپیوتر است که نقش معناداری در تحرک بخشیدن به این حوزه صنعت و تولیدکنندگان و بازرگانان شاغل در آن ایفا می‌کنند. با توجه به حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع خلاق و نرم معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از این رویداد، حمایت‌های مختلفی برای این نمایشگاه در نظر گرفته شده است. ۲۴ ساعته بودن زمان بازدید از نمایشگاه و امکان ارائه خدمات و محصولات به صورت نامحدود همراه با عکس و فیلم، از جمله مزایای برگزاری این نمایشگاه مجازی است.



آشنایی با طیف گسترده‌ای از محصولات و خدمات، امکان مقایسه بین انواع محصولات و خدمات، انتخاب کارآمدترین محصول متناسب با نیاز و بودجه موجود، صرفه‌جویی در زمان و هزینه برای بازدید از نمایشگاه و عدم محدودیت زمان، از جمله مزایای حضور در این نمایشگاه مجازی است.

نخستین نمایشگاه مجازی فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور موسوم به «ایران اینتکس» با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع خلاق و نرم معاونت علمی و فناوری برگزار می‌شود. نمایشگاه مجازی فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران از ۱۰ تا ۱۰ بهمن ماه سال جاری میزبان علاقه‌مندان حوزه کسب و کارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات است. این نمایشگاه، علاوه بر تلاش در عرصه ایجاد و عرضه محصولات و خدمات صنایع الکترونیک کشور، در حوزه شناسایی افراد و استارت‌آپ‌های مستعد این حوزه و برقراری ارتباط آنها با مجموعه‌های فعال در حوزه مذکور فعالیت می‌کند. در این نمایشگاه آخرین محصولات و خدمات این صنعت اعم از سخت‌افزار و نرم‌افزار به علاقه‌مندان عرضه می‌شود و فرصت خوبی برای تبادل نظرات و پیشنهادات برای شرکت‌کنندگان ایجاد می‌شود. دستاوردهای این تعاملات نقطه آغاز بسیاری از همکاری‌های تجاری و فناورانه در میان دست‌اندرکاران

بهینه‌سازی برنامه‌های درسی با علوم شناختی؛ همکاری شکل گرفت

ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی کشور تفاهم‌نامه همکاری امضا کردند تا شاهد گسترش همکاری‌های علمی - آموزشی و استفاده از آموزه‌های علوم شناختی در بهسازی برنامه‌های درسی باشیم. این تفاهم‌نامه به امضای حسن ملکی، رئیس سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی کشور و مجید نیلی احمدآبادی، دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری رسید. دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این مراسم با اشاره به رسالت این ستاد برای ارتقای سرمایه شناختی احاد مختلف جامعه، گفت: توجه به کودکان و نوجوانان و توسعه توانمندی‌های شناختی آنان یکی از اهداف و سیاست‌های این ستاد است و انعقاد این تفاهم‌نامه همکاری نیز برای تحقق این برنامه است.



یادداشت

حمایت بیمه‌ای از دانش‌بنیان‌ها؛ ۶ بسته ارائه می‌شود

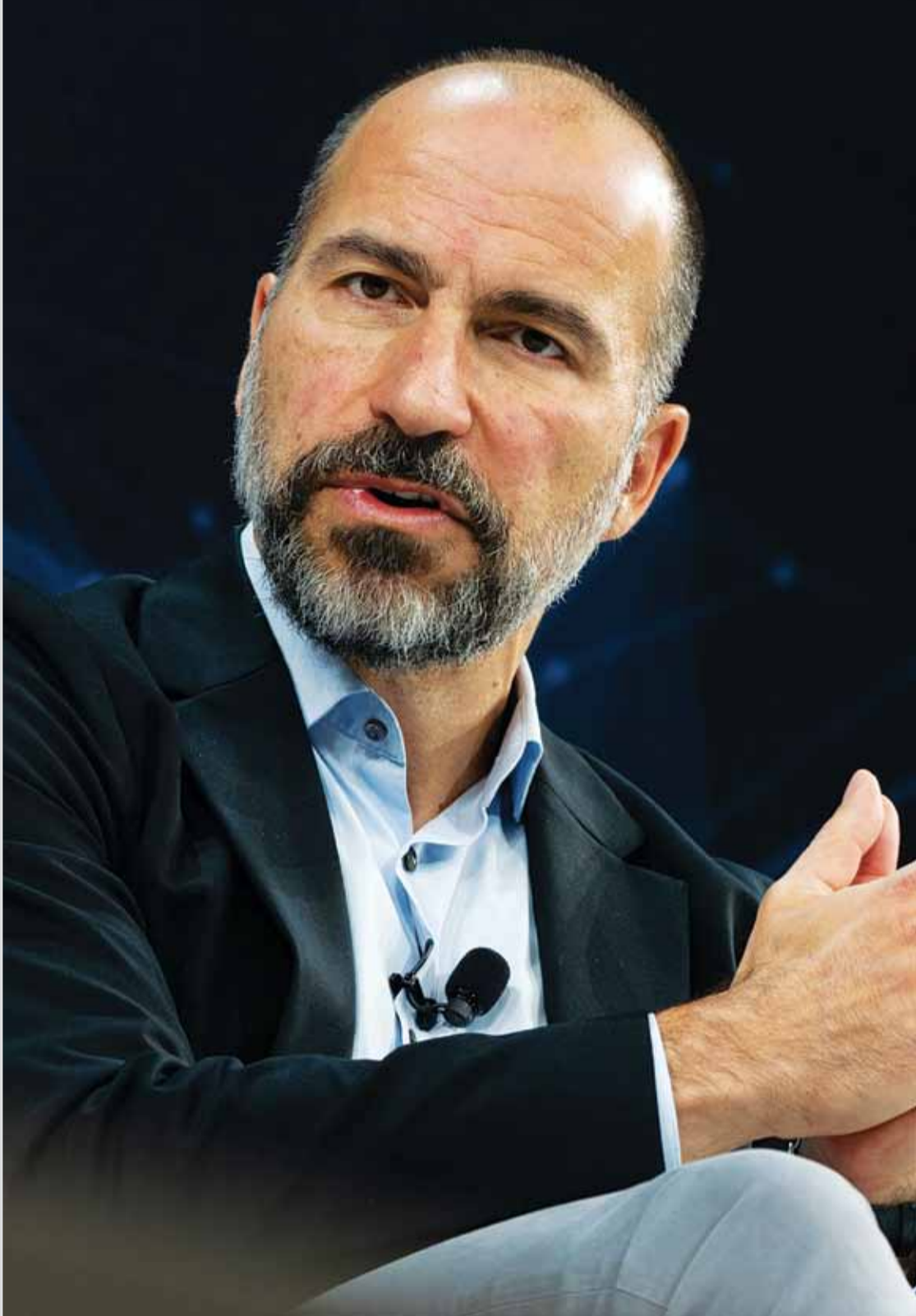
بیمه‌ای نیز بهره‌مند باشند، باز هم می‌توانند از این طرح بیمه‌ای استفاده کنند. در صورتی که بیمه‌شدگان این طرح از خدمات بیمارستان‌های غیرطرف قرارداد استفاده کنند، هزینه‌ها با اصل صورت‌حساب براساس تعرفه، بیمارستان‌های طرف قرارداد هم‌تراز، محاسبه می‌شود. در صورتی که فرد بیمه شده بخواهد برای افرادی که تحت تکلف او نیستند، پوشش بیمه ایجاد کند، فرانشیز این گروه از بیمه‌شدگان ۱۰ درصد بیشتر از سایر بیمه‌شدگان خواهد بود. برای گروه‌های کمتر از ۱۰۰ نفر، حق بیمه، بیمه‌شدگان تا ۶۰ سال مطابق با حق بیمه اعلامی و برای بیمه‌شدگان ۶۰ تا ۷۰ و ۷۰ تا ۷۰ سال به بالا به ترتیب با ۵۰ درصد و ۱۰۰ درصد افزایش نسبت به حق بیمه اعلامی محاسبه می‌شود. همچنین براساس مفاد دیگری از این طرح، ارائه لیست بیمه‌گر اول واحد و تأیید آن در هنگام صدور قرارداد الزامی است و مالیات و عوارض بر ارزش افزوده و مالیات سلامت مطابق با آخرین مصوبات سازمان امور مالیاتی کشور به حق بیمه‌های موردنظر، اضافه می‌شود. شبکه تینت اعلام کرد که هر یک از شرکت‌های دانش‌بنیان صرفاً می‌توانند یکی از طرح‌های سه‌گانه بیمه تکمیلی درمان را به صورت اختیاری به مدت یک سال انتخاب کنند. شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق، فنآور و نوپا جهت کسب اطلاع بیشتر از جزئیات این طرح، می‌توانند به سایت شبکه فناوری و نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری (TINET) مراجعه کنند.

شبکه فناوری و نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از ارائه شش بسته بیمه‌ای برای پوشش ریسک دارایی شرکت‌های دانش‌بنیان و محصولات آنها خبر داد. این بسته‌های بیمه‌ای در بخش بیمه‌های آتش‌سوزی و بیمه‌های مسئولیت کارفرما، مسئولیت حرفه‌ای و مسئولیت کالا عرضه شده است. علاوه بر این دو بخش شرکت بیمه ایران دو بسته بیمه‌ای نیز در حوزه‌های بیمه‌های اشخاص (درمان) و بیمه‌های مهندسی (الکترونیکال) و مکانیکال) به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌کند. همچنین براساس اعلام شبکه فناوری و نوآوری معاونت علمی (TINET) مستقر در پارک پردیس فناوری، طرح بیمه تکمیلی درمان بیمه ایران برای شرکت‌های دانش‌بنیان از یکم تا ۳۰ آبان ماه ۱۳۹۹ در حال اجرا است. این شبکه اعلام کرد که خرید بیمه تکمیلی درمان از طریق نمایندگان بیمه ایران امکان‌پذیر است. نرخ و شرایط اعلامی نیز حداکثر ۱۵ روز از تاریخ نامه اعتبار خواهد داشت و در صورت هرگونه افزایش ضریب تعرفه هزینه‌های درمانی، حق بیمه اعلام شده مورد تجدیدنظر قرار خواهد گرفت. همچنین شرکت‌های متقاضی بیمه درمان باید حداقل نیمی از کارکنان خود را به همراه اعضای خانواده تحت تکلف آنها را مطابق با لیست بیمه تامین اجتماعی برای بیمه معرفی کنند. با توجه به توافق صورت گرفته، در صورتی که متقاضیان طرح بیمه تکمیلی درمانی از خدمات بیمه تامین اجتماعی و سایر خدمات

حمایت‌های گمرکی به ۵ حوزه رسید

مشاوره گمرک و حمل و نقل بین‌المللی در کلیه مباحث مرتبط با مسائل گمرکی شرکت‌های دانش‌بنیان به آنها ارائه می‌شود. این مشاوره‌ها از سطح مقدماتی تا سطح پیشرفته و همچنین در مورد چگونگی اخذ کارت بازرگانی و یا در زمینه انواع روش‌های حمل و نقل بین‌المللی عرضه می‌شود. **معرفی به عنوان فعال مجاز اقتصادی** یکی از مزیت‌های بسته حمایت‌های گمرکی، معرفی شرکت به عنوان فعال مجاز اقتصادی است. شرکت‌های بزرگ دانش‌بنیان که دارای تعاملات گمرکی قابل توجه باشند، به‌عنوان فعال مجاز اقتصادی به گمرک معرفی می‌شوند تا پس از انجام استعلامات لازم، از مزیت‌های مربوطه استفاده کنند. شرکت‌های دانش‌بنیان با معرفی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و تأیید گمرک، به‌عنوان فعال مجاز اقتصادی تأیید می‌شوند. معرفی به عنوان فعال مجاز اقتصادی برای آنها مزایایی دارد. تسهیل در انجام تشریفات گمرکی و معافیت مالیات ۴ درصد علی‌الحساب بر واردات، نیز دو امتیاز دیگری است که در این بسته قرار گرفته‌اند. براساس تفاهم معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و گمرک جمهوری اسلامی ایران شرکت‌های دانش‌بنیان از پرداخت مالیات ۴ درصد علی‌الحساب بر واردات معاف خواهند بود. علاقه‌مندان می‌توانند برای ثبت درخواست و کسب اطلاعات بیشتر به Reg.Daneshboynyan.ir bizservices.ir مراجعه کنند.

در حال حاضر نزدیک به ۱۴۰ بسته خدمتی گوناگون به شرکت‌های دانش‌بنیان، فنآور، صنایع نرم و خلاق عرضه می‌شود. بسته حمایت‌های گمرکی یکی از این خدمات است که به صورت کاملاً جدید و در پنج سرفصل به فعالان فنآور عرضه می‌شود. معافیت گمرکی برای واردات کالاهای غیرتجاری شرکت‌های دانش‌بنیان، یکی از انواع خدمات در نظر گرفته شده برای شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان است. براساس ماده ۴ دستورالعمل اجرایی موضوع ماده ۲۲ آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان، این معافیت‌ها تنها شامل کالاهای غیرتجاری می‌شود. منظور از کالای تجاری، محصولی است که به تشخیص گمرک ایران برای فروش وارد می‌شود. به عبارت دیگر مواد، قطعات و کالاهایی که با هدف استفاده در محصول نهایی وارد شده و به فروش می‌رسند، شامل این معافیت‌ها نمی‌شوند. **استفاده از مزایای ورود موقت** شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان می‌توانند با معرفی دبیرخانه کارگروه ارزیابی و تشخیص صلاحیت شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان و نظارت بر اجرا، از اجازه ورود موقت مواد اولیه و کالاهای موردصرف در تولید، تکمیل، آماده‌سازی و بسته‌بندی کالاهای دانش‌بنیان صادراتی استفاده کنند. کالاهای دانش‌بنیان صادراتی موردنظر باید در فهرست کالاهای دانش‌بنیان مصوب کارگروه بوده و جزو فعالیت‌های مورد تأیید شرکت دانش‌بنیان باشد. **مشاوره گمرک و حمل و نقل بین‌الملل**



به استارت آپ Aurora می‌فروشد

وضعیت درآمندی واحد خود را اوبر نیز مطلوب نبوده است. گزارش مالی اوبر برای سه ماهه سوم سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد واحد خودران این شرکت ۲۵ میلیون دلار درآمد کسب کرده ولی بازار خودران در مجموع زبان خالص ۳۰۲ میلیون دلاری را در ۹ ماهه سال ۲۰۲۰ (ژانویه تا سپتامبر) تجربه کرده که عمدتاً به خاطر شیوع ویروس کرونا بوده است. استارت‌آپ Aurora سال ۲۰۱۷ توسط یکی از مهندسان ارشد پروژه خودران گوگل تأسیس شد. تمرکز اصلی این استارت‌آپ توسعه فناوری خودران برای خودروهای سنگین بوده و به تازگی ۲.۵ میلیون دلار ارزش‌گذاری شده است.

منجر به فوت توسط یک اتومبیل خودران را ست فرمان و ایالت آریزونا را در این تصادف های خودران اوبر در شهر «تمپی» در ایالت در شهر «پیتسبورگ» ایالت پنسیلوانیا و مقر هام استفاده غیرقانونی از برخی فناوری‌ها و ونده حقوقی با رقیب خود ویمو هم بود. این ۲۴ میلیون دلار به گوگل بسته شد.

اقدام‌های دولت آمریکا برای جلوگیری از ورود مهاجران دانشجویی و کاری از کشورهای آسیایی، علاقه دانشجویان بین‌المللی به دانشگاه‌های آمریکایی را نه تنها از کشورهای محدود شده بلکه از دیگر نقاط جهان نیز کاهش داده است. به گزارش استادی پرتالز، جست‌وجوی کالج‌ها و برنامه‌های آمریکایی از سوی دانشجویان کشورهای محدود شده از زمان اجرای ممنوعیت مهاجرت به این کشورها، بیش از ۵۶ درصد کاهش یافته است. ماهانه بیش از ۳ میلیون دانشجو از وبسایت‌ها برای یافتن برنامه آموزشی مورد علاقه خود و موسسه ارائه‌دهنده آن استفاده می‌کنند. در حالی که این کشورها تنها بخشی از مجموعه دانشجویان بین‌المللی را تشکیل می‌دهند که مایل به تحصیل در ایالات متحده هستند، از ۲۸ ژانویه نیز علاقه جهانی به تحصیل در ایالات متحده به میزان ۱۱ تا ۱۱ درصد نسبت به دوره قبل کاهش یافته است. به نظر می‌رسد که کشورهای لیبرال‌ترین آسیب را می‌بینند. علاقه دانشجویان بین‌المللی که می‌خواهند در ماساچوست تحصیل کنند ۱۷.۰۷ درصد و در کالیفرنیا ۱۲.۹۹ درصد کاهش یافته است. کالج فکتوال محاسبه کرد که

کاهش تمایل دانشجویان بین‌المللی به تحصیل در آمریکا

تأثیر منفی اقتصادی این موضوع فقط از کشورهای ممنوع شده ۷۰۰ میلیون دلار خواهد بود. دانشجویان بین‌المللی ۳۳ میلیارد دلار و ۴۰۰ هزار و ۸۱۲ شغل به اقتصاد ایالات متحده کمک می‌کنند. پیش‌بینی می‌شود تأثیر کل این ممنوعیت فقط در آموزش عالی حدود ۴ میلیارد دلار و از بین رفتن ۴۸۰۰۰ شغل باشد. همچنین علاقه شتابان دانشجویان آمریکایی را که قصد تحصیل در خارج از کشور را دارند، ثبت می‌کند. دانشگاه‌های کانادا با رشد متوسط سود بالای ۶۱ درصدی یک هفته پس از یک هفته قبل از ممنوعیت کشور و پس از آن انگلیس با ۵۵ درصد و استرالیا با ۲۵ درصد در این لیست پیشرو هستند. منبع استادی پرتالز در این زمینه، در نوامبر ۲۰۱۶ درست پس از انتخابات ۱۳۰۰ دانشجوی آینده بین‌المللی را مورد بررسی قرار داده است تا از دیدگاه آنها در مورد رئیس جمهوری جدید منتخب آگاهی یابد: ۵۷ درصد از شرکت‌کنندگان گفتند که احتمال تحصیل در ایالات متحده کمتر شده زیرا دوره ریاست جمهوری ترامپ موانع جدی را برای تحصیل آنان در ایالات متحده ایجاد کرده است.



دانش طراحی موتور بومی شد

متصل به محور توربین است هوای موردنیاز برای احتراق با چگالی بیشتر به درون سیلندرها فرستاده می‌شود. افزایش جرم هوای ورودی توأم با سوخت بیشتر است که در نهایت سبب افزایش گشتاور و توان موتور می‌شود. هادی طرزری، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، می‌گوید: ماژول روغن موتور ملی هم محصول دیگر شرکت ما است. مجموعه کنترل‌کننده شرایط روغن یکی از مجموعه‌های مهم در موتور ملی EFV است. این مجموعه شامل خنک‌کن دمای روغن، پمپ آب، فیلتر روغن و سنسور روغن می‌شود. این فعال فناوری ادامه می‌دهد: قطعه ماژول روغن به عنوان یک مجموعه پیچیده است که بر روی موتورهای روز دنیا نصب و به کار گرفته می‌شود. این قطعه وظیفی چون پمپاژ آب به داخل بدنه موتور، فیلتراسیون روغن، خنک کردن روغن به وسیله آب و ارسال اطلاعات فشار روغن به صفحه نمایشگر را به عهده دارد.

کسب دانش طراحی موتور مهم‌ترین نیازی است که صنعت خودرو را در کشور توسعه می‌دهد؛ دانشی که به کمک ظرفیت دانش‌بنیان‌ها در کشور بومی‌سازی و بخش‌های گوناگون خودرویی از این دانش بومی بهره‌مند شد. شرکت بسا پارس صنعت مجموعه‌ای دانش‌بنیان است که برای ساخت داخلی قطعات و مجموعه‌های مرتبط با قوای محرکه که دارای فناوری و دانش فنی است، فعالیت‌های خود را از سال ۸۸ آغاز کرد. این مجموعه طراحی و توسعه موتورهای احتراق داخلی و توانمندی‌های ساخت موتور و قطعات خودرویی را در داخل کشور دنبال می‌کند. در حال حاضر خدمات و محصولات این شرکت مورد استفاده مجموعه‌های ایران خودرو، سایپو و ایساکو قرار می‌گیرد. یکی از محصولات تولیدی این شرکت، توربو شارژر است؛ محصولی که امکان کوچک‌سازی موتور را فراهم می‌کند. در توربو شارژر، گازهای خروجی اتلافی موتور برای به گردش در آوردن توربین به کار گرفته می‌شود. از طریق گردش کمپرسور که



کارگاه برندینگ

مایکروسافت به شایعات ایکس باکس پاسخ داد

<div><div> </div><div><div>به قلم: کیوم گانتنبرگ خبرنگار</div></div></div>
<div><div> </div><div><div>مترجم: امیر آل علی</div></div></div>

طی چند روز اخیر ویدئوهایی از محصول جدید ایکس باکس در شبکه‌های اجتماعی دست به دست می‌شود که در آن دود کردن این دستگانه به نمایش گذاشته شده است. اگرچه در نگاه اول ممکن است تصور کنید که نقض فنی بزرگی برای این دستگانه وجود دارد، با این حال تمامی این نمونه‌ها، کاملاً ساختگی بوده و مایکروسافت رسماً آنها را به نوعی شوخی تشبیه کرده است. درواقع دود حاصله از مواردی نظیر ویپ بوده و ابتدا به دستگانه ارتباطی ندارد. در این راستا هنوز مشخص نیست که هدف از این اقدام کسب شهرت توسط افرادی خاص بوده و یا رقیبا در این اتفاقات دخیل هستند. در این راستا به نظر می‌رسد که حتی در صورت تداوم انتشار چنین ویدئوهایی، شکایت رسمی در دستور کار قرار گیرد. در این راستا نکته جالب این است که برخی از بلاگرها جهت جلوگیری از انتشار مطالب جعلی، اقدام به نمایش نحوه ایجاد دود در این دستگانه، کرده‌اند که توصیه می‌شود که با استفاده از هشنگ‌هایی نظیر **دود مصنوعی ایکس باکس**، از چگونگی آن اطلاع پیدا کنید. در این راستا هفته گذشته نیز ویدئویی از قدرت فن ایکس باکس جدید توسط برخی از کاربران منتشر شد که در آن یک توپ پینگ پنگ معلق را نشان می‌دادند، با این حال این ویدئو نیز جعلی بوده و فن‌های این دستگاه ابتدا چنین قدرتی را ندارند. این شایعات به خوبی نشان می‌دهد که لازم است فرهنگ‌سازی‌ای صورت گیرد تا افراد سریع‌ا هر آنچه را که می‌بینند و منبع معتبری ندارد باور نکنند.

منبع: **theverge.com**

گوگل در ایو امن تر خواهد شد

<div><div> </div><div><div>به قلم: باب موهان خبرنگار</div></div></div>
<div><div> </div><div><div>مترجم: امیر آل علی</div></div></div>

در حال حاضر با توجه به گسترس چشمگیری انواع کلاهبرداری‌های اینترنتی، مسئله امنیت اطلاعات به موضوعی حیاتی تبدیل شده است. در این راستا امکان رمزگذاری بر روی اطلاعات، یکی از راهکارها جهت ارتقای سطح امنیت، محسوب می‌شود. در این رابطه **گوگل درایو**، یکی از معروف‌ترین بست‌رهای فضای ابری محسوب شده و برای پاس‌خگویی بهتر به این نیاز کاربران خود، اعلام کرده است که امکان رمزگذاری، در دستور کار قرار گرفته است، با این حال هنوز برای در دسترس قرار گرفتن آن، زمان مشخصی اعلام نشده است. همچنین به نظر می‌رسد که این امکان رایگان نخواهد بود. حال باید دید که این طرح تا چه اندازه رضایت کاربران را به همراه خواهد داشت.

منبع: **androidcentral.com**

هایپر لوپ ویر جینیا یک قدم تا عرضه جهانی

<div><div> </div><div><div>به قلم: آندرو جی.هاوکینز نویسنده حوزه تکنولوژی</div></div></div>
<div><div> </div><div><div>مترجم: امیر آل علی</div></div></div>

در هر زمانی یکی از خواسته‌های اصلی بشر این بوده است که با سرعت بالاتری بتواند جا به جا شود. این موضوع باعث شده است تا شاهد کشتی، اتومبیل، مترو و در نهایت هواپیماها باشیم، با این حال طی چند سال گذشته خبر از نسل حمل و نقل سریع به نام هایپرلوپ شده است که در این رابطه برند **ویر جینیا**، گام‌های بزرگی را برداشته و در روز گذشته، آزمایش‌های انسانی آن را انجام داده است. این امر به معنای آن خواهد بود که جهان تنها یک گام دیگر تا امکان استفاده از پرسرعت‌ترین وسیله حمل و نقل تاریخ، فاصله دارد. در رابطه با اهمیت این طرح تنها کافی است بدانید که این دستگانه سرعتی معادل ۱۲۲۰ کیلومتر بر ساعت را دارد. با این حال آلودگی صوتی و زیست محیطی آن به مراتب کمتر از نمونه‌های دیگر نظیر هواپیماها است. در این راستا مهمترین چالش این است که افراد در آن سرعت بالا، احساس بدی را نداشته باشند. در رابطه با نتایج این آزمایش نیز هنوز اطلاعات دقیقی در دسترس قرار ندارد. نکته قابل توجه دیگر این است که شرکت فعال در زمینه تولید این وسیله حمل و نقل، تحت مالکیت ریچارد برانسون قرار دارد. در این راستا هنوز مشخص نیست که کدام کشور، مجور استفاده از نخستین نمونه‌های هایپرلوپ را صادر خواهد کرد.

منبع: **theverge.com**

همکاری مجدد دواین جانسون و ایکس باکس

<div><div> </div><div><div>به قلم: آدام پنگه‌ارست خبرنگار</div></div></div>
<div><div> </div><div><div>مترجم: امیر آل علی</div></div></div>

نخستین س سری ایکس باکس توسط بیل گیتس و دواین جانسون معروف به صخره، معرفی شد. این اتفاق زمینه همکاری طولانی مدتی را به همراه داشته است. در این راستا انجام اقدامات خیرخواهانه، یکی از استراتژی‌های اصلی برندهای مختلف است که علی رغم تاثیر قابل تحسین آنها، جنبه تبلیغاتی نیز دارد. حضور پررآمدترین بازیگر سه سال گذشته، بدون شک به افزایش جذابیت اقدام کمک خواهد کرد. در این راستا قرار است ۲۰ دستگانه از جدیدترین سری ایکس باکس به بیمارستان کودکان در آمریکا اختصاص پیدا کند. بدون شک این مسئله برای کودکان بیمار خیری فوق‌العاده خواهد بود. این موضوع کمک خواهد کرد تا در حدود ۵۰ هزار کودک درگیر با بیماری‌های مختلف، بتوانند بازی‌های نسل جدید را امتحان کرده و با سرگرم شدن، سختی‌های روند درمان خود را فراموش نمایند. در کنار این موضوع قرار است که نوشته‌های از دواین جانسون نیز بر روی هر یک از دستگانه‌ها با عنوان «لبخند زبند و لذت ببرید» حک شود. در آخر نکته قابل توجه این است که هر ایکس باکس سری ایکس، ۵۰۰ دلار قیمت دارد. این موضوع حتی می‌تواند منجر به ایجاد یک ترند جدید شود که براساس آن افراد با خرید این دستگانه، آن را به بیمارستان‌ها اهدا نمایند. حال باید دید که واکنش مدیران پلی استیشن به این طرح فوق‌العاده رقیب اصلی، چه خواهد بود.

منبع: **gamespot.com**

<div><div> </div><div><div>به قلم: کارن ریالی کارشناس تولید محتوا</div></div></div>
<div><div> </div><div><div>مترجم: امیر آل علی</div></div></div>

بدون هیچ‌گونه تردیدی، شبکه‌های اجتماعی بخش بسیار مهمی از بازاریابی در جهان امروز محسوب می‌شوند. در این راستا شاهد فعالیت گسترده‌ای هستیم. با این حال آیا تمامی برندها، موفق ظاهر می‌شوند؟ درواقع برای بسیاری از برندها، فعالیت در هر یک از شبکه‌ها با نتیجه لازم همراه نبوده و به همین خاطر باید به دنبال رفح این معضل بزرگ باشیم. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برای تمامی برندها، استخدام یک تیم تولید محتوا امکان‌پذیر نبوده و این موضوع نباید باعث ناامیدی آنها شود. درواقع با آگاهی از اشتباهات رایج، تا حدود زیادی با مشکلات کمتر مواجه خواهید شد. در این راستا ۱۰ مورد منتخب را بررسی خواهیم کرد.

۱-عدم توجه به مقوله جلب اعتماد

روش کاری رایج برندها این است که بلافاصله پس از ایجاد یک صفحه، اقدام به تبلیغ محصولات خود می‌کنند، با این حال قبل از فروش، لازم است تا اعتماد لازم را جلب کرده باشید. در این راستا نمایش مجوزهای فعالیت، تصاویری از محل شرکت و کارمندان، کاملاً ضروری خواهد بود. همچنین لازم است تا منتقد محصولات باشید. در این کار این موضوع نمایش دلایل اهمیت خرید از شما نیز بسیار مهم خواهد بود. درواقع شما نباید صرفاً به کیفیت توجه داشته باشید. در این راستا می‌توان از طرح‌هایی نظیر اختصاص بخشی از بودجه به سازمان‌های حفاظت از محیط زیست، خود دلیل خوبی را برای خرید از شما به وجود می‌آورد. در این راستا فراموش نکنید که اعتمادسازی مقطعی نبوده و لازم است تا همواره برای آن راهکارهای جدیدی داشته باشید.

۲-عدم ایجاد اهداف مناسب

آیا تنها هدف شما از فعالیت در شبکه‌های اجتماعی صرفاً نمایش محصولات است؟ اگر پاسخ شما به این پرسش مثبت است بدون شک نتیجه‌ای را به دست نخواهید آورد. درواقع رعایت نکاتی نظیر تولید محتوا، از جمله الزامات موفقیت شما خواهد بود. در این راستا شما باید چند هدف را تعیین کرده و برای هر یک از آنها، چندین سیاست را انتخاب نمایید. درواقع توانایی کوچک کردن و مرحله‌ای ساختن اهداف بزرگ و نحوه انجام آنها، یک مهارت مهم خواهد بود. با این حال در صورتی ک با مشکل مواجه هستید، می‌توانید با تحلیل اقدامات انجام شده از سوی برندهای موفق، به نظم فکری لازم دست پیدا کنید.

راهنمای هشتگ گذاری در شبکه‌های اجتماعی برای کسب و کارها

نویسنده: امیررضا اصغرزاده: آیا تا به حال هشتگها (Hashtags) باعث آسیب رسیدن په شبکه‌های اجتماعی شما شده‌اند؟

این روزها تقریباً همه صفحات شبکه‌های اجتماعی از هشتنگ استفاده می‌کنند. هشتگ‌ها یکی از بهترین راهها برای جذب ترافیک طبیعی (Organic) مخاطب است، اما بدون داشتن استراتژی برای هشتنگ گذاری ممکن است به برنامه یا کسب‌وکار تان آسیب‌های جدی وارد شود. همچنین هشتنگ گذاری بیش از حد می‌تواند به‌طور چشمگیری شما را عقب بیندازد. به‌طور مثال، این کار در فیس‌بوک (Facebook) می‌تواند باعث قطع شدن ترافیک طبیعی به‌مدت چند ماه در صفحه شما شود.

علاوه بر این، هشتنگ‌ها به‌طور یکسان در لینکدین(Linkedin)، توئیتر (Twitter)، اینستاگرام و فیس‌بوک کار نمی‌کنند. شما نباید از هشتنگ‌های یکسانی در همه شبکه‌های اجتماعی خود استفاده کنید. پس بهتر است که عمیق‌تر به مسئله تهیه یک استراتژی برای هشتنگ گذاری بپردازیم.

تهیه یک استراتژی برای هشتنگ‌گذاری: از کجا شروع کنیم؟
کلید موفقیت برای چیدن هر استراتژی، دانستن و تعیین دقیق اهداف است.

مخاطبان هدف شما بیشتر به چه چیزهایی علاقه دارند؟ آنها چه سبک صفحاتی در دنبال می‌کنند و روی چه هشتنگ‌هایی وقت می‌گذرانند. به صفحات مشابه با کسب‌وکار خود نگاهی بیندازید و از نحوه جذب و هشتنگ‌گذاری آنها الگو بگیرید بنابراین قبل از آماده کردن یک استراتژی برای هر شبکه اجتماعی، مخاطبان هدف خود را شناسایی کنید.

هشتنگ گذاری در اینستاگرام

الگوریتم اینستاگرام از هشتنگ‌ها برای تعیین نوع محتوای پست‌ها (Posts) و قابل جست‌وجو شدن آنها برای تمام کاربران استفاده می‌کند. شما می‌توانید هم در پست‌ها و هم در استوری‌های خود از هشتنگ استفاده کنید.

اگر شما بر روی هشتگی داخل اینستاگرام کلیک کنید، پست‌های دیگری که با این هشتنگ پیست شده‌اند، نمایش داده می‌شوند. هر هشتگ در اینستاگرام به دو دسته تقسیم‌بندی می‌شود:

۱-Top: پست‌های برتر؛ توجه کنید که بیشترین تعامل را طی ۲ ساعت اول ارسال به دست آورد‌ه‌اند.

۲-Recent: جدیدترین پست‌ها به صورت زمانی.

این دسته‌بندی در هر هشتگ، باید اساس چیدن استراتژی شما برای هشتنگ گذاری باشد. هدف شما جذب مخاطب بیشتر در پست‌های تان است. برای انتخاب هشتنگ مناسب در اینستاگرام و جذب مخاطب بیشتر به نکات زیر توجه کنید:

- اگر جامعه مخاطبان بزرگی دارید و اگر بتوانید طی ۲ ساعت بعد از پست کردن، ترافیک زیادی را برای پست خود ایجاد کنید، می‌توانید به دسته‌بندی پست‌های برتر راه یابید و هشتنگ‌های شلوغ‌تر و محبوب‌تری را انتخاب کنید بنابراین هر کاری که برای تعامل بیشتر مخاطب با پست شماست را طی ۲ ساعت اولیه امتحان کنید. در غیر این صورت، پست شما به سرعت پایین می‌آید.
- اگر شما هنوز جامعه مخاطبان بزرگی ندارید، خیلی به قسمت پست‌های برتر فکر نکنید. به قسمت جدیدترین پست‌ها فکر کنید. هشتنگ‌های اختصاصی‌تر (Niche) و خلوت‌تر را برگزینید. در اینجا انتخاب یک گروه خیلی خاص از مخاطبان، کمک‌کننده خواهد بود.
- در دسته جدیدترین پست‌ها به ۳ پست بالایی دقت کنید. اگر فاصله زمانی آنها ۵ دقیقه یا کمتر است، این هشتنگ، شلوغ محسوب می‌شود و پست شما به‌سرعت پایین رفته و شانس زیادی برای دیده شدن در این دسته‌بندی ندارد. بهتر است در تعدادی هشتنگ اختصاصی و خلوت توسط ۱۰۰ کاربر دیده شوید تا اینکه در هشتنگ‌های شلوغی مانند #love به‌سرعت به پایین لیست بروید. گرچه ممکن است هدف،

۳-عدم توجه به ایجاد ارتباط دوستانه

آیا با مخاطب خود ارتباط خوبی را ندارید؟ درواقع اشتباه بزرگ بسیاری از برندها این است که تصور می‌کنند باید منتظر واکنشی از سوی مخاطبان خود باشند. این امر در حالی است که شما بایدآنها را ترغیب به ایجاد یک رابطه اقتصادی مناسب نمایید. در این راستا وجود چندین برنامه الزامی خواهد بود. برای مثال نظرسنجی‌های مداوم در کنار پیام دادن به مخاطبانی که فعال هستند، مسییر موفقیت شما را هموارتر خواهد ساخت.

۴-ارسال محتوای کم‌ارزش

در رابطه با محتوای‌های ارزشز تکلیف کاملاً مشخص بوده و شما اپدا نباید به سراغ چنین موضوعاتی بروید. درواقع اقدام شما باید ارزش مشاهده بالایی داشته باشد. با این حال مشکل اصلی در این بخش، عدم تشخیص محتوای کم‌ارزش با اولویت‌ها است. در این راستا شما باید با تحلیل شرایط بازار و نظر جامعه هدف، به اولویت‌بندی موضوعات بپردازید. درواقع یک موضوع ممکن است کم‌اهمیت‌تر باشد. این امر به معنای کنار گذاشتن آن نبوده و تنها مسئله زمان مطرح است.

۵-عدم توجه به بهترین زمان انتشار محتوا

آیا از زمان طلایی در شبکه‌های مختلف آگاهی دارید؟ در این راستا تنها بستر اشتراک‌گذاری مهم نبوده و لازم است تا به خصوصیات مخاطبان خود نیز توجه داشته باشید. برای مثال اگر جامعه هدف شما نوجوان‌ها هستند، بدون شک شرایط با زمانی که به دنبال جذب کارمندان هستید، تفاوت‌هایی را خواهد داشت. در این رابطه با یک جست و جوی ساده و تحلیل شیوه کاری برندهای رقیب، به زمان‌های مناسب دست پیدا خواهید کرد.

۶-محدود شدن به یک شبکه

یکی دیگر از اشتباهات رایج این است که افراد خود را بیش از حد به یک شبکه محدود می‌کنند. این امر باعث خواهد شد تا زمینه رشد شما بیش از حد محدود شود. این امر در حالی است که در صورت وجود چند شبکه و تبلیغ هر یک از آنها، می‌توانید به رشد خود سرعت بیشتری را بدهید. برای مثال فعالیت در لینکدین اگرچه ضروری است، با این حال حضور در شبکه‌های دیگری نظیر یوتیوب و اینستاگرام نیز کاملاً کاربردی خواهد بود. در کنار این موضوع مهمترین بخش اقدام شما، وجود یک سایت رسمی با ظاهری حرفه‌ای خواهد بود.

۷-عدم توجه به ضرورت جذابیت اقدامات

ممکن است تصور نمایید که صرفاً پرداختن به موضوعات مهم و ارزشمند، به

اشتباهات رایج برندها در شبکه‌های اجتماعی

معنای موفقیت شما خواهد بود، با این حال این امر تنها یک بخش از کار بوده و شما باید به دنبال شیوه‌ای برای جذاب کردن اقدام خود باشید. از این بخش به عنوان سواد روایت نام برده می‌شود. در این رابطه تنها کافی است که چند محتوا در رابطه با یک موضوع را نگاه بیندازید. با این اقدام شاهد شیوه روایت‌های مختلفی خواهید بود که احتمالاً تنها چند مورد از آنها با موفقیت بالا همراه بوده است. در این راستا شما باید در کنار رعایت مواردی نظیر درگیر کردن احساسات مخاطب، به دنبال یک شیوه جدید باشید تا جذابیت اولیه لازم را به همراه داشته باشد. برای مثال عدم توهین مستقیم، یکی از اصول اولیه در زمینه روایت محسوب می‌شود. با این حال صرف‌رعایت این قوانین به معنای موفقیت شما نخواهد بود.

۸-تاکید بیش از حد بر روی فروش

یک قانون بسیار مهم در بازاریابی وجود دارد که برطبق آن تاکید بر خرید، با نتیجه عکس همراه خواهد بود. درواقع شما باید مخاطب را نسبت به خرید قانع کرده و در تصمیم نهایی آزاد بگذارید. بدون شک اگر این مرحله را به خوبی طی کرده باشید، احتمال خرید بالا خواهد بود، با این حال تاکید بیش از حد، تنها باعث خواهد شدت تا تمامی تلاش‌های شما بی‌نتیجه باقی بماند. در این راستا یک اصل طلایی وجود دارد که هیچ‌گاه نباید مخاطب را تحت فشار قرار دهید.

۹-عدم توجه به اصل برندینگ

اگر از اصول برندسازی آگاهی ندارید، لازم است تا مقالات مرتبط با آن را مشاهده کنید. در غیر این صورت توانایی ایجاد ارتباط لازم میان شبکه‌های مختلف را نخواهید داشت. نکته پایانی این بخش، توجه به ضرورت متفاوت بودن اقدامات در هر یک از شبکه‌ها است. درواقع بدترین اقدام که کاملاً رایج نیز محسوب می‌شود این است که تمامی شبکه‌ها، محتوای یکسانی را داشته باشند. اگرچه بازنشر برخی از مطالب می‌تواند سیاست خوبی باشد، با این حال این امر نباید باعث تشابه بالای اقدامات شود. به صورت کلی هر شبکه باید برنامه خاص خود را داشته باشد.

۱۰-عدم توجه به نرخ ROI

درواقع شما باید بدانید که اقدامات شما تا چه حد نتیجه‌بخش بوده است. این امر نکته‌ای است که اکثر برندها در شبکه‌های اجتماعی فراموش می‌کنند. این موضوع باعث خواهد شد تا زمان و هزینه آنها، صرف بهترین اقدامات نشود. در این راستا شما باید برای هر یک از اقدامات خود، امتیازی را تعیین کرده و در صورتی که موادی بیش از حد ضعیف هستند، آنها را با اقدامات جدید، جایگزین نمایید.

منبع: **business۲community.com**

افراد غالباً برای پیگیری آخرین اخبار به توئیتر مراجعه می‌کنند.

بنابراین، اگر بیک هشتنگ خاص ترند شده است، مردم تمایل بیشتری برای دیدن هر دو دسته هشتنگ‌های تازه (Recent) و داغ (Trending) دارند. زیرا می‌خواهند از پرفرمدارترین و جدیدترین اخبار و اظهارنظرها مطلع شوند.

• اگر می‌خواهید در تازه‌ترین (Most Recent) هشتنگ‌ها دیده شوید، باید یک طرح گرافیکی خیلی جالب و البته مرتبط را به پیست خود اضافه کنید.

• برای خاص‌تر شدن و تمرکز روی یک گروه مخاطب، به‌جای استفاده از هشتنگ‌های عمومی و کوتاه از هشتنگ‌های اختصاصی و بلندتر (مانند کلمات کلیدی) استفاده کنید. برای مثال، استفاده از #بازاریابی_اینستاگرام به‌جای #بازاریابی.

• هرگز هشتنگ‌های ترند و داغ را که به محتوای پست، نوع کسب‌وکار و مخاطبان هدف‌تان، مربوط نیست، ننویسید. این کار باعث می‌شود تا صفحه شما توسط سایر کاربران گزارش (Report) داده شود.

هشتنگ گذاری در لینکدین

هشتنگ‌ها در لینکدین نسبتاً جدید هستند. آنها در سال ۲۰۱۸ معرفی شدند. هشتنگ‌گذاری در لینکدین با آنچه در اینستاگرام و توئیتر است، اندکی تفاوت دارد. شما می‌توانید از آنها در پست‌ها (Updates) و در مقالات خود (حداکثر تا ۵ مورد) استفاده کنید، اما بعد از اینکه هشتنگ‌ها را پست کردید، دیگر نمی‌توانید آنها را ویرایش یا حذف کنید. نکات زیر در انتخاب هشتنگ برای صفحه لینکدین شما تأثیرگذار خواهند بود:

- برای پیدا کردن هشتنگ‌های مربوط به مخاطبان خود از قسمت «Hashtags Trending In Your Network» استفاده کنید.
- سپس روی «My Network» کلیک کنید و در بخش «Hashtag» قسمت «See All» را انتخاب کنید.
- هشتنگ‌های محبوب‌تر را با هشتنگ‌های اختصاصی‌تر و بلندتر مخلوط کنید.
- تعداد هشتنگ‌ها را در پست‌های خود محدود کنید.

- از هشتنگ‌های مربوط به کسب‌وکار استفاده کنید. بهتر است عبارت «بهترین هشتنگ‌های کسب‌وکار» (Best Business Hashtags) را در گوگل سرچ کرده و پیشنهادات آن را بررسی کنید.
- از هشتنگ‌های پیشنهادی لینکدین استفاده کنید.
- اگر کسب‌وکاری دارید که مربوط به شهر یا منطقه خاصی می‌شود، حداقل از یک هشتنگ مربوط به موفقیت مکانی استفاده کنید.
- هشتنگ‌گذاری در فیس‌بوک

اگرچه فیس‌بوک بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی (از نظر تعداد کاربران) است، اما این شبکه را در آخر مقاله بررسی کرده‌ایم. به این دلیل که کارشناسان بر سر تاثیر هشتنگ گذاری در فیس‌بوک اختلاف نظر دارند. البته همه آنها در یک چیز اتفاق نظر دارند:

در ادامه به نکات لازم برای موفقیت در هشتنگ‌گذاری در فیس‌بوک می‌پردازیم:

- خودتان را به ۱ یا ۲ هشتگ در هر پست محدود کنید.
- از یک هشتگ ثابت برای انواع محتوای خود استفاده کنید؛ مثلاً برای نوع محتوای داستانی خود، هشتگ #داستان_یکشنبه را بگذارید.
- به‌صورت مداوم از هشتنگ‌های داغ و محبوب استفاده کنید.

جمع‌بندی

همانطور که می‌دانید، اگر ویژگی «اجتماعی بودن» را از صفحات کسب‌وکار خود پاک کنید، جایی در شبکه‌های اجتماعی نخواهید داشت. داشتن یک استراتژی مشخص هشتنگ‌گذاری برای هر شبکه اجتماعی، به شما کمک می‌کند تا تعداد افراد بیشتری را در مقایسه با دیگران جذب کنید. این کار همچنین مانع کم شدن ترافیک طبیعی و محدود شدن صفحه شما خواهد شد.

منبع: **Jeffbullas/techrasa**

ایستگاه بازاریابی

چگونه فروش تلفنی اثربخشی داشته باشیم؟

مترجم: اکرم دبانی

فروش محصول، ارتباط کاملی با طرز فکر شما دارد. به همین دلیل است که پس از تمرین مجموعه مهارت‌های موردنیاز برای فروش یک محصول طرز فکرتان را در مورد فروش تلفنی تغییر بدهید.

به جای اینکه به جنبه فنی فروش محصول بپردازم در این مطلب می‌خواهم در مورد آنچه باید در ذهن شما 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:

بسیاری از ما پس از یک دوره کارمندی برای سایر شرکت‌ها تصمیم می‌گیریم کسب و کار خودمان را راه بیندازیم و کارآفرینی کنیم. همچنان تمایل داریم پای رفتارها و طرز تفکرات کارمندی را به دنیای کارآفرینی و کسب و کار خود نیز باز کنیم. به عنوان مثال بسیاری از صاحبان کسب و کار هنگام فروش تلفنی به گونه‌ای با مشتری ارتباط برقرار می‌کنند که گویی در حال برگزاری یک مصاحبه کاری هستند. آنها با مشتری مصاحبه می‌کنند تا ببینند گزینه مناسبی برای خرید محصول آنها هست یا خیر.

مناسفانه صدق چنین رفتارهایی در میان صاحبان کسب و کارها اپیدمی شده و «فروش» تنها بخش کسب و کار نیست که از اثرات منفی چنین اقداماتی آسیب می‌بیند.

طرز تفکر ۲: واقعیت‌ها را بیان کنید:

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

به همین دلیل است که بسیاری از صاحبان کسب و کارها باید ذهنیت خود را در مورد فروش و ارتقای شخصی تغییر دهند. در غیر این صورت تنها تعداد محدودی از افراد متوجه می‌شوند که راه حل مشکل‌شان در دست آن کسب و کار است. شما صرفاً در حال ارائه واقعیت‌ها هستید 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 مشاوره‌ای زیادی داشته‌ام که به من می‌گویند ما یک دهه سعی داشتیم کسب و کار «تهیه غذا» راه‌اندازی کنیم، اما به جایی نرسیدیم. چون درآمد کافی کسب نمی‌کنیم و وقتی به مشتری می‌رسیم آنها دغدغه‌ها و دردهای زیادی دارند.

نکته‌ای که صاحبان کسب و کار برای فروش تلفنی بهتر باید بدانند این است که فقط باید با کارکنان متخصص و متناسب با کسب و کارشان 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 می‌شود این است که هرچه تخصص بیشتری داشته باشید افراد بیشتری می‌خواهند با شما کار کنند.

تیم شما باید در حرفه خود به قدری مهارت داشته و متخصص باشند که مشتری حاضر باشد 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 شدم این است که افراد واقعاً نیاز به پول را درک می‌کنند. همچنین می‌دانند که وقت‌شان چقدر ارزشمند است چون نمی‌توان زمان را به عقب برگرداند. از این رو اعضای تیم همیشه می‌توانند با زمانی که در اختیار دارند پول بیشتری به دست آورند.

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

سخن پایانی

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

منبع: due.com/modirinfo



بهبود کیفیت بازاریابی پیش از سال نو

بررسی ۷ نکته مهم برای بازاریابی موفق در سال نو میلادی



به قلم: اولین جانسون کارشناس بازاریابی دیجیتال

ترجمه: علی آل علی

بازاریابی‌شان فقط در دسترس فالوورهای‌شان قرار می‌گیرد. بسیاری از برندها در طول مدت زمانی طولانی اقدام به بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌کنند. این امر تجربه بسیار مناسبی در زمینه استفاده از هشتگ در اختیار برندها قرار می‌دهد. مزیت اصلی هشتگ‌ها دسترسی‌پذیری ساده‌تر محتوای بازاریابی برای مخاطب هدف است. امروزه بسیاری از کاربران در شبکه‌های اجتماعی برای دسترسی به محتوای بازاریابی اقدام به استفاده از هشتگ‌ها می‌کنند. افزودن امکان فالو کردن هشتگ‌ها در اینستاگرام به خوبی بیانگر افزایش تمایل کاربران برای استفاده از آن است.

۲. شبکه‌های اجتماعی را فراموش نکنید

شبکه‌های اجتماعی همیشه یکی از گزینه‌های بازاریابی مهم برای برندها محسوب می‌شود. برخی از برندها در طول بازه‌های زمانی طولانی اقدام به حضور در شبکه‌های اجتماعی کرده‌اند. این امر شهرت قابل ملاحظه‌ای برای برندها فراهم می‌کند. اگر یک برند در تلاش برای حضور در شبکه‌های اجتماعی بدون هیچ‌گونه سابقه‌ای باشد، شرایط دشواری را تجربه خواهد کرد. این امر امسال برای بسیاری از برندها روی می‌دهد. بسیاری از برندها در طول دهه‌های متعددی به الگوی بازاریابی محیطی عادت داشته‌اند. این امر بازاریابی در سایر حوزه‌ها را بدل به امری تازه برای چنین برندهایی می‌کند.

خرده‌فروشی‌هایی نظیر تارگت باید استراتژی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی را جدی‌تر دنبال کنند. کریسمس امسال شاهد افزایش چشمگیر فروش در شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. با این حساب اگر برندها نسبت به بازاریابی در پلتفرم‌های محبوب در میان کاربران اقدام نکنند، به زودی بخش قابل ملاحظه‌ای از سودشان از بین می‌رود. شبکه‌های اجتماعی امکان کاهش هزینه‌های بازاریابی و تمرکز بر روی مخاطب جهانی را به همراه دارد. امروزه مرزهای بازاریابی فراتر از کشورهایی محدود است. بنابراین برندها باید به دنبال تعامل با مخاطب جهانی در شبکه‌های اجتماعی باشند. برخی از برندها در این عرصه اقدام به راه‌اندازی حساب‌های جداگانه برای مناطق یا کشورهای مختلف می‌کنند. برند کوکاکولا یکی از مشهورترین الگوهای این امر را ارائه می‌دهد. این برند حساب رسمی برای هر منطقه مانند خاورمیانه، آمریکای شمالی و اروپا به منظور بازاریابی بهتر دارد.

۳. شخصی‌سازی تجربه خرید با استفاده از ربات‌های هوشمند
ربات‌های هوشمند در طول سال‌های اخیر توسعه عرصه بازاریابی را امکان‌پذیر کرده‌اند. بسیاری از بازاریاب‌ها رونمایی از نسل دوم هوش مصنوعی را به معنای کاهش نیاز به عامل انسانی در زمینه تعامل با مخاطب هدف می‌دانند. ربات‌های هوشمند امکان ارائه پاسخ‌های مناسب به مخاطب هدف و گردآوری داده‌های موردنیاز بازاریابی‌ها برای بهبود کیفیت کمپین‌ها را دارند.

ربات‌های چت در بسیاری از شبکه‌های اجتماعی در دسترس است. چنین ربات‌هایی امکان چت دقیق و هوشمند با دامنه وسیعی از کاربران را فراهم می‌سازد. امروزه پاسخگویی به تمام مشتریان بدل به دغدغه‌ای اساسی برای برندها شده است. انتظارات فزاینده مشتریان از برندها و نیاز به دریافت پاسخ‌های مناسب در کمترین زمان ممکن استفاده از هوش مصنوعی در عرصه بازاریابی را گسترش داده است. شخصی‌سازی تجربه خرید مشتریان به معنای استفاده از فناوری هوش مصنوعی و به طور کلی محتوای بازاریابی براساس ارزیابی سلیقه هر کدام از مشتریان است. بدون تردید این امر از عهده عامل انسانی در عرصه بازاریابی خارج است. بنابراین نیاز به ابزارهای کمکی از سوی بازاریاب‌ها به طور مداوم افزایش خواهد یافت.

۴. تحلیل نقطه ترک سایت از سوی مشتریان

هر سایتی دارای برخی از ایرادات در زمینه جلب تعامل مخاطب هدف است. بسیاری از برندها برای فروش آنلاین اقدام به طراحی شیوه‌های مختلف می‌کنند. بدون شک فروش آنلاین از طریق سایت رسمی برندها مزیت بسیار زیادی به همراه دارد. این امر سود بیشتری در اختیار برند قرار می‌دهد. همچنین امکان تعامل بهینه با مخاطب هدف در سایت را نیز بیشتر می‌کند.

امروزه برخی از بازاریاب‌ها میزان موفقیت کمپین‌های‌شان را براساس مقدار افزایش در فروش ارزیابی می‌کنند. امسال اغلب برندها به سوی فروش با استفاده از سایت رسمی‌شان گرایش پیدا کرده‌اند. این امر شرایط بسیار دشواری برای برندها به ارمان آورده است. افزایش میزان رقابت میان برندهای مختلف از یکسو و همچنین حضور خرده‌فروشی‌هایی نظیر آمازون از سوی دیگر عرصه رقابت را به شدت نزدیک کرده است.

ارزیابی وضعیت سایت برندها از نقطه نظر بازاریابی تکنیکی اساسی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها هیچ توجهی به نحوه اثرگذاری

بسیاری از کسب و کارها در مواجهه با شیوع ویروس کرونا شرایط بسیار دشواری را تجربه کرده‌اند. برخی از برندها در طول ماه‌های متعددی کمتر از میزان پیش‌بینی شده‌شان فروش داشته‌اند. این امر فشار مالی قابل ملاحظه‌ای بر روی آنها ایجاد کرده است. براساس گزارش خبرگزاری CNBC، مشتریان آمریکایی در سال گذشته ۱۴۳.۷ میلیارد دلار در بازه زمانی منتهی به سال نوی میلادی صرف خرید محصولات مختلف کرده‌اند. این امر به معنای امکان نجات بسیاری از کسب و کارها در بازه زمانی پیش روی است. بدون تردید شیوع ویروس کرونا بر روی میزان تمایل مشتریان برای پرداخت هزینه در بازه زمانی پیش روی تاثیر خواهد داشت، با این حال بازاریابی برای جلب نظر مشتریان در همین وضعیت نیز بهترین ایده ممکن خواهد بود.

بازگشایی خرده‌فروشی‌های بزرگ نظیر تارگت تا مدت‌ها امکان‌پذیر نیست. برخی از خرده‌فروشی‌های بزرگ به طور محدود برخی از شعبه‌های‌شان را باز کرده‌اند. نکته مهم در این میان ناتوانی چنین برندهایی برای تکرار فروش گسترده‌شان با استراتژی بازگشایی محدود شعبه‌هاست. سال‌های قبل مشتریان در ماه پایانی سال اقدام به حضور گسترده در خرده‌فروشی‌ها می‌کردند. این امر با توجه به شیوع ویروس کرونا دست‌کم برای ۲ سال آینده امکان‌ناپذیر است.

بازاریابی برای مناسبت‌ها همیشه امری جذاب برای برندها محسوب می‌شود. بسیاری از برندها سرمایه‌گذاری قابل ملاحظه‌ای بر روی بازه‌های زمانی نظیر سال نو انجام می‌دهند. مهم‌ترین مسئله در این میان سرمایه‌گذاری مناسب بر روی بازاریابی برای کریسمس و اختصاص زمان کافی برای این امر است. اشتباه برخی از برندها تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در چند روز باقی مانده با سال نو است. این امر بدون تردید با شکست همراه خواهد بود.

برخی از برندها در طول سال‌های اخیر از مناسبت‌هایی نظیر جمعه سیاه در ماه‌های پایانی سال نهایت استفاده را برده‌اند. اگر شما نیز جزو این دسته از برندها هستید، به احتمال زیادی سال ۲۰۲۰ برای شما همراه با تغییرات زیادی بوده است. استفاده از استراتژی‌های بازاریابی سنتی در وضعیت کنونی امکان‌پذیر نیست بنابراین برندها باید بازنگری اساسی در شیوه بازاریابی‌شان برای کریسمس ۲۰۲۱ لحاظ نمایند. در ادامه برخی از نکات اساسی برای بهبود کیفیت کمپین‌های بازاریابی در سال نو میلادی را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. اطمینان از هنگام‌سازی تمام تصاویر

تصاویر به طور معمول یکی از مهم‌ترین نکات در مدیریت سنسو محسوب می‌شود. امروزه هر کمپین دارای دست‌کم یک تصویر اصلی برای درج در بیلبردها، آگهی‌های تلویزیونی و همچنین شبکه‌های اجتماعی است. بسیاری از برندها در عمل تمایلی برای استفاده مناسب از تصویر اصلی کمپین‌شان برای مدیریت سنسو نشان نمی‌دهند. این امر در سال‌های گذشته بسیاری از برندها را با مشکلات بسیار زیادی در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه کرده است. وقتی فصل خرید برای سال نو فرا می‌رسد، بسیاری از مشتریان به سراغ خرده‌فروشی‌ها یا دست‌کم قدم‌زنی در خیابان‌ها تمایل پیدا می‌کنند. این امر به معنای امکان جلب نظر مخاطب هدف در خیابان‌های شهر است. امسال با توجه به شرایط کرونایی میزان حضور مردم در خیابان‌ها به شدت کاهش یافته است. راهکار جایگزین در این میان سرمایه‌گذاری بر روی شبکه‌های اجتماعی است. استفاده از محتوای بصری در کنار تصاویر اصلی کمپین برای هر برندی ضروری است. در غیر این صورت جلب نظر مخاطب هدف بدل به امری دشوار خواهد شد.

استفاده از تصاویر مناسب برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی در کار برندهای بزرگ به خوبی قابل مشاهده است. امروزه یکی از تفاوت‌های اصلی میان برندهای بزرگ و معمولی نحوه ویرایش تصاویر مناسب برای بازاریابی است. کارآفرینان و بازاریاب‌ها نیازی به مهارت بالا در کار با نرم‌افزارهای گرافیکی ندارند. مهم‌ترین مسئله در این میان توجه به سلیقه مخاطب هدف و بازنمایی حس و حال کریسمس در تصاویر است. این امر تا حد زیادی مخاطب هدف را نسبت به تعامل با برند متمایل خواهد ساخت. استفاده از هشتگ‌های مرتبط با تصاویر در شبکه‌های اجتماعی امری ضروری برای بازاریابی بهینه است. بسیاری از برندها نسبت به میزان تاثیرگذاری هشتگ‌ها توجه لازم را ندارند. با این حساب محتوای

فرآیند پیش‌بینی در کسب و کارهای فصلی چگونه است؟

مترجم: شیدا انصاری

مدیریت کسب و کارهای فصلی بسیار چالش‌برانگیز است. برای تعطیلات انتظار چند سفارش می‌توانید داشته باشید؟ تقاضا برای کالا یا خدمات این مشاغل در هر فصل چقدر خواهد بود؟ تکنیک پیش‌بینی در کسب و کار و برآورد میزان تقاضا در آینده براساس داده‌های صحیح، ابزاری عالی برای برنامه‌ریزی است که به شما کمک می‌کند از پس این چالش‌ها برآیید. به یاد داشته باشید که پیش‌بینی یک فرآیند است و مهم این است که بدانید از کجا شروع کنید.

اولین سوال این است که می‌خواهید چه چیزی را بدانید؟ «میزان تقاضا؟ فروش؟ سفارش‌های تاییدشده؟ میزان در دسترس بودن نیروی کار؟ تشخیص فرصت‌های جدید در کسب و کار؟» وقتی پاسخ این را دانستید، می‌توانید جست‌وجوی خود را شروع کنید. در اینجا پنج نکته وجود دارد که باید در مورد تکنیک پیش‌بینی کسب و کار فصلی به آنها توجه کنید:

۱- از تیم خود استفاده کنید:

برای انتخاب تکنیک پیش‌بینی لازم است که از هر عملکرد شرکت خود از شروع کار تا فروش و سایر اقدامات، دیدگاه‌های مختلفی را از کارکنان و اعضای تیم‌تان جمع‌آوری کنید. این کار باعث می‌شود درک درستی از میزان ظرفیت‌تان برای تامین موجودی داشته باشید و از تقاضا عقب نمانید. این فرآیند می‌تواند کمک کند تا یک برنامه تولید روزانه، هفتگی یا ماهانه داشته باشید. فرآیند پیش‌بینی اقدامی است که ناگزیر هر قسمت از کسب و کار شما را درگیر خواهد کرد.

۲- تصور نکنید که آنچه پیش از این اتفاق افتاده است، دوباره تکرار خواهد شد:

نباید تصور شود که به صرف اینکه کسب و کار شما فصلی است، هر سال همه چیز به همان منوال سال گذشته خواهد بود. به طور مثال شاید سال گذشته در ماه آخر، سفارشات زیادی داشتید، اما در سال آینده بیشترین سفارشات را در همان ماه اول سال بگیرید. به بررسی نتایج واقعی تجربه خود به رغم پیش‌بینی‌های‌تان ادامه دهید. مواردی که باید در آنها تجدیدنظر شود را شناسایی و اصلاح کنید و اقدامات لازم در جهت افزایش یا کاهش میزان تولید با توجه به میزان تقاضای فصلی را انجام دهید.

۳- مدلی مناسب پیدا کنید و به آن پایبند باشید:

تکنیک پیش‌بینی یک علم آماری است. مدل‌های پیش‌بینی مختلف را می‌توان در دو دسته مدل‌های ثابت و تطبیقی دسته‌بندی کرد. کسب و کارهای فصلی که باید از یک فرآیند خاص پیروی کنند، می‌توانند مدل Holt و Winters را در نظر بگیرند.

پیش‌بینی می‌تواند بسیار فنی و پیچیده شود بنابراین در ابتدای کار گرفتار دام اقدامات پیچیده نشوید. بهترین کار انتخاب یک روش و شروع آن است. به یاد داشته باشید که هر پیش‌بینی، از جمله پیش‌بینی آب و هوا همیشه دارای یک درصد خطای جزئی خواهد بود، چه کسب و کار شما ثابت و چه فصلی باشد. نکته اصلی این است که این درصد خطا را بپذیرید و به بهبود پیش‌بینی خود ادامه دهید تا کمتر دچار خطا شوید.

۴- به دنبال پیشرفت‌های افزایشی باشید:

تغییر برای رشد بهتر از پایبندی به وضعیت موجود است. با تصحیح مدل پیش‌بینی خود به مرور زمان و استفاده از آنچه در عمل می‌آموزید، می‌توانید تعادل بهتری بین عرضه و تقاضا ایجاد کنید.

۵- کم و ساده شروع کنید:

بسیاری از کارآفرینان تحت تأثیر ظاهر پیچیده مدل پیش‌بینی قرار می‌گیرند و فکر می‌کنند هرچه مدل پیش‌بینی پیچیده‌تر باشد ماهرانه‌تر خواهد بود.

درک مدل‌های ریاضی و آماری برای پیش‌بینی به ویژه برای افراد غیرمتخصص دشوار است. از این رو بسیاری از کارآفرینان تکنیک‌های پیش‌بینی را به عنوان چیزی که «هرگز» در کسب و کار آنها استفاده نمی‌شود، تصور می‌کنند. درحالی که می‌شود با مدل‌های ساده و در مقیاس کوچک شروع کرد و درگیر مدل‌های پیچیده و ناکارآمد نشد.

اگر تنوع محصول یا خدمات بالایی در کسب و کار خود داشته باشید، توسعه تکنیک پیش‌بینی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. مهم این است که ابتدا با یک سوال کوچک و ساده شروع کنید: می‌خواهیم از چه چیزی اطمینان حاصل کنیم؟ اگر تاکنون در برنامه‌ریزی موفق نشده‌اید، شاید به اشتباه برای شکست برنامه‌ریزی کردید!

منبع: www.bdc.ca/modirinfo

بازاریابی برای کسب و کار با بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی



یکی از مشکلات برندها در زمینه بازاریابی تامین بودجه موردنیاز است. هرچه توانایی یک برند برای صرفه‌جویی در هزینه‌های بازاریابی بیشتر باشد، شانس بالاتری برای تداوم تولید محتوای بازاریابی خواهند داشت.

۴- ایجاد گرایش اختصاصی برای برند

هر برندی نیاز به جلب توجه مخاطب هدف دارد. این امر نیازی عمومی در عرصه بازاریابی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان فقدان فایده جلب نظر تمام مشتریان در بازار است. برخی از مشتریان مخاطب هدف اقدام به شخصی‌سازی کسب و کارشان براساس سلیقه مخاطب هدف می‌کنند. این امر مزیت تعامل نزدیک با مخاطب هدف و امکان صرف نظر از دیگر کاربران را به همراه دارد. بسیاری از برندها در این زمینه عملکرد بسیار مناسبی از خود نشان می‌دهند. درست به همین خاطر در طول سال‌های اخیر تمایل کاربران برای مشاهده محتوای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بهبود یافته است.

۵- تعامل نزدیک با مخاطب هدف

شبکه‌های اجتماعی فضایی برای تعامل نزدیک میان برندها و مخاطب هدف است. بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را ندارند. دلیل این امر بی‌توجهی به ماهیت تعاملی در فضای آنلاین است. اگر یک کسب و کار در شبکه‌های اجتماعی رفتاری مانند حضور در فضای تبلیغات تلویزیونی داشته باشد، واکنش بسیار منفی از سوی کاربران دریافت خواهد کرد. این امر ماهیت فضای بازاریابی آنلاین را نشان می‌دهد.

تعامل با مخاطب هدف باید براساس سلیقه وی صورت گیرد. بسیاری از برندها در زمینه شناسایی سلیقه مخاطب هدف مهارت بالایی دارند. مشکل اساسی در این میان تبدیل اطلاعات پیرامون سلیقه کاربران به استراتژی بازاریابی است. در این زمینه هر برند باید براساس الگوی منحصر به فردش فعالیت نماید. بدون شک هر برندی دارای شعارها و اهداف کسب و کار منحصر به فردی است. اگر این الگوها مورد توجه برند قرار نگیرد، مشکلات بسیار زیادی برای آنها ایجاد خواهد شد.

امروزه فضای شبکه‌های اجتماعی برای تعامل با مخاطب هدف طراحی شده است. برندها در این میان باید خود را با شرایط شبکه‌های اجتماعی هماهنگ نمایند. این امر مشکلات بسیار زیادی در قبال هماهنگی با شرایط موردنظر کم‌کاری می‌کنند بنابراین در عمل با مشکلات بسیار زیادی از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه می‌شوند. سطح رقابت بالا در شبکه‌های اجتماعی همیشه برای برندها ایجاد دردسر می‌کند. با این حساب اگر نسبت به کاربست شیوه‌های مناسب در زمینه بازاریابی دقت نکنیم، به سرعت از سوی برندهای دیگر جایگزین خواهیم شد. این امر همراه با دسترسی وسیع کاربران به برندهای مختلف در شبکه‌های اجتماعی وضعیت را برای بازاریابی سخت‌تر می‌کند.

منبع: entrepreneur.com

امروزه شبکه‌های اجتماعی بسیار زیادی در دسترس برندها برای بازاریابی قرار دارد. با این حساب انتخاب یک پلتفرم مناسب برای بازاریابی کار بسیار دشواری خواهد بود. بندی در این زمینه اظهارنظر جالبی دارد: «شناسایی شبکه اجتماعی مناسب برای فعالیت بازاریابی براساس معیارهایی نظیر میزان شهرت و محبوبیت آن بسیار پرخطر است. بهترین معیار در این زمینه توجه به وضعیت مخاطب هدف برند است. بازاریاب‌ها در نهایت باید مخاطب هدف علاقه‌مند به کسب و کارشان را جلب نمایند بنابراین ارزیابی وضعیت حضور مخاطب هدف برند در شبکه‌های اجتماعی بهترین گزینه برای انتخاب درست خواهد بود.»

امروزه فیس‌بوک و اینستاگرام اطلاعات بسیار مهمی در اختیار بازاریاب‌ها و به طور کلی برندها برای فعالیت در پلتفرم‌های‌شان قرار می‌دهند. این امر باید در زمینه انتخاب شبکه اجتماعی مناسب مدنظر برندها قرار داشته باشد. امروزه دسترسی به اطلاعات دقیق در مورد وضعیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی کار ساده‌ای نیست بنابراین باید ارزش اطلاعات رایگان و مهم شبکه‌های اجتماعی را دانست. این امر به برندها برای بازاریابی دقیق‌تر کمک شایانی خواهد کرد.

امروزه برخی از برندها در تلاش برای همکاری با آژانس‌های بازاریابی به منظور تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف هستند. یکی از نکات مهم در این میان هزینه بالای همکاری با آژانس‌های بازاریابی است. اگر کسب و کار شما دارای بودجه قابل ملاحظه‌ای نباشد، فعالیت در این عرصه همراه با هزینه‌های بسیار زیادی برای شما خواهد بود.

۳- تولید محتوای جذاب

جذابیت محتوای بازاریابی اهمیت بالایی برای جلب نظر مخاطب هدف دارد. امروزه کاربران نسبت به مشاهده محتوای بازاریابی واکنش منفی دارند. دلیل این امر تجربه ناموفق برخی از بازاریاب‌ها در زمینه تولید محتوای جذاب است. اگر برندها در تلاش برای تغییر این نگرش هستند، باید اقدام به استفاده از شیوه‌های تازه نمایند. در غیر این صورت شانس بالایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت.

فرآیند تولید محتوای بازاریابی جذاب چندان دشوار نیست. نکته مهم انگیزه کافی برای طبقه‌بندی مخاطب هدف و ارزیابی سلیقه هر کدام از آنهاست. امروزه شخصی‌سازی محتوای بازاریابی اهمیت بسیار زیادی دارد بنابراین تولید یک محتوای بازاریابی برای تمام مشتریان برند نتیجه مناسبی به همراه نخواهد داشت. مشتریان مختلف براساس سطح نیاز و تمایل به پرداخت‌شان باید مدنظر بازاریاب‌ها قرار گیرند. در غیر این صورت فقط بخشی از مخاطب هدف جذب برند می‌شوند. الگوبرداری از رقیب در زمینه تولید محتوا همیشه کاربردی است. بسیاری از برندها در عمل توانایی تولید محتوای جذاب بدون استفاده از نکات تاثیرگذار را ندارند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد می‌کند. همچنین باید به مزیت الگوبرداری از رقیب در زمینه کاهش هزینه‌های برند نیز توجه داشت. این امر به طور معمول مورد بی‌توجهی برندها قرار می‌گیرد.

هرچه هزینه‌های بازاریابی و تولید محتوای یک برند کمتر باشد، تاثیرگذاری فرآیند موردنظر بیشتر خواهد بود. همچنین برندها شانس بالاتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهند داشت. امروزه

به قلم: سیمونتا لین کارآفرین و اینفلوئنسر در حوزه مد و پوشاک
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی برای هر برندی دارای اهمیت است. امروزه اغلب مردم در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند. براساس گزارش موسسه اوبرلو، ۳.۵ میلیارد از مردم جهان به شبکه‌های اجتماعی دسترسی دارند. از این میان اغلب آنها دست‌کم روزی ۴ ساعت در پلتفرم‌های مختلف اجتماعی حضور فعال دارند. این امر به معنای ضرورت بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی برای تمام برندهاست. اگر این نکته مورد توجه بازاریاب‌ها قرار داشته باشد، امکان توسعه سریع کسب و کار فراهم خواهد شد.

بدون تردید بسیاری از برندها نسبت به ضرورت بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی آگاهی دارند. در این میان برخی از کسب و کارها بیشتر از سایرین اقدام به سرمایه‌گذاری سودآور در این حوزه می‌کنند. در این مقاله هدف اصلی بررسی برخی از نکات مهم برای بازاریابی بهینه در شبکه‌های اجتماعی است. همراه ما در این موضوع ری پرندی، مدیرعامل موسسه الکترونیک، است. وی درخصوص توسعه کسب و کار در شبکه‌های اجتماعی مهارت و تجربه بسیار زیادی دارد. برخی از کارشناس‌ها در عرصه کسب و کار بر روی نکات مختلفی از نظر بازاریابی تاکید دارند. نکته مهم در این میان استفاده از توصیه‌های یک کارآفرین است. کارآفرینان به دلیل تجربه کاربست شیوه‌های مختلف در عمل امکان بیان توصیه‌های برتر را دارند.

۱- ایجاد جلوه‌ای قدرتمند از برند

در دوران کنونی مشتریان تمایل بسیار زیادی برای ارزیابی وضعیت برندها در شبکه‌های اجتماعی دارد. بسیاری از برندها بر همین اساس اقدام به حضور گسترده در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. شاید حضور در شبکه‌های اجتماعی برای موفقیت کسب و کار مناسب باشد، اما به تنهایی کافی نیست. امروزه برندهای بسیار زیادی در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند، اما به یک میزان توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را ندارند. دلیل این امر تفاوت در بازنمایی جلوه کسب و کار از سوی آنهاست.

مشتریان تمایل بالایی برای خرید از برندهای قدرتمند دارند. این مفهوم به معنای حضور مداوم برندها در شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی براساس سلیقه مخاطب هدف است. متأسفانه بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی به طور مداوم در تلاش برای تولید محتوا به منظور نمایش حضورشان در بازار هستند. این امر بدون توجه به سلیقه مخاطب هدف نتیجه‌بخشی مناسبی به همراه نخواهد داشت.

اکانت رسمی یک برند در شبکه‌های اجتماعی باید نام و تصویر پروفایل مناسبی داشته باشد. نام اکانت اغلب اوقات براساس نام اصلی برند انتخاب می‌شود. این امر فرآیند جست‌وجوی برند از سوی کاربران را به شدت ساده خواهد کرد. نکته بعد درخصوص انتخاب تصویر پروفایل مناسب است. امروزه تمام برندها دارای لوگو هستند. بارگذاری لوگو به عنوان تصویر پروفایل نوعی رفتار حرفه‌ای برای جلب اعتماد مخاطب هدف محسوب می‌شود. اگر این نکات مورد توجه برندها قرار گیرد، وضعیت بازاریابی آنها تا حد زیادی بهبود خواهد یافت.

۲- تمرکز بر روی تلاش‌های تیم بازاریابی

کارمند برق منطقه ای خوزستان رئیس انجمن تیراندازی هیئت کارگران استان شد



اهواز - **شبنم قجاوند**: فرشید چال اشتری کارمند شرکت برق منطقه ای خوزستان به عنوان رئیس انجمن تیراندازی هیئت کارگران استان خوزستان منصوب شد. فرشید چال اشتری طی حکمی از سوی سید رحیم غفاری رئیس هیئت ورزش کارگری خوزستان، به سمت رئیس انجمن تیراندازی هیئت کارگران استان خوزستان منصوب و معارفه شد. در این آیین معارفه دبیر هیئت ورزش کارگری خوزستان و جمعی از روسای انجمن های ورزشی استان نیز حضور داشتند. فرشید چال اشتری با سابقه طولانی کار اجرایی در مدیریت امور ورزشی و دانشگاهی، در قسمت امور ورزش شرکت برق منطقه ای خوزستان مشغول فعالیت بوده و دارای مدرک کارشناسی ارشد تربیت بدنی است.

رئیس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری دلیجان گفت:

طرح آبخیزداری در ۲۵۰ هکتار از مراتع دلیجان اجرا شد

اراک - **خبرنگار فرصت امروز**: رئیس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری دلیجان گفت: طرح آبخیزداری به روش کپه کاری با کشت بذر باریجه در سطح ۲۵۰ هکتار از مراتع روستای خاوه از حوزه آبخیز مشهد اردهال این شهرستان اجرا شد. سید «بولفضل نصراللهی» روز شنبه افزود: به منظور اجرای این طرح به ازای هر هکتار ۶ میلیون و ۶۰۰ هزار ریال اعتبار تخصیص یافته و قرار است در مجموع در ۲۵۰ هکتار از مراتع روستایی اجرا شود. وی اظهار داشت: عملیات کپه کاری در راستای اصلاح و احیای مراتع و با هدف ایجاد پوشش گیاهی مناسب، جلوگیری از بروز سیلابهای سطحی، ذخیره نزولات به روش بیولوژیک و کاهش فرسایش خاک اجرا می شود. وی کاهش میزان هدر رفت آب حاصل از بارندگی، تغذیه سفره های آب زیرزمینی و در نتیجه کمک به افزایش علوفه در منطقه را از جمله مزایای اجرای عملیات بیولوژیک در اراضی ملی عنوان کرد. کپه کاری از سال ۱۳۶۴ و بر اساس دستورالعمل روشهای اجرایی احیا و اصلاح مراتع کوهستانی اجرایی شده و در آن بذر گیاهان مرعی مورد نظر در چاله های حفر شده قرار گرفته و روی آن خاک ریخته می شود. شهرستان دلیجان از توابع استان مرکزی، دارای ۲۲۰ هزار هکتار عرصه های طبیعی است که ۶۶ هزار هکتار آن مراتع درجه یک، ۶۶ هزار هکتار مراتع متوسط و بقیه فقیر و بسیار فقیر است.



مانور تمرینی آموزشی پدافند غیر عامل صنعت آب و برق شمال شرق کشور در گلستان برگزار شد

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز**: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان از برگزاری اولین مانور دورمیزی صنعت آب و برق کشور با میزبانی استان گلستان در راستای آمادگی، افزایش سطح آگاهی در مواقع بحران خبر داد. مهندس علی اکبر نصیری اظهار داشت: مانور مناطق ۶ گانه کشور روز چهارشنبه ۲۱ آبان ماه به صورت دورمیزی و در راستای آمادگی لازم در مواقع بحران و توان عملیاتی شرکت های خدمات رسان به میزبانی صنعت آب و برق استان گلستان برگزار شد. وی تصریح کرد: با توجه به تشدید شیوع کرونا برابر تصمیم ها و پیشنهادهای ستاد مقابله به ویروس کرونا بخش عملیاتی این مانور حذف و اجرای مانور به صورت دور میزی جایگزین شد. نصیری که ریاست این مانور را بر عهده داشت خاطر نشان کرد: این مانور با تکیه بر بسترهای ارتباطی موجود، بسپاری از فعالیت ها به شکل مجازی پیش بینی شده و نتایج آن می تواند در موارد مشابه و بحران ها مورد بهره برداری قرار گیرد. مدیرعامل شرکت توزیع برق استان گلستان بیان داشت: اجرای این مانور در شهرستان علی آباد کنول با اکیپ های خدمات رسان صنعت آب و برق از جمله شرکت توزیع برق، شرکت آب و فاضلاب، نیروگاه و آب منطقه ای و برق منطقه ای در محور های ساعت صفر شروع عملیات، بازیابی و تهیه گزارشات و نقشه های محل حادثه دیده، اعزام فرضی اکیپ های امدادی و واکنش سریع با تمام تجهیزات و امکانات مقابله با بحران و اقدام و تعمیر و بازسازی محل های حادثه دیده تدوین شده و برگزار گردید.

سلیمی خبر داد:

نصب باکس گل در بلوارهای منطقه دو شهر درای بندرعباس

بندرعباس - **خبرنگار فرصت امروز**: مدیر شهرداری منطقه دو بندرعباس از نصب باکس های گل در بلوار جمهوری اسلامی و امام خمینی (ره) خبر داد. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس، مجتبی سلیمی در این خصوص اظهار کرد: باکس های گل در بلوار جمهوری اسلامی و بلوار امام خمینی (ره) این منطقه نصب شده است. وی با بیان اینکه طراحی و ساخت این باکس ها به طور کامل توسط نیروهای تاسیسات منطقه دو انجام شده است، افزود: با توجه به پیش بینی صورت گرفته حسین ساجدی آبیاری این باکس ها که به وسیله



گل های فصلی پر شده، به صورت قطره ای انجام می شود. مدیر شهرداری منطقه دو بندرعباس با اشاره به ایجاد زیبایی بصری باکس های گل در سطح شهر، گفت: طراحی باکس ها به گونه ای است که بر اساس تغییر فصل گلدان ها قابل تغییر بوده و گل های فصلی متنوعی در آن مورد استفاده قرار می گیرد. سلیمی خاطر نشان کرد: شهرداری منطقه دو بندرعباس در راستای توسعه فضای سبز و ترویج فرهنگ نگهداری امان های شهری اقدام به تهیه این باکس های گل جهت استفاده در بلوار های شهر نموده است. وی همچنین خاطر نشان کرد: طراحی و اجرای این باکس ها توسط واحد امانی و فضای سبز شهرداری این منطقه انجام شده و به زودی دیواره گل که طراحی و ساخت آن توسط همین واحد به پایان رسیده، جا نمایی و نصب می شود.

بازدید سردار شاهوارپور از روند پیشرفت پروژه های در دست اقدام

شهرداری اهواز

اهواز - **شبنم قجاوند**: سردار شاهوارپور فرمانده سپاه حضرت ولیعصر (عج) از پروژه های در دست اقدام شهرداری اهواز دیدن کرد. در این بازدید موسی شاعری شهردار اهواز، سردار شاهوارپور را در جریان روند پیشرفت پروژه های شهرداری اهواز قرار داد. فرمانده سپاه حضرت ولیعصر عج پس از بازدید از پروژه ها بر لزوم پایان آنها در زمان پیش بینی شده تاکید کرد و گفت: افتتاح پروژه ها در زمان پیش بینی شده علاوه بر تسهیل در عبور و مرور شهری سبب رضایت خاطر شهروندان شده و باعث می شود مردم طعم شیرین خدمت را احساس کنند. وی همچنین از تلاشهای مجموعه شهرداری و شهردار اهواز تشکر کرد و تاکید کرد که با قدرت و جدیت به این مسیر ادامه بدهند.



اداره کل راه و شهرسازی گیلان برگزار می کند: فراخوان شناسایی کسب و کارهای نوپا (ارستار آپ ها)

رشت - **مهناز نویری**: این اداره کل در نظر دارد در راستای اجرای سیاست رویش وزارت راه و شهرسازی و ایجاد بستری مناسب برای توسعه کسب و کارهای نوپا در حوزه های تخصصی این اداره کل شامل مسکن، ساختمان، راه املاک، و معماری و شهرسازی، نسبت به شناسایی و حمایت از ایده های نو اقدام نماید. در این راستا علاقمندان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر از ساز و کار حمایتی این اداره کل از کسب و کارهای نوپا، با سرکار خانم مهندس موحدی به شماره همراه ۰۹۱۱۳۳۹۲۸۲۹ تماس حاصل نموده و یا به صورت حضوری به ساختمان شماره ۲ اداره کل راه و شهرسازی استان گیلان واقع در رشت- میدان شهید انصاری- ابتدای گلسار- واحد پایگاه داده مکانی مراجعه نمایند. شایان ذکر است: اطلاعات تکمیلی این طرح در قسمت فراخوان شناسایی کسب و کارهای نوپا پورتال اداره کل راه و شهرسازی گیلان به نشانی <https://gilan.mrud.ir> بارگزاری شده است.

چهارمین جلسه شهردار با مدیران و ناظران واحد عمرانی شهرداری دفتر شهردار برگزار شد



تقوین - **خبرنگار فرصت امروز**: به گزارش روابط عمومی شهرداری و شورای اسلامی شهر اقبالیه فرجی در ابتدای این جلسه با اشاره به افزایش آمار مبتلایان به ویروس کووید ۱۹، بر اقدامات پیشگیرانه در خصوص ویروس کرونا تاکید کرد و گفت: به هر اندازه که در زمینه پیشگیری از ویروس مراقبت کنیم، آمار مبتلایان را کاهش می دهیم و این به نفع شهر و شهروندان است. شهرداری اقبالیه در این جلسه تاکید کرد ملاحظاتی مربوط به مقابله با شیوع ویروس کرونا نباید سبب کاهش خدمات رسانی به شهر و شهروندان شود. وی و تلاش مستمر برای رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده و برنامه زمان بندی شده جهت تسریع در رسیدن به اهداف مورد نظر تاکید کرد. فرجی خاطر نشان کرد: هدف اصلی خدمت ما جلب رضایت ارباب رجوع است چرا که بدون مشارکت و جلب رضایت شهروندان، هیچ فعالیت و خدمتی موثر و مفید واقع نخواهد شد، لذا همکاران ما در شهرداری، توجه به این اصل مهم را باید الگو و سرمشق فعالیت های خود قرار دهند.

رئیس سازمان جهادکشاورزی استان:

شهرستان سراب قطب شیلات آذربایجان شرقی است



آذربایجان شرقی - **ماهان فلاح**: رئیس سازمان جهادکشاورزی استان آذربایجان شرقی گفت: شهرستان سراب، قطب شیلات استان آذربایجان شرقی بوده و مقام اول و دومی استان به شهرستان سراب اختصاص دارد. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، اکبر فتحی در جلسه ای که در خصوص بررسی مسائل و مشکلات شیلات و امور آبزیان شهرستان سراب با حضور داوودی رئیس مجمع نمایندگان مردم آذربایجان شرقی در مجلس شورای استانی و حسن یحیوی فرماندار شهرستان و تعدادی از بهره برداران و پرورش دهندگان ماهی در محل فرمانداری شهرستان سراب برگزار شد، ضمن بیان این مطلب افزود: اقتصاد مقاومتی، رونق تولید، جهش تولید و هر عنوانی که برای سال نامگذاری می شود، بدون حضور پویا و فعالیت نمایندگان مجلس شورای اسلامی، فرمانداران و مدیران جهادکشاورزی شهرستانها معنا و مفهومی نخواهد داشت. وی ادامه داد: بررسی و حل و فصل مشکلات بخش کشاورزی استان برعهده شما عزیزان می باشد و متولیان کشاورزی آذربایجان شرقی تنهایی اجرا و عملیاتی نمودن تصمیمات اتخاذ شده توسط مسئولین بلند پایه استانی و کشور را برعهده دارند. فتحی اضافه کرد: متأسفانه به علت پاره ای نارسایی ها در بعضی موارد موجب بوجود آمدن مشکلاتی در زیرمجموعه های بخش کشاورزی از جمله در حوزه شیلات و امور آبزیان و آبیاری تحت فشار در استان و شهرستان سراب شده است که باید با اعمال تمهیدات لازم و مفید حل و فصل شوند. رئیس سازمان جهادکشاورزی استان در بخش دیگری از سخنان خود در

ارتباط با تهیه خوراک ماهی و مشکلات شهرستان در این خصوص گفت: با توجه بر این موضوع که درصدی از سویا در خوراک ماهی مورد استفاده قرار می گیرد و با عنایت بر این نکته که سهمیه نهاده های دام و طیور و خوراک ماهی هر شهرستان به کارخانجات تهیه خوراک ماهی واگذار می شود، در صورت تمایل مدیریت شهرستان مبنی بر دریافت مستقیم خوراک ماهی می تواند در قالب تعاونی اقدام به تاسیس تشکیلات مربوط به این امر نموده و براساس تعداد متقاضیان و بهره برداران که دارای پروانه بهره برداری هستند با ثبت درخواست در سامانه بازارگاه نسبت به دریافت خوراک مورد نیاز خود اقدام نمایند. فتحی در ارتباط با سرمایه در گردش نیز اظهار کرد: مدیریت شهرستان سراب باید از ظرفیت بنیادهای ذینفع در این خصوص استفاده بهینه نماید خوشبختانه در ارتباط با سرمایه در گردش با محدودیت منابع مواجه نیستیم، مشکلات پرورش دهندگان

ماهی و آبزیان نیز از جمله چک های برگشتی باید در قالب ستاد تسهیل حل شوند. رئیس سازمان جهادکشاورزی استان تصریح نمود: ستاد تسهیل یک ستاد قانونی است و تصمیمات اتخاذ شده در این ستاد برای تمامی ارگانها و دستگاههای عضو لازم الاجرا می باشد. فتحی در بخش پایانی سخنان خود در خصوص استخرهای پلیمری موجود در شهرستان سراب که در راستای توسعه صنعت شیلات در شهرستان ایجاد شده اند، گفت: با توجه به نیاز کشور به تولید بیشتر و تأکیدات مقام معظم رهبری مبنی بر جهش تولید، در هر جایی که بتوان از این استخرها بصورت دو منظوره استفاده نمود، مثلا هم در امور مربوط به شیلات و هم در زراعت و باغبانی؛ باید به نحو احسن از این استخرها بهره برداری کرد. وی، استفاده بهینه از آب کشاورزی و کمک و اقتصاد خناور کشاورزان را از مهمترین مزایای مزارع دو منظوره بیان کرد و گفت: استخرهای ذخیره آب کشاورزی به منظور ذخیره کردن آب برای فعالیت های کشاورزی در کنار چاه های آب احداث می شوند که با تمهیداتی در مهندسی این استخرها برای پرورش ماهی قابل استفاده است که در این سیستم آب قبل از اینکه وارد زمین های کشاورزی شود در این استخرها برای پرورش ماهی استفاده می شود. لازم به ذکر است استخرهای ذخیره که در آن ماهی پرورش داده می شود، کود ملایمی را برای زمین های کشاورزی تامین می کنند و طبق برآورد انجام شده حدود ۱۵۰ کیلوگرم به ازای هر تن تولید ماهیان سردآبی در مصرف کودهای فسفاته و نیتراته صرفه جویی می شود.

مشارکت شهرداری قم در ساخت موزه دین و دنیا



فقهی موزه را شامل ده گنجینه دانست و بیان کرد: در حال حاضر موزه از ده گنجینه مقدسات، عبادات، محیط زیست، کار و زندگی،

قم - **خبرنگار فرصت امروز**: رئیس موسسه موضوع شناسی احکام فقهی از مشارکت شهرداری برای ساخت موزه دین و دنیا قدردانی کرد و گفت: این موزه می تواند موجب شناخت بهتر مردم نسبت به احکام دینی شود. به گزارش شهپر نیوز، حجت الاسلام والمسلمین محمدحسین فلاح زاده با توجه به توسعه موزه دین و دنیا اظهار داشت: موزه دین و دنیا باهدف نشر معارف و احکام دینی به عنوان نخستین موزه مفهومی معارف دینی چند سالی است آغاز به کار کرده است. وی مختصات موزه مفهومی معارف دینی را تشریح کرد و افزود: این موزه مساحتی ۳ هزار مترمربع داشته که در آن چند میلیارد تومان اشیاء در حوزه دینی و با اهداء مردم جمع آوری و نگهداری می شود. رئیس موسسه موضوع شناسی احکام

رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران:

خانه نشینی و افزایش حضور در فضای مجازی، دانش آموزان را در موقعیت پُر خطر قرار داده است

نقاد و لزوم شیوه درست نقد، افزود: نقد فحاشی و راهی برای کسب محبوبیت نیست، نقد اصولی دارد و باید بر پایه اطلاعات کسب شده به شیوه درست باشد. این اطلاعات اگر از منابع مختلف باشد در فده یک جمع بندی کلی رسیده و می تواند بر اساس آن اقدام به تصمیم گیری کند. امری که اگر در میان نوجوانان ما و حتی کودکان ما به درستی آموزش داده شود می تواند ریشه بسیاری از مشکلات و آسیب های اجتماعی را حذف کند. رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران با اشاره به میل هیجان در بین نوجوانان و خطراتی که ابزارهای هیجانی در آنها وجود دارد، تصریح کرد: آموزش و پرورش و سایر دستگاه های ذینفع در ارتباط با امور نوجوانان و جوانان باید زمینه های هیجانات کم خطرتر را برای این قشر از جامعه فراهم کند تا افراد اسیر لذت های لحظه خلاقانه، نقادانه، ارتباطی و براساس همکاری پیش بروند. با توجه به قرارگیری در شرایط جدید جامعه بشری به همکاری و کار تیمی نیاز است و دوره کار انفرادی گذشته و پایان یافت، وی با اشاره به تفکر



قابلیت های ذهنی و حافظه ای انسان ها غیر قابل مقایسه است، آموزش حافظه محور منسوخ شده و باید به سمت آموزش و تعلیم با رویکرد تفکر خلاقانه، نقادانه، ارتباطی و براساس همکاری پیش بروند. با توجه به قرارگیری در شرایط جدید جامعه بشری به همکاری و کار تیمی نیاز است و دوره کار انفرادی گذشته و پایان یافت، وی با اشاره به تفکر

شهردار منطقه یک همدان خبر داد:

اجرای سایت موزه میدان امام (ره)



پروژه آغاز شده است و در حال اجرای فونداسیون اصلی سایت موزه هستیم. دیر منطقه یک اظهار کرد این پروژه یکی از مهم ترین پروژه های شهر همدان محسوب می شود که از اهمیت بالایی نیز برای شهروندان همدانی برخوردار است به همین دلیل با استفاده از ظرفیت نیروی انسانی و مهندسی بالا در تلاشیم تا هرچه سریعتر

همدان - **خبرنگار فرصت امروز**: در تابستان سال جاری با توجه به اهمیت موضوع سایت موزه میدان امام (ره) عملیات اجرایی این پروژه به شهرداری منطقه یک واگذار شد تا شاهد تکمیل شدن هرچه سریعتر این پروژه که در بافت تاریخی شهر قرار دارد و از اهمیت بالای برای شهروندان و گردشگران برخوردار است باشیم به همین دلیل گفت و گویی را با مسعود دهبانی صابر مدیر منطقه یک شهرداری ترتیب دادیم تا از چند و چون اجرای این پروژه مطلع شویم. دهبانی صابر با اشاره به اینکه در تابستان موضوع احداث این سایت موزه به شهرداری منطقه یک واگذار شد گفت طرح ها و برآوردهای لازم که جهت اجرایی کردن این پروژه نیاز بود همگی به سرعت تهیه و تنظیم شدند و خوشبختانه در مدت کوتاهی توانستیم با برگزاری مناقسه پیمانکار این پروژه را جذب کنیم. وی ادامه داد مبلغ ۸۰ میلیارد ریال از اعتبارات شهرداری منطقه یک به این پروژه اختصاص یافته است و هم اکنون نیز عملیات اجرایی

رئیس کل دادگستری استان آذربایجان شرقی:

دستگاه قضایی در اجرای قانون به موارد ترک فعل ورود می کند



منافع عمومی از اجرای قانون جامع حدنگار حمایت می کند، تاکید کرد، به منظور تسریع در اجرای این قانون همه دستگاه های اجرایی ضمن تعامل با یکدیگر موظف به اجرای قانون جامع حدنگار هستند. رئیس کل دادگستری استان آذربایجان شرقی اضافه کرد: به منظور اجرای قانون حدنگار در استان طی شش ماهه نخست سال

جاری ۱۷ میلیارد تومان اعتبار مصوب شده که از این میزان ۲ میلیارد و یکصد میلیون تومان آن تخصیص یافته است. وی ادامه داد: همچنین در بخش منابع طبیعی از ۲ میلیون ۷۲۲ هزار هکتار ۵۱ درصد تثبیت و ۲۳ درصد جانمایی شده است. خلیل الهی بیان کرد: در امور اراضی ۲۰ درصد جانمایی صورت گرفته و در هر شهرستان یک روستا برای اجرای قانون جامع حدنگاری انتخاب شده است. وی تاکید کرد: در همه حال حقوق بیت المال، دولت و اشخاص باید حفظ شود و در خصوص دستگاه قضایی در نظارت بر اجرای این قانون جدی بوده و به موارد ترک فعل از سوی دستگاه های اجرایی ورود خواهد کرد. رئیس کل دادگستری استان آذربایجان شرقی خاطر نشان کرد: برای مبارزه با پدیده زمین خواری، حذف دلال بازی و جلوگیری از تعرض به اراضی ملی و دولتی بهترین راه اجرای قانون جامع حدنگاری است.

دنیای فین تک در یک دهه آینده انقلاب‌های بزرگی را تجربه می‌کند



فناوری‌های مالی در یک دهه گذشته رشد سریعی تجربه و به زندگی همه مردم نفوذ کرده است. دهه پیش رو با توسعه بیشتری در این فناوری‌ها همراه خواهد بود.

بخش عمده‌ای از تولد و رشد فناوری‌های مالی (فین تک) در یک دهه گذشته رخ داد. اکنون باید نگاهی به آینده فناوری‌های مذکور و تغییراتی بیندازیم که برای زندگی مردم در سر دارند. احتمالا تا یک دهه آینده، شاهد همه‌گیر و پرتابل شدن فناوری‌های مالی خواهیم بود؛ فناوری‌هایی که به مرور راه خود را به پشت‌صحنه فعالیت‌های مالی و اقتصادی نیز باز کرده‌اند.

به سال‌های گذشته دنیای فین تک نگاهی بیندازید؛ مثلا اگر در سال ۲۰۱۲ کلمه فین تک را بیان می‌کردید، شاید هیچ‌کس اطلاعی از آن نداشت؛ حتی جست‌وجوهای مرتبط چندان زیادی هم در گوگل دیده نمی‌شد. تنها چند بازیگر مشهور همچون بی‌پال و مینت در سال‌های ابتدایی دهه گذشته در حوزه خدمات فین تک فعال بودند. از آن زمان تاکنون، فین تک به کلمه‌ای پر کاربرد در دنیای فناوری تبدیل شد و شاهد افزایش سریع حجم سرمایه‌گذاری‌ها نیز بود. سرمایه‌گذاری در این بخش از ۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ به بیش از ۵۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسید.

در سال‌های اوج‌گیری فین تک، انواع پیش‌بینی‌ها درباره آینده آن مطرح می‌شد. برخی تصور می‌کردند بانک‌ها از رقابت خارج می‌شوند و برخی دیگر آنها را بازیگران همیشگی در جهان اقتصاد می‌دانستند. ورود غول‌های دنیای فناوری به خدمات مالی مخصوص مصرف‌کننده بسنار پیش‌بینی می‌شد. از پیش‌بینی‌های دیگر می‌توان به تجزیه خدمات مالی به‌واسطه ارائه‌دهنده‌های خدمات خرد اشاره کرد.

ناگفته نماند خرید و ادغام استارت‌آپ‌های کوچک به‌وسیله بانک‌ها و غول‌های فناوری و اتحاد صنعت، از پیش‌بینی‌های مهم بود. برخی کارشناسان نیز ادعا می‌کردند استارت‌آپ‌ها به‌مرور خدمات بانکی موردنیاز را خودشان فراهم می‌کنند. تحلیلگران بدین نیز ترکیب حساب فین تک را مانند هر فناوری دیگر، پیش‌بینی می‌کردند.

در دهه گذشته، این رخدادها در دنیای فین تک اتفاق افتاد: شرکت‌های فین تک ساختار عمودی خود را حفظ کرده و می‌کنند. آنها شعبه‌های آفلاین خدمات مالی را به نمونه‌های آنلاین تبدیل کردند و بازدهی را در سیستم افزایش دادند. اولین نشانه‌ها از آینده نیز اکنون در نقاط نادیده گرفته‌شده دیده می‌شوند. می‌توان پیش‌بینی کرد فین تک در یک دهه آینده تغییرات زیر را تجربه کند:

پرتابل‌شدن و قابلیت تعامل: مشتریان مانند وضعیت کنونی گوشی‌های موبایل، به‌آسانی امکان جابه‌جایی بین سرویس‌دهنده‌ها را خواهند داشت.

همه‌گیر و در دسترس بودن: محصولات پایه‌ای مالی در دسترس همگان قرار می‌گیرند و مناطق محروم نیز به شبکه می‌پیوندند.

نفوذ به پشت‌صحنه خدمات مالی: کاربران ابزارهای مالی به شکل‌دهی رابطه یک‌به‌یک با ارائه‌دهنده‌های ابزار نیاز نخواهند داشت. متمرکزشدن به چند منطقه اختصاصی و خودکار شدن فرآیندها.

پیش‌بینی اول: لایه‌بندی باز داده

نظریه: داده به‌صورت آزاد و پرتابل درمی‌آید و ابزاری رقابتی در دست برخی بازیگران محدود فین تک نیست.

داده‌های شخصی در سال ۲۰۱۹ بیش از هر زمانی در تاریخ در مرکز توجه بودند. سرویسی آنلاینیکا و نفوذ داده‌ای به ۱۴۵ میلیون حساب کاربری Equifax جرقه‌ای در اذهان عمومی ایجاد کرد تا حساسیت بیشتری روی داده‌های شخصی خود داشته باشند.

در این‌میان، دولت‌ها نیز حساسیت بیشتری روی قوانین مرتبط با حفاظت داده نشان دادند. به‌عنوان مثال، بازوی عملیاتی فین تک مجلس نماینده‌های آمریکا در ماه گذشته جلسه‌ای برای بررسی استانداردهای داده مالی برگزار کرد. سنسای قانونی برای حفاظت از حقوق حریم خصوصی آنلاین مصرف‌کننده‌ها در دست بررسی دارد.

یکی از کلیشه‌های رایج کنونی در دنیای فناوری می‌گوید «داده، نفت جدید است». با چنین تعریفی، تصور می‌شود بانک‌ها از برتری خود در جمع‌آوری داده‌های بی‌شمار برای ساختن فین تک بهتر استفاده می‌کنند. البته اگرچه داده اهمیت زیادی در خدمات مالی فناورانه دارد، آن را نمی‌توان به‌عنوان مزیت رقابتی مهمی در نظر گرفت. در واقع،

شرکت‌های فناوری بزرگ برای بهره‌برداری از داده‌های عظیم خود باید تفسیر و درک از داده را به بهترین نحو انجام و محصولاتی متمرکز بر

مشارتی توسعه دهند.

چرا رویکرد داده‌ای در دهه پیش رو تغییر خواهد کرد؟ چون دیوارهایی که در اطراف سیلوهای عظیم داده خدمات مالی کشیده شده است، به‌مرور در حال ریزش هستند. در نتیجه، زمین بازی برای نوآوران تازه‌کار دنیای فین تک فراهم می‌شود و می‌تواند با بانک‌های چندین‌میلیارددلاری رقابت کنند. رویکرد مذکور امروز هم تاحدودی در دنیای فین تک دیده می‌شود.

بخش عمده‌ای از تغییر در حال جریان در رویکردهای داده‌ای، به‌دلیل یکی از قوانین تقریبا مبهم در اروپا در حال رخ دادن است؛ قانونی به‌نام PSD۲ که کارشناسان آن را GDPR داده‌های پرداختی می‌دانند. بریتانیا به‌عنوان اولین کشور و با قانون Open Banking در سال ۲۰۱۸ قانون PSD۲ را اجرا کرد. قانون مذکور به‌صورت خلاصه همه بانک‌های بزرگ را ملزم می‌کند داده مصرف‌کننده‌ها را برای هر استارت‌آپ فین‌تکی آماده کنند که مجوز مصرف‌کننده را داشته باشد؛ در نتیجه اگر فردی در بانک A حساب داشته باشد، می‌تواند از داده‌های خود در بانک دیگر هم استفاده کند.

از نمونه‌های فعالیت قانونی دیگر در مسیر داده‌های باز می‌توان به کنسرسیون FDATA اشاره کرد که رویکرد‌ها را درباره بانکداری باز تغییر می‌دهند. کنسرسیون مذکور بازخورد مثبتی هم در سطح بین‌المللی دریافت کرده است. پنج تنظیمگر قانونی فدرال در آمریکا اخیرا در بیانیه مشترک و نادر، به مزایای داده‌های باز اشاره کرده‌اند که تنها با بانکداری باز ممکن می‌شود.

وقتی لایه داده‌های خدمات مالی به صورت همگانی و باز ارائه شود، مزیت رقابتی مؤسسه‌هایی با دارایی‌های داده‌ای فراوان را از بین می‌برد. این روند لایه‌زیرین فین تک را دموکراتیزه و رقابت را برای همه بازیگرانی ممکن می‌کند که توانایی ساختن بهترین محصولات را با لایه پایه‌ای داده داشته باشند. البته ساختن محصول عالی نیز به‌معنای پیروزی بدهی نخواهد بود. برای توضیحات بیشتر، پیش‌بینی بعدی را مطالعه کنید.

پیش‌بینی دوم: پروتکل باز

نظریه: خدمات مالی پایه‌ای به پروتکل‌های ساده متن‌باز تبدیل می‌شوند و موانع ارائه خدمات مالی را برای کسب‌وکارها از بین می‌برند. سیستم‌های مالی متنوع همچون سرمایه‌گذاری، مدیریت سرمایه، تجارت، بانکداری صادرات و واردات یا وام و اعتبارها را در نظر بگیرید. این سیستم‌ها برای جلوگیری از مشکلات قانونی و تنظیمگری، باید عملکرد هسته‌های خود را به‌دقت تحلیل و بررسی کنند. سپس، باید نقاط حساس را از بین ببرند و زیرساختی مطمئن را توسعه دهند. مرحله بعدی، عقد قرارداد با شرکت‌های واسط است تا کاربری‌های مهمی از آنها دریافت شود و سیستم‌ها به‌صورت یکپارچه به‌هم متصل شوند.

نتیجه رویکرد مذکور در توسعه سیستم‌های مشابه به‌واسطه همه ارائه‌دهنده‌های خدمات مالی دیده می‌شود. در واقع، سیستم‌های مشابه متعدد در شرکت‌ها تکرار و در یک محل جمع‌آوری می‌شوند. در سناریوی بدتر، سیستم‌ها با زبان‌های قدیمی مانند hello و COBOL و روی زیرساخت‌های قدیمی بانک‌ها توسعه می‌یابند. چنین سیستم‌هایی باهم تعامل ندارند؛ در نتیجه، هر بانک باید در توسعه پروتکل‌های مالی خود متخصص شود و آنها را به سرویس‌های هسته‌ای خود متصل کند.

در حال حاضر، سه جریان اصلی در دنیای فین تک جریان دارد که احتمالا مسیر حرکت پروتکل‌های بانکداری مدرن را تغییر خواهد داد:

- جریان اول تقسیم لایه‌های زیرساختی و سرویسی را تأیید می‌کند که لایه‌های دیگر روی آنها توسعه می‌یابند. پلتفرم‌هایی همچون Stripe, Marqeta, Plaid چنین جریانی را ممکن می‌کنند. آنها خدماتی موسوم به «زیرساخت مالی به‌عنوان سرویس» ارائه می‌کنند که ساختن کاربری‌های بنیادی مالی را آسان می‌کند. زیرساخت اکنون به‌عنوان یکی از دسته‌های داغ سرمایه‌گذاری شناخته می‌شود و با اضافه‌شدن شرکت‌های بیشتر به بستر فین تک، محبوبیت آن افزایش می‌یابد.

- جریان دوم به فعالان صنعتی مربوط می‌شود که راهکارهای مالی متن‌باز را توسعه می‌دهند. از میان آنها می‌توان به FINOS اشاره کرد که مانند مخزن گیت‌هاب برای تمامی عملکردهای پایه‌ای موردنیاز در ابزارهای فین تک عمل می‌کند. توسعه‌دهنده‌ها دقیقا مانند گیت‌هاب

می‌توانند کدهای پایه‌ای را به‌سود دهند. نرم‌افزار باید به‌صورت راهکاری استاندارد در کل صنعت پیاده‌سازی شود. راهکارهایی که سرویس‌دهنده‌های متعدد ارائه می‌دهند، در صورت اشتراک زیرساخت‌ها می‌توانند تعامل بهتری با یکدیگر داشته باشند.

- جریان سوم به بانک‌های بزرگ و مؤسسه‌های مدیریت سرمایه مربوط می‌شود که با درک ارزش‌های فناوری خود، شروع به فروش مجوز آن کرده‌اند. به‌عنوان مثال، می‌توان به سیستم مدیریت ریسک Aladdin از شرکت BlackRock اشاره کرد. نمونه‌های دیگر، برنامه مدل‌سازی داده به‌نام Alloy است که Goldman توسعه می‌دهد. بانک‌ها با ارائه یا فروش سیستم‌های خود، جریان درآمدی جدیدی ایجاد می‌کنند؛ در نتیجه، صنعت خدمات مالی توانایی ارتباط آسان‌تر پیدا می‌کنند. به بیان ساده‌تر، می‌توان چنین رویکردی را شبیه به استانداردهای زمانی تعریف کرد که برای ارتباط میان بازیگران فین تک استفاده می‌شود. ارتباط آسان‌تر موجب افزایش تعداد کاربران نیز می‌شود که بازخوردهای سازنده و شناسایی باگ و درخواست قابلیت‌های بیشتر در محصولات را به‌همراه دارد.

آنجا استرنج، از شرکای تجاری اندرسون هارویتز، درباره ارتباط بهتر در فین تک می‌گوید:

شرکت‌های زیرساختی بسیار زیادی وجود دارد که با بانک‌ها وارد همکاری می‌شوند و فرآیند اهدای مجوز و برخی کارهای تنظیمگری قانون و تمامی شبکه‌های متنوع پرداختی موردنیاز را منسجم می‌کنند. در نتیجه، اگر قصد راه‌اندازی شرکت خدمات مالی داشته باشید، به‌جای صرف چند سال زمان و چندین میلیون دلار هزینه در شرکات با سازمان‌های متعدد، نیازی‌های خود را به‌صورت سرویس دریافت کنید. فین تک روند توسعه و پیشرفت ششبه به دنیای کامپیوتر را در پیش گرفته است. در دنیای کامپیوتر، ابتدا نرم‌افزار و سخت‌افزار به‌صورت مجموعه‌ای (باندل) ارائه شدند. سپس، سخت‌افزارها به‌صورت زیرمجموعه‌ای از سیستم‌های عامل متعدد ارائه و انحصاری شدند. در مرحله بعد، اینترنت فرهنگ نرم‌افزار آزاد را توسعه داد و مفهوم نرم‌افزار به‌عنوان سرویس به‌شهرت رسید. در مراحل بعدی، فین تک در یک دهه آینده شبیه به اینترنت در دو دهه گذشته حرکت خواهد کرد.

پیش‌بینی سوم: فین تک امبد

نظریه: فین تک به‌عنوان بخشی از عملکرد پایه‌ای محصولات غیرمالی عمل خواهد کرد.

مفهوم فین تک امبد (Embed) این‌گونه است که خدمات مالی به‌جای ارائه به‌صورت محصولات منفرد، به‌عنوان بخشی از رابط کاربری اصلی محصولات دیگر جاسازی (Embed) می‌شود. در ماه‌های گذشته، کارشناسان متعددی از این پیش‌بینی حمایت کرده‌اند و می‌توان دلیل حمایت آنها را نیز حدس زد. ارائه‌دهنده‌های نرم‌افزارهای زیرساختی فرصت آزمایش فین تک را به شرکت‌هایی معرفی کرده‌اند که خدمات بانکداری مخصوص مصرف‌کننده عرضه نمی‌کنند. از این‌رو، آنها نیز به‌مرور به جمع سرویس‌دهنده‌های فین تک اضافه می‌شوند. ایل چندی پیش‌سرویس ایل کارت را رونمایی کرد. آمازون نیز محصولاتی مشابه به‌نام آمازون پی و آمازون کش دارد. فیس‌بوک نیز لیبرا و فیس‌بوک پی را معرفی کرد. شاپیفای و تارگت هم تصمیم دارند سرویس‌های پرداخت اختصاصی خود را عرضه کنند که مجموع رخدادها توسعه همه‌جانبه فین تک را در جهان به‌همراه خواهد داشت.

اگر سیگنال‌های گفته‌شده را به‌عنوان نشانه‌ای از آینده در نظر بگیریم، خدمات مالی فناورانه در یک دهه آینده به‌قابلیتی درون پلتفرم‌هایی تبدیل می‌شوند که کاربران اکنون ارتباطی نزدیک با آنها دارند. در واقع، دیگر با محصولی مجزا روبه‌رو نخواهیم بود و کاربر ملزم به ایجاد ارتباط با چند سرویس و شرکت جدید می‌شود.

در چند مقاله اخیر، یکی از تحلیلگران Bain Capital Ventures، او در مقاله‌های خود اعتقاد دارد خدمات مالی در آینده به لایه‌ای جدید از سیستم‌ها تبدیل می‌شوند که باید روی لایه‌های اینترنت و خدمات ابری و موبایل توسعه یابند. اکنون ابزارهای قدرتمندی در اختیار داریم که با استفاده از مجموعه سه‌گانه بالا به‌هم متصل و در لحظه در دسترس هستند. سرویس‌هایی مانند پرداخت آنلاین و تراکنش‌ها و خدمات اعتباری به کاربران امکان می‌دهند بدون نیاز به خدمات مالی متعدد، ارزش افزوده بیشتری را از آنها دریافت کنیم.

برت کینگ، از آینده‌پژوهان حوزه فین تک، تعریف خلاصه و مهمی از آینده ارائه می‌کند:

شرکت‌های فناوری و برندهای بزرگ مصرف‌کننده به دروازه‌بان‌های محصولات مالی تبدیل و محصولات مالی نیز اکثرا به پشت‌صحنه تجربه کاربران منتقل خواهند شد. بسیاری از این شرکت‌ها با ارائه خدمات پرکاربرد و جذاب در حوزه‌های دیگر، داده‌های بازنشسی جمع‌آوری می‌کنند که برتری چشمگیری در کاهش هزینه‌ها به‌همراه خواهد داشت. ترکیب سرویس‌های دست‌اول (مثلا فروش گوشی هوشمند) با خدمات مالی دست‌دوم امید (مثلا وام‌های خرد) به‌معنای امکان پیاده‌سازی استراتژی جبران خسارت خواهد بود. به‌عنوان مثال، ابل می‌تواند سود خود از گوشی‌های آیفون را کاهش و در عوض، درصد کارمزدها خدمات مالی را برای آن افزایش دهد.

ترکیب خدمات برای مصرف‌کننده‌های فین تک مزایای بسیاری به‌همراه دارد. آنها به جست‌وجو برای پیدا کردن راهکارهای جدید برای پرداخت و پس‌انداز و سرمایه‌گذاری نیازی ندارند. برندهای مخصوص مصرف‌کننده نیز در این مسیر ملزم به رقابت در حوزه‌هایی غیر از ارتباط مستقیم با مصرف‌کننده می‌شوند و با سازمان‌هایی همکاری کنند که خدمات را به‌صورت مجموعه‌ای ارائه می‌کنند.

شرکت‌های قدیمی خدمات فین تک می‌توانند از تعداد فراوان مخاطبان در شرکت‌های بزرگ فناوری برای افزایش نفوذ خود استفاده کنند. به‌عنوان مثال، می‌توان اوبر را نام برد که با استفاده از خدمات گوگل مپس خدمات خود را در توزیع‌کننده‌های عظیم ارائه کرد که شانس نفوذ به پایگاه بزرگ‌تری از مشتریان را کسب کرد.

پیش‌بینی چهارم: جمع‌بندی خدمات

نظریه: مشتریان خدمات مالی را از هاب مرکزی دریافت می‌کنند. اکثر خدمات مالی در دهه پیش رو علاوه بر جابه‌جایی از سمت کاربر به خدمات گسترده پشت‌صحنه، به‌صورت هاب‌های متمرکز به کار ادامه خواهند داد که در یک نقطه جمع‌آوری می‌شوند. برای مصرف‌کننده‌ها هاب می‌تواند گوشی هوشمند باشد و برای کسب‌وکارهای کوچک، هاب خدمات مالی می‌تواند در سرویس‌هایی همچون Quickbooks یا حتی میل و صندوق‌های نقدی دیده شود.

باتوجه‌به روند کنونی که شرکت‌هایی همچون اپل و فیس‌بوک و آمازون سیستم‌های عامل خود را بین پلتفرم‌های متعدد توزیع می‌کنند (تصور کنید الکسا و آمازون پرایم و کارت اعتباری آمازون باهم ترکیب شوند)، کاربرانی مزیت بیشتری خواهند داشت که به اکوسیستم پایبند باشند و در نتیجه، بتوانند خدمات مالی خود را از طریق هر پلتفرم به‌راحتی انجام دهند. همچنین، شرکت‌ها پلتفرم خود را به قابلیت تعامل مجهز می‌کنند. به بیان دیگر، الکسا می‌تواند کاربران اندروید را نیز به خود جذب کند.

اکثر کاربران ترجیح می‌دهند با حداقل سرویس ممکن تعامل داشته باشند و علاقه‌ای به نصب انواع سرویس‌های مالی ندارند. در حقیقت، الزام به استفاده از چند سرویس فین تک ارزش افزوده را از بین می‌برد و آنها را تجزیه می‌کند. محصولات عالی حول برنامه‌های متمرکز بر کاربر ساخته می‌شوند و کارشناسان فین تک اعتقاد دارند سرویس‌دهنده‌ها باید وضعیت مالی و نیازهای کاربر را بهتر از خودش بشناسند. بنابراین، آنها می‌توانند بهتر تصمیم‌گیری و در پشت‌صحنه روی سرمایه‌های کاربران بهتر عمل کنند.

همان‌طور که گفته شد، کاربران در آینده خدمات مالی را به‌عنوان قابلیت‌هایی درون سرویس‌ها و اکوسیستم‌هایی دریافت می‌کنند که روزانه از آنها استفاده می‌شود؛ در نتیجه، شرکت‌های فناوری برنده رقابت خواهند بود؛ چون قطعا کاربران از گذراندن زمان در سرویس‌های آنها، بیش از سرویس‌های بانک اصلی خود لذت می‌برند. امروزه هاب‌های خدمات مالی گوشی‌های هوشمند و لپ‌تاپ‌ها هستند و در آینده شاید ایمیل، خودرو هوشمند، تلفن و حتی موتور جست‌وجو به هاب خدمات مالی تبدیل شود.

تکامل فین تک نشان‌دهنده تکامل اینترنت و کامپیوترها است. با افزایش تعامل و ادغام سرویس‌ها در خدمات روزمره زندگی مردم، محل مدیریت خدمات مالی و محصولات مرتبط نیز به‌گونه‌ای برای کاربران تغییر می‌کند که شاید دیگر به آن فکر نکنند. به‌رحال در یک تا دو دهه آینده، فین تک قطعا شباهت کمی به وضعیت امروزی خواهد داشت.

منبع: TECHCRUNCH/zoomit

چگونه مهارت‌های جدید را از همکاران خود یاد بگیریم؟



تا مطمئن شوند تمام اعضای سازمان، به نحوی با شبکه‌های یادگیری در ارتباط هستند. در نهایت به این نتیجه می‌رسیم که یادگیری هم‌تا به هم‌تا، بسیار مفیدتر و موثرتر از برنامه‌های آموزشی سنتی هستند. اعضای تیم شما می‌توانند مهارت‌هایی به دست آورند که در فعالیت‌های حرفه‌ای روزانه‌شان، بسیار مفید واقع می‌شوند.

منبع: hbr/ucan

**آگهی رای هیات قانون تعیین تکلیف وضعیت تبتی اراضی
وساخته‌های فاقد سند رسمی**

برابر آراء صادره هیات تعیین تکلیف مستقر در ثبت اسناد و املاک شهرستان سنندج تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضیان ذیل تأیید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم آگهی می‌گردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاهای تاریخ اعلان در محل تا مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم نمایند و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم و گواهی اخذ و تحویل اداره ثبت نمایند بدینوسیله در صورت اقبالی مدت مذکور و عدم وصول اعتراض سند مالکیت طبق مقررات صادر خواهد شد صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

۱- خشتانگ یک قطعه زمین مزروعی بنام آقای ارش حاجی کرجو فرزند رشید تحت پلاک ۵۴۲ فرعی از ۵۳ اصلی بخش ده به مساحت ۱۲۱۱ متر مربع جزء نسق زارعانه شماره ۷۶۹۳ مورخه ۲۶/۲/۲۴ بنام آقایان حسین و رحیم حاجی کرجو به آدرس سنندج روستای کرجو

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۸/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۸/۲۶

هیوا احمدیان - رئیس اداره ثبت منطقه ۲ سنندج م الف ۱۶۰۷۰

**آگهی رای هیات قانون تعیین تکلیف وضعیت تبتی اراضی
وساخته‌های فاقد سند رسمی**

برابر آراء صادره هیات تعیین تکلیف مستقر در ثبت اسناد و املاک شهرستان سنندج تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضیان ذیل تأیید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم آگهی می‌گردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاهای تاریخ اعلان در محل تا مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم نمایند و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم و گواهی اخذ و تحویل اداره ثبت نمایند بدینوسیله در صورت اقبالی مدت مذکور و عدم وصول اعتراض سند مالکیت طبق مقررات صادر خواهد شد صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

۱- خشتانگ یک قطعه زمین مزروعی بنام آقای فایق خداکرمیان فرزند عزیز تحت پلاک ۲۹۵ فرعی از ۵۰ اصلی بخش ده به مساحت ۲۰۸۱ متر مربع جزء نسق زارعانه شماره ۱۲۲۲۲ مورخه ۲۴/۱/۲۰ بنام آقای عزیز خدا کریمیان به آدرس سنندج روستای عنبر بزان

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۸/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۸/۲۶

هیوا احمدیان - رئیس اداره ثبت منطقه ۲ سنندج م الف ۱۶۰۷۴

داشتن یک برنامه آموزشی هم‌تا به هم‌تا

برنامه‌های آموزشی هم‌تا به هم‌تا، ممکن است فرم‌های مختلفی داشته باشد. این برنامه می‌تواند به صورت آنلاین یا فردی تنظیم شود. ممکن است دو کارمند، در جلسه‌ای دو نفره با هم کار کنند یا آموزش به صورت گروهی و در حین انجام پرونده‌های واقعی عملیاتی انجام بگیرد. در برخی مواقع جلسات بیش از چند ماه به طول می‌انجامد و گاهی به صورت جلسات هفتگی برگزار می‌شوند که در آنها اعضای تیم، آخرین مهارت‌ها یا دانش خود را با دیگر همکاران به اشتراک می‌گذارند.

شما می‌توانید برای ارتقای کارایی برنامه آموزشی هم‌تا به هم‌تا، اقدامات زیر را انجام دهید:

فردی را به عنوان تسهیل‌کننده امور برگزینید. در آموزش هم‌تا به هم‌تا، یادگیری به صورت آفقی و نه سلسله‌مراتب عمودی انجام می‌گیرد. هرچند بهتر است یک نفر (یک تیم)، روند پیشرفت برنامه را به صورت بی‌طرفانه حفظ کند. البته مدیر شرکت یا مسئول دپارتمان، نباید این وظیفه را به عهده بگیرد. فرد تسهیل‌کننده، باید روند برگزاری جلسات را سازماندهی کند، تمام اعضای تیم را در جریان موضوع جلسات قرار دهد، مواظب باشد حرکت جلسات و مکالمات، روبه‌جلو باشد و فضا را برای یادگیری، تست و سوالات شرکت‌کنندگان، مثبت حفظ کند.

برای یادگیری هم‌تا به هم‌تا، یادگیری هم‌تا به هم‌تا تنها وقتی بازدهی دارد که افراد شرکت‌کننده، برای بیان افکار، نظرات و ایده‌های خود احساس امنیت داشته باشند. آنها باید ذهنیتی باز داشته باشند تا بازخوردهای سازنده را بپذیرند. همچنین باید با جسارت، بازخوردهای صادقانه را در اختیار دیگران قرار دهند، نه اینکه تنها به دنبال اظهارات خوشنودکننده دیگران باشند.

برای ایجاد محیطی امن، باید قوانین زمین‌بازی را مشخص کنید. برای مثال، لازم است به اصل رازداری و محرمانه بودن جلسات پایبند باشید. تبادل بازخوردها، باید یک حرکت سخاوتمندانه باشد که همیشه مورد پذیرش قرار می‌گیرد. افراد حاضر در جلسات باید همدلی را تمرین کنند و مسائل را از دیدگاه فرد مخاطب خود ببینند. شرکت‌کنندگان نباید هیچ‌گاه به خاطر بیان نظرات‌شان، شرم‌منده شوند یا مورد سرزنش و تمسخر قرار بگیرند.

روی شرایط دنیای واقعی تمرکز کنید. در این جلسات، مشکلات واقعی را مطرح کنید. اگر جلسات آموزشی روی چالش‌های واقعی کار متمرکز شود، کارمندان رغبت بیشتری به یادگیری مهارت‌های جدید خواهند داشت.

به دنبال شبکه‌سازی باشید. شبکه‌های اجتماعی آنلاینی را مطابق با حوزه یادگیری خود بیابید یا سازماندهی کنید. کارمندان را به رویدادهایی دعوت کنید که با موضوعات مشابه برگزار می‌شود، خصوصاً رویدادهایی که در آنها، افراد تجارب و مهارت‌های خود را به اشتراک می‌گذارند. اخیراً برخی سازمان‌ها، کمپین‌های گسترده‌ای برپا می‌کنند

سازمان، به اجرا درآوردند. بخشی از این برنامه روی مکالمات سخت تمرکز داشت. آنها از شرکت‌کنندگان خواستند یکی از مکالمات سخت زندگی واقعی خود را انتخاب کنند، مخصوصاً مواردی که معمولاً از آن دوری می‌کردند (مرحله یک).

این مکالمات سخت را با هم تمرین کردند (مرحله دو). برای مثال، یکی از شرکت‌کنندگان با نام جان، با یکی از اعضای تیم خود (مارک) بر سر تاریخ پروژه‌ها اختلاف داشت و همین مسئله، روی تیم تأثیر منفی می‌گذاشت. معمولاً جان و مارک مکالمات خوبی نداشتند. جان احساس بدی داشت و مارک، در بیشتر اوقات حالت تدافعی به خود می‌گرفت. زمانی که جان این مسئله را با همکارانش در گروه یادگیری در میان گذاشت، آنها هم ایده‌ها، راه حل‌ها و تجربیات خود را بیان کردند (مرحله سه). وقتی تمام اعضای تیم و نه فقط جان، روی مواردی که یاد گرفته بودند، تأمل کردند، دریافتند که در شرایط یکسان، با اطمینان بیشتری عمل می‌کنند (مرحله چهار) پس از مدتی اعضای تیم اعلام کردند اکنون مکالمات سخت زندگی واقعی آنها، بهتر و هدفمندتر جلو می‌رود.

وقتی فرد به پیشرفت می‌رسد که احتمال اشتباه کردن، به چالش کشیده شدن ایده‌ها و صحبت کردن درباره نگرانی‌های خود را قبول کند. همان‌گونه که جان و دیگر اعضای تیم، این کار را انجام دادند. برخلاف برخی از روش‌های یادگیری مانند آزمون‌ها یا نمایش مهارت‌ها تحت فشار، یادگیری هم‌تا به هم‌تا فضای امنی برای افراد به وجود می‌آورد که در آن، کارمندان از ارزیابی عملکرد خود توسط مدیر ابایی ندارند. حتماً این مسئله را می‌پذیرید که نقطه‌ضعف‌های خود را که نیاز به بهبود دارند، در مقابل همکاران راحت‌تر بیان می‌کنند تا در مقابل مدیر شرکت.

در یادگیری هم‌تا به هم‌تا، دینامیک‌های سلسله‌مراتب سازمانی از بین می‌رود. علاوه بر آن، برخلاف راهکارهایی مانند سخنرانی در کلاس یا ارائه مطالب به صورت آنلاین، مدل یادگیری هم‌تا به هم‌تا فرصت مناسبی را برای شروع مباحث فراهم می‌کند.

مزیت دیگر آموزش هم‌تا به هم‌تا این است که نوع این یادگیری، به کارمندان کمک می‌کند مهارت‌های رهبری و مدیریتی خود را توسعه دهند. لازم است کارمندان باهم صحبت کنند، روی مطالب ارائه‌شده تمرکز کنند و بازخوردهای صادقانه ارائه دهند یا دریافت کنند. به دلیل اینکه بازخوردها در هر دو طرف در جریان هستند، کارمندان وقت و انرژی بیشتری برای اطمینان از مفید بودن آنها صرف می‌کنند.

آنها معمولاً مسائل را از نقطه‌نظر همکار خود می‌بینند و به این مسئله توجه دارند که هر بازخورد، از سوی چه کسی ارائه شده است. بدین ترتیب تلاش می‌کنند بازخورد سازنده‌ای را به همکاران خود ارائه دهند. این اتفاق، در بازخوردهای یک طرفه که از سوی رئیس بیان می‌شود، رخ نمی‌دهد. یادگیری هم‌تا به هم‌تا یا فرد به فرد، تجربه رهبری کارمندان را در مهارت‌هایی چون پذیرش دیدگاه‌های مخالف، بهبود می‌بخشد.

در سیستم آموزشی هم‌تا به هم‌تا، افراد می‌توانند با راحتی و امنیت چند برابر، مهارت‌های جدید و کاربردی را از همکاران‌شان یاد بگیرند، اما چطور اعضای تیم می‌توانند مهارت جدید را در محیط کار به دست آورند؟

وقتی اعضای تیم می‌خواهند مهارت یا دانش جدیدی را یاد بگیرند، به سراغ چه منابعی می‌روند؟ گوگل، یوتیوب یا برنامه‌های آموزشی سازمانی؟ بنابر گزارش پلتفرم آموزشی تحقیقاتی Degreed، اغلب کارمندان برای یادگیری مهارت‌های جدید، در قدم اول به سراغ همکاران خود می‌روند (در حدود ۵۵ درصد) و پس از آن از مدیر یا کارفرمای خود کمک می‌خواهند. یادگیری «فرد به فرد» می‌تواند ابزار توسعه قدرتمندی باشد که از بسیاری از موانع مهارت‌آموزی عبور می‌کند. البته این سیستم یادگیری، مزایای دیگری هم دارد.

در حال حاضر خیلی از سازمان‌ها، به ساختار مشخصی برای آموزش‌های فرد به فرد دست نیافته‌اند. در یکی از نظرسنجی‌های موسسه McKinsey، مدیران آموزش و توسعه اعلام کردند معمولاً مکانیسم‌های یادگیری شامل کلاس‌های درس، یادگیری تجربی و برنامه‌های سازمانی را می‌دانند. یک سوم افراد اظهار کردند که سازمان آنها، هیچ سیستمی برای اشتراک‌گذاری یادگیری در بین کارمندان ندارد.

کلی پارکر و دیوید بلیک، مدیران شرکت Degreed و نویسنده کتاب Expertise Economy، در تحقیقات خود دریافتند بیشتر مدیران تمایل ندارند در سازمان خود، از سیستم آموزشی فرد به فرد استفاده کنند. علت مخالفت آنها این بود که مریبان خارج از شرکت را با ارزش‌تر از آموزش‌های درون سازمانی می‌دانستند. همچنین می‌گفتند آموزش کارمندان به یکدیگر، نیاز به زمانی طولانی دارد اما جلسات آموزشی خارج از شرکت، در بازه زمانی کوتاه‌تر، بازدهی بیشتری به ارگان می‌آورد.

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد این باور درست نیست. هم اکنون مزایای آموزش فرد به فرد، در سازمان‌ها دیده می‌شود. پس به افراد باهوش و شایسته‌ای فکر کنید که در سازمان خود استخدام می‌کنید. اگر کارمندان تخصص و مهارت خود را به خوبی یا یکدیگر به اشتراک بگذارند و مهارت‌های جدیدی یاد بگیرند، به چه اندازه پیشرفت می‌کنند؟

از سوی دیگر، آموزش فرد به فرد با «اصول یادگیری مؤثر»، در یک راستاست. بدین ترتیب، کارمندان مهارت‌های جدید را طوری یاد می‌گیرند که تمام چهار مرحله فرآیند یادگیری را پوشش می‌دهد: کسب دانش، تمرین دانش، بازخورد گرفتن و بازتاب دادن نکاتی که یاد گرفته‌اند. یادگیری هم‌تا به هم‌تا، تمام این موارد را در خود جای می‌دهد.

زمانی که کلی پارکر، مسئول بخش آموزش لینکدین بود، تیم او برنامه یادگیری همکار به همکار را در راستای ارزش‌های کلیدی

چگونه در بازارهای خارجی کمپین بازاریابی BYB اجرا کنیم؟

چالش بازاریابی BYB در خارج از کشور

<div><div> </div><div><div>به قلم:مگان تودیوم</div></div></div>
<div><div> </div><div><div>کارشناس بازاریابی محتوایی</div></div></div>

جهان در سال ۲۰۲۰ سر و صدای بسیار زیادی داشت. بسیاری از برندها از همان ابتدای سال توانایی جلب نظر مخاطب هدف را از دست دادند. اغلب تیم‌های بازاریابی پیش از شروع سال جدید اقدام به طراحی کمپین‌های بازاریابی و ارزیابی الزامات سال نو می‌کنند. مشکل اساسی در سال ۲۰۲۰ وقوع اتفاقات غیرمنتظره بود. همین امر اغلب بازاریاب‌ها را سردرگم ساخت. عرصه بازاریابی BYB در طول سال ۲۰۲۰ شرایط مساعدی نداشت. اکنون با نزدیک شدن به پایان سال فرآیند ارزیابی الزامات سال آینده میلادی شروع شده است. امروزه شفافیت و صداقت برندها با مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها به طور مداوم در پایان سال گزارش‌هایی از نتایج بازاریابی‌شان منتشر می‌کنند. بی‌تردید اسمال بسیاری از برندها گزارش‌های نامناسبی را منتشر خواهند کرد. دلیل این امر ناکامی در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و تعطیلی طولانی مدت بسیاری از برندهای عرصه BYB است. اگرچه توجه به شکست‌های اخیر در حوزه بازاریابی مهم است، اما باید به ناچار فکری برای سال آینده نیز کرد. یکی چالش‌های اصلی پیش روی برندها در عرصه BYB نمایش جلوه‌ای انسانی از کسب و کارشان است. بازاریابی در این عرصه به دلیل حضور برندها و تعامل آنها با هم، به جای مشتریان، دشواری‌های خاصی دارد. الزام اصلی کسب و کارهای این حوزه برای سال آینده نمایش جلوه‌ای انسانی‌تر از خود در عرصه بازاریابی خواهد بود. در این زمینه توجه به تولید محتوای چند فرهنگی ضروری خواهد بود. یکی از اشتباهات برندها در زمینه بازاریابی BYB عدم توجه به ماهیت جهانی بازار است. امروزه برندها در سطح بین‌المللی با هم تعامل دارند. همین امر تمرکز بر روی تولید محتوا براساس یک فرهنگ مشخص را همراه با ریسک‌های بسیار زیادی می‌کند. در ادامه موضوع موردنظر را بیشتر مورد بررسی قرار خواهیم داد.

چرا بازاریابی چند فرهنگی مهم است؟

تفاوت‌های فرهنگی یکی از موضوعات مهم در عرصه مطالعات اجتماعی را شکل می‌دهد. هدف اصلی در اینجا بررسی تفاوت‌های فرهنگی به طور محض نیست. بازاریابی در دنیای کنونی باید با توجه به تفاوت‌های فرهنگی و تلاش برای تولید محتوایی مناسب در این زمینه صورت گیرد. بسیاری از برندها در زمینه طراحی کمپین‌های BYB در سطح جهانی با مشکل عدم تطابق فرهنگی مواجه می‌شوند. این امر در صورت تولید محتوا بدون توجه به مخاطب خارج از کشور یک برند پیش می‌آید. امروزه تمام برندها امکان تاثیر گذاری در سطح جهانی را دارند. این نکته در صورت بی‌توجهی مشکلات بسیار عمیقی در حوزه BYB پیش خواهد آورد. وقتی در عرصه BYB شرکت‌های مختلف به عنوان مشتریان شما فعالیت دارند، کسب شهرت منفی به معنای پایان کارتان در این بازار خواهد بود. شاید رفع شهرت منفی در زمینه تولید محتوای بازاریابی در کسب و کارهای BYC راحت‌تر باشد، اما در حوزه BYB شهرت منفی یا مثبت کسب و کارها برای مدت زمانی طولانی پایدار خواهد ماند. مهم‌ترین مسئولیت بازاریاب‌ها در شرایط کنونی تلاش برای شناسایی تعلق فرهنگی مشتریان مختلف و تولید محتوایی چند فرهنگی است. امروزه یافتن نقاط اشتراک در میان فرهنگ‌های مختلف امری جذاب برای پژوهشگران محسوب می‌شود بنابراین بازاریاب‌ها باید از نتایج مطالعات پژوهشگران در عرصه‌های مختلف نهایت استفاده را ببرند. اعتبار محتوای بازاریابی در گرو توانایی کسب و کارها برای نمایش جلوه‌ای انسانی از برندگان است. این امر عرصه بازاریابی برندسازی را به هم نزدیک می‌کند. متأسفانه امروزه برخی از برندها نسبت به این نکته مهم توجه لازم را ندارند. بنابراین به طور مداوم در زمینه تولید محتوای مناسب و نمایش جلوه انسانی از کسب و کارشان دچار مشکل می‌شوند. راهکار این امر ایجاد نزدیکی در میان تیم بازاریابی و برندسازی است. البته آگاهی از ضرورت نمایش جلوه‌ای انسانی از کسب و کار در عرصه بازاریابی پیش‌نیاز هرگونه اقدامی در این زمینه خواهد بود.

تکنیک‌های بازاریابی برای مخاطب چندفرهنگی

کسب و کارها در زمان ورود به بازارهای تازه همیشه با مخاطب ناشناس مواجه هستند. یکی از تردیدهای برندها برای ورود به بازارهای تازه مربوط به ناتوانی در زمینه شناخت مخاطب جدید است. بسیاری از برندها در طول سال‌های متمادی با مخاطب داخلی آشنایی مناسبی پیدا کرده‌اند. این امر در کنار فرایت فرهنگی میان برندهای داخلی یک کشور ایده بازاریابی بین‌المللی را نگران‌کننده خواهد کرد. امروزه باتوجه به افزایش نیاز کسب و کارها در عرصه BYB برای حضور در بازارهای جهانی باید بر تردیدهای این‌چنینی غلبه کرد. در ادامه برخی از تکنیک‌های مناسب برای بازاریابی چند فرهنگی با استفاده از جلوه انسانی بهتر را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

توجه به محتوای تولیدی کاربران

ورود به بازاری جدید همیشه همراه با نکات ناشناخته بسیار زیادی است. این امر موجب انفعال برخی از برندها در بازارهای تازه می‌شود. کسب و کارهای فعال در عرصه BYB برای موفقیت فوری در بازارهای جدید به شدت تحت فشار هستند. اگرچه برای موفقیت در بازارهای جدید باید اندکی شکیبایی داشت، اما سرعت عمل تیم‌های بازاریابی نیز مهم است. راه‌اندازی کمپین بازاریابی در ابتدای ورود به بازاری امر غیرممکنی به نظر می‌رسد. اگر یک کسب و کار در ابتدای ورود به بازاری تازه قصد طراحی و اجرای کمپین بازاریابی را داشته باشد، باید با احتیاط بسیار زیادی عمل نماید. ارزیابی عملکرد دیگر برندها یکی از راهکارهای مناسب برای بازاریابی در بازارهای تازه است. با این حال توصیه فعلی ما در این بخش توجه به ایجاد فرآیندهای مشارکت میان برند و مخاطب هدف در فرآیند بازاریابی است. تولید کمپین‌های بازاریابی تعاملی بهترین راهکار برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. این امر در عرصه BYB با توجه به عدم آشنایی کسب و کارها با بازارهای جدید اهمیت بالایی دارد. استفاده از این شیوه دست‌کم ناکامی در بدو ورود به بازار را کاهش می‌دهد.

همکاری با بازاراب‌های محلی

هر فرهنگ به شیوه‌ای منحصر به فرد افراد را تحت تاثیر قرار می‌دهد. بسیاری از فرهنگ‌ها به دلیل تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای که دارند، بازاریاب‌ها را دچار دردسر می‌کنند. اگر یک برند در تلاش برای بازاریابی در یک کشور دیگر است، باید همکاری با برخی از بازاریاب‌ها یا کارشناس‌های کسب و کار محلی را مدنظر قرار دهد. در غیر این صورت موفقیت در عرصه بازاریابی برای برند موردنظر بسیار دشوار خواهد بود. امروزه بازاریاب‌های محلی تمایل بسیار زیادی برای همکاری با برندهای خارجی دارند. با این حساب تعامل نزدیک میان برندهای خارجی و بازاریاب‌های محلی به توسعه هرچه بهتر تعامل‌های بین‌المللی در سطح تجاری کمک خواهد کرد. اغلب برندها برای همکاری با بازاریاب‌های محلی به شیوه‌های ساده‌ای بستند می‌کنند. این امر شامل ارسال کمپین نهایی برای بازاریاب موردنظر و درخواست اظهارنظر از سوی وی است. اگر بازاریاب محلی محتوای موردنظر را تایید کند، امکان اجرای آن در سطحی وسیع بدون نیاز به دغدغه نسبت به شکست فراهم خواهد شد.

طراحی محتوای بازاریابی از گفت‌وگوها در شبکه‌های اجتماعی

کاربران در شبکه‌های اجتماعی گفت‌وگوهای عمومی بسیار زیادی با هم دارند. بازاریاب‌ها برای ورود به یک بازار تازه باید توجه ویژه‌ای به گفت‌وگوی کاربران در شبکه‌های اجتماعی داشته باشند. بسیاری از برندها برای ایجاد جلوه‌ای انسانی از کسب و کارشان اقدام به حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. اگر یک برند به دنبال ایجاد جلوه‌ای انسانی است، باید مانند کاربران واقعی در شبکه‌های اجتماعی فعالیت نماید.

طرح پرسش‌های دارای پاسخ باز از مخاطب هدف برند نقش مهمی در گردآوری اطلاعات اساسی در مورد فرهنگ بومی یک بازار دارد. این امر جلوه انسانی کسب و کار را نیز به خوبی توسعه می‌دهد بنابراین تعامل با مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی یکی از پیش‌شرط‌های حضور موفق در بازاری جدید محسوب می‌گردد.

منبع: clickz.com

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

دوشنبه ۲۶ آبان ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۶۴ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

بهبان‌هایی که اجازه نمی‌دهد به رویاهای تان دست یابید

دانش من به قدر کافی نیست

بهبانه دیگری که در بین بیشتر مردم رواج دارد این است فکر می‌کنند دانش برای موفقیت الزامی است. این بهانه‌تراشی‌ها به خاطر نبود اعتماد به نفس است که می‌تواند تأثیر مخربی هم داشته باشد. حقیقت این است هیچ کس درباره همه چیز اطلاعات ندارد.

اگر استیو جابز منتظر می‌ماند تا همه چیز بداند و بعد به سراغ اختراع کامپیوتر شخصی‌اش برود تا حالا هیچ کاری انجام ننداده بود. اگر مارک زاکربرگ فکر می‌کرد قبل از راه اندازی فیس‌بوک باید از دانشگاه فارغ‌التحصیل شود، شاید هیچ وقت این شبکه اجتماعی راه‌اندازی نمی‌شد. پس چرا فکر می‌کنید تمام افراد موفق قبل از دنبال کردن رویاهای‌شان درباره همه چیز اطلاع دارند؟

نیاز نیست برای موفق شدن، راجع به همه چیز بدانید. شما با افرادی ارتباط دارید که شما را در برطرف کردن نیازهای تان یاری می‌کنند و در این مسیر چیزهای زیادی یاد خواهید گرفت. نبود دانش کافی برای انجام ندان کارهایی که دوست دارید و می‌خواهید انجام دهید، بهانه خوبی نیست.

شاید شکست بخورم

بهبانه دیگر برای دنبال نکردن رویاها، ترس از شکست است. خیلی افراد از بهانه‌های قبلی برای پیگیری نکردن آرزوهای‌شان استفاده می‌کنند، اما در حقیقت ترس از شکست است که برای برداشتن گام بعدی مانع کارآفرینان می‌شود.

ترس از شکست دلیل خوبی برای دنبال نکردن رویاها نیست. بدتر از اجرای ایده جدید و شکست خوردن در آن، دیدن کسی است که رویای شما را دنبال می‌کند و به موفقیت هم می‌رسد. پس امکان شکست همیشه وجود دارد، اما این مسئله نباید مانعی برای شما باشد. تمام افراد موفق در دنیا، در مرحله‌ای تجربه شکست دارند، اما آنها انتخاب می‌کنند دوباره در مسیر دستیابی به اهداف‌شان قرار بگیرند.

در پایان ...

تمام محدودیت‌هایی که مانع تان می‌شود را کنار بگذارید. این بهانه‌ها محدودیتی خودساخته برای دنبال نکردن رویاهای‌مان هستند. هیچ‌کس نمی‌تواند شما را از کار جدید واهمه نداشته باشید. قطعاً شما هم از احساس آزادی که همراه با دنبال کردن علایق تان می‌آید لذت می‌برید. بدون شک شما هم می‌توانید با تلاش و سخت کوشی در مسیر موفقیت قرار بگیرید.

با دقت به این پنج بهانه نگاه کنید و ببینید کدام یک بیشتر شما را محدود کرده و از تغییر و تلاش برای انجام کار جدید واهمه نداشته باشید. قطعاً شما هم از احساس آزادی که همراه با دنبال کردن علایق تان می‌آید لذت می‌برید. بدون شک شما هم می‌توانید با تلاش و سخت کوشی در مسیر موفقیت قرار بگیرید.

منبع: inc/ucan

که نسبت به آن اشتیاق دارند، وقت کافی برای خود فراهم می‌کنند.مهم‌ترین مسئله برای رسیدن به بازدهی موردنظر، اولویت‌بندی کارها و ساماندهی زندگی‌تان است. پس ۴۰ ساعت کار در هفته نمی‌تواند دلیل خوبی برای دنبال نکردن رویاهای تان باشد.

منابع و امکانات لازم در اختیار ندارم

بهبانه دیگری که بیشتر شنیده می‌شود کمبود منابع و امکانات است. این محدودیت که از جانب خودمان به ما تحمیل شده، به این باور برمی‌گردد که برای انجام کارهای موردعلاقه‌مان نیاز به پول زیاد و ارتباطات گسترده داریم. این بهانه برای این است راه گریزی از چالش‌های جدید داشته باشیم.

برای این منظور، تمرین خوبی برای شما تدارک دیده‌ایم. در موتور جست و جوج موردعلاقه‌تان درباره کارهایی که با بودجه شخصی تأمین شده تحقیق کنید. شاید با موارد کمی مواجه شوید، اما به سرعت متوجه می‌شوید کارهایی که با سرمایه شخصی رونق گرفته‌اند بسیار محدود هستند. موفق‌ترین و باارزش‌ترین شرکت‌ها از یک استارت‌آپ با بودجه شخصی ایجاد شده‌اند. در بیشتر مواقع، آنها در بین دوستان، اعضای خانواده، همکاران و سرمایه‌گذاران به دنبال تأمین منابع مالی موردنیازشان بوده‌اند. پس شما برای دنبال کردن رویاهای خود نیازی به میلیون‌ها دلار پول در حساب پس‌انداز شخصی تان ندارید. در واقع، انگیزه برای دستیابی به موفقیت خیلی مهم‌تر از مبلغ موجودی حساب بانکی تان است. با داشتن اعتماد به نفس کافی می‌توانید یک منبع مناسب پیدا کنید و به رویاهای تان برسید.

من برای این کار خیلی جوان یا پیر هستم

نیاید سن را عاملی محدودکننده برای دستیابی به موفقیت شغلی بدانید، اما خیلی از افراد چنین باوری دارند. حقیقت این است خیلی از ما فکر نمی‌کنیم سن مناسبی برای دنبال کردن رویاهای‌مان داریم. وقتی در دهه ۲۰ یا ۳۰ زندگی تان هستید شاید به این فکر کنید: «من خیلی کم سن و سال هستم، برای پیشرفت باید منتظر سال‌های بعدی باشم.» وقتی ۴۰ یا ۵۰ ساله شدید با خود می‌گویید: «من برای امتحان کردن مسیر جدید خیلی پیر هستم.» شاید این سؤال برای تان به وجود بیاید سن مناسب برای دنبال کردن رویاها و اهداف چه زمانی است؟ پاسخش همین‌الان است. تفاوتی ندارد ۲۱ یا ۶۱ ساله باشید، همین حالا به دنبال دستیابی به رویاهای تان باشید. شاید نقوضی در خیلی پیر یا جوان بودن وجود داشته باشد، اما هر یک مزایای خود را دارد. قطعاً هر فردی در سن ۲۱ سالگی، انرژی و اشتیاقی دارد که در سنین بالا کمترنگ‌تر است. وقتی ۶۱ سال دارید از خرد و دانایی بیشتری بهره‌مندید که در هنگام شروع کار و فعالیت در شما وجود نداشت. پس بهانه پایین یا بالا بودن سن را کنار بگذارید و به دنبال برنامهریزی برای اهداف جدیدتان باشید.

هر فردی در زندگی خود حسرت‌هایی دارد که به خاطر دست نیافتن به شغل رویایی، برنامهریزی برای زندگی بهتر و یادگیری مهارت جدید است. وقتی یسار فرصت‌های از دست رفته خود می‌اقیم، دچار حسرت می‌شویم، اما واقعا علت تنبلی و به تعویق افتادن فرصت‌های‌مان چیست؟ ۵ بهانه وجود دارد که اجازه نمی‌دهد رویاهای تان را دنبال کنید. این بهانه‌ها نشان می‌دهد تنها مانع برای دنبال نکردن رویاهای تان خودتان هستید.

آیا از ابتدا یک فرد موفق به دنیا آمده‌اید یا با تصمیم‌گیری‌های درست و قرارگیری در مسیرهای مختلف به موفقیت می‌رسید؟ وقتی خوب فکر کنید گزینه دوم به واقعیت نزدیک‌تر است. بدون شک برخی افراد در شرایط بهتری نسبت به دیگران به دنیا می‌آیند، اما هر فردی خودش انتخاب می‌کند آیا می‌خواهد در مسیر موفقیت قرار بگیرد یا نه.

برخی افراد در وضعیت بهتری قرار دارند، اما عده دیگری مدام با گرفتاری‌های شغلی و حرفه‌ای مواجه می‌شوند. به آسانی نمی‌توانید از مسیر شغلی خود در آینده مطلع شوید. شما نمی‌توانید خیلی چیزها را مطابق میل خود جلو ببرید، اما می‌توانید برخی جنبه‌ها را به کنترل درآورید. خیلی از مردم از ریسک کردن گریزان هستند. آنها هر روز از ۹ صبح تا ۵ عصر به محل کار می‌روند و به حقوق پایین و شرایط ناپایدار شغلی‌شان راضی هستند. هرچند نمی‌توان به این طرز تفکر ایراد گرفت، اما بیشتر افرادی که ذهنیت اقتصادی دارند، برای اجرای ایده‌های‌شان، شکل دادن به یک کسب و کار یا انجام کاری که عاشقش هستند، رویاهای بزرگی در سر دارند. در ادامه مقاله، ۵ بهانه‌ای را معرفی می‌کنیم که شما را از دستیابی به خواسته‌های تان دور می‌کند. این ۵ بهانه عبارتند از:

وقت کافی ندارم

بهبانه اصلی که خیلی‌ها برای انجام ندانن وظایف‌شان بیسان می‌کنند این است که به اندازه کافی وقت ندارند. در زندگی امروز مشغله‌های زیادی داریم، پس بهانه آوردن یکی از ساده‌ترین راههاست. شاید در طول هفته در میان کارهای تمام وقت، رسیدگی به کارهای شخصی و سرگرمی‌ها فقط ۲ یا ۳ ساعت وقت خالی داشته باشید. پس دیگر فرصتی برای دنبال کردن رویاهای خود نخواهید داشت.

در دنیای امروز هر کسی گرفتاری‌های خودش را دارد، با این حال، همیشه راهی برای گریز از آن وجود دارد. بدون توجه به محل زندگی، منابع مالی که در اختیار دارید یا استعدادهای درونی تان، شما همانند خیلی از مردم تنها ۲۴ ساعت در طول روز زمان دارید.

آیا فکر می‌کنید افرادی که به موفقیت‌های زیاد رسیده‌اند بیشتر از شما فرصت دارند؟ نه اصلاً. آنها در هر هفته بین ۸۰، ۹۰ یا ۱۰۰ ساعت کار می‌کنند تا رویاهای‌شان را به واقعیت مبدل کنند. آنها برای کارهایی