

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دلیل ریزش قیمت خودرو طی روزهای اخیر چیست؟

حساب بزرگی در بازار خودرو طی سال‌های اخیر شکل گرفت است، از یک سو افزایش قیمت دلار و از سوی دیگر ممنوعیت واردات خودرو به کشور...

۷

کدام بازار بیشترین زیان را نصیب سرمایه‌گذاران کرد؟

کارنامه بازارهای مالی در آبان‌ماه

بازارهای مالی در دومین ماه پاییز، روندی نزولی را تجربه کردند و هر چند بورس تهران پس از سه ماه به صدر جدول پربازده‌ترین بازارها بازگشت، اما این سبزی پوشی یک هفته‌ای بورس نتوانست مانع از زیان گسترده سهامداران در آبان ماه شود و تنها از بار زیان سرمایه‌گذاران بازار سرمایه در این ماه کاست، اما برخلاف بازار سهام که در آخرین هفته آبان ۹۹ به مدار صعود بازگشت و در ۵ روز متوالی سبزی پوش ماند، دیگر بازارهای مالی نظیر بازار سکه و ارز، روزهای سرشار از نوسانی را از سر گذراندند و میزان زیان ثبت شده در ماه آبان برای سرمایه‌گذاران این بازارها بالا بود. به گزارش خبرآنلاین، بورس تهران در هفته پایانی آبان ماه سبزی پوش بود و این سبزی پوشی سبب شد سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه در ماه آبان افتی ۲ درصدی را شاهد باشند. از سوی دیگر بازار دلار در...

۳

زمان پایان محدودیت شهرها منوط به تغییر وضعیت شد

جزئیات فعالیت اصناف از امروز

۴

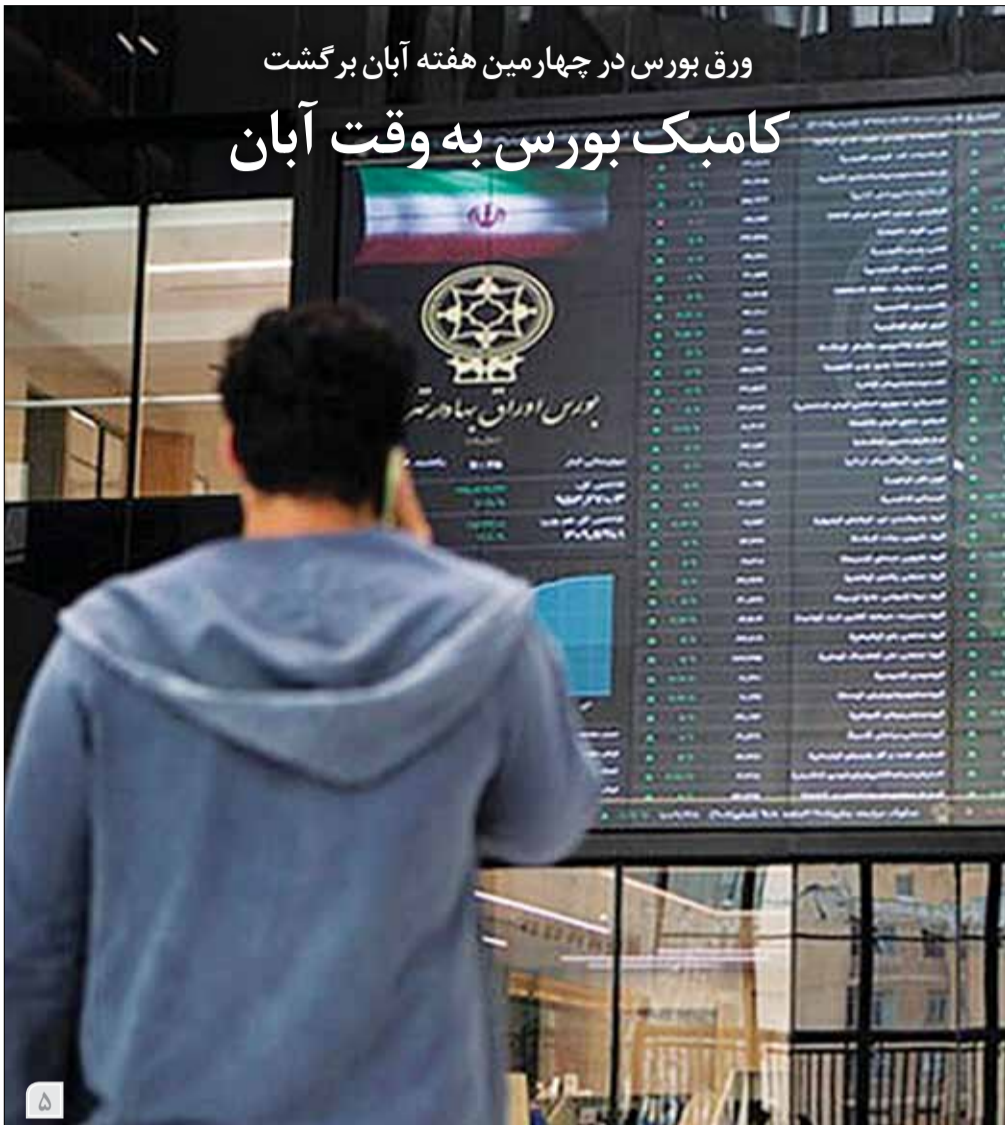
مدیریت و کسب و کار



ایلان ماسک سومین فرد ثروتمند جهان شد

- ۵ قدمی که لازم است در محیط کار جدید بردارید
- ۷ راهکار طلایی جهت افزایش خلاقیت کارمندان
- اصول و فنون مذاکره موفق در کسب و کار
- بازار بابی اینستاگرامی بهتر در سال ۲۰۲۱
- برنامه‌ریزی بهتر کسب و کار با پیش‌بینی فروش
- رونمایی توئیتر از فلیت‌ز برای کاربران سراسر دنیا

۸ تا ۱۶



ورق بورس در چهارمین هفته آبان برگشت کامبک بورس به وقت آبان

یادداشت

دانش آموختگان حقوق؛ محروم از نمایندگی حقوقی

علی نظافتیان
دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

موضوع بسیار ساده است؛ از دیدگاه حقوق شهروندی، قاعده آن است که همه اشخاص حقیقی و حقوقی می‌توانند امور مربوط به خود را شخصا انجام دهند، یا آنکه آن را به وکیل یا نماینده موردنظرشان واگذار نمایند بنابراین برخورداری از وکیل یا نماینده جهت انجام امور مختلف، از جمله حقوق مسلم همه اشخاص حقیقی و حقوقی است. بر مبنای این قاعده منطقی، جز در موارد محدود و استثنایی نمی‌توان مردم را ناچار ساخت که وکیل انتخاب کنند، یا آنکه فرد و افراد خاصی را به وکالت و نمایندگی خویش برگزینند. مطابق معمول بر این قاعده منطقی، استثناهایی وارد است؛ از جمله استثناهای اساسی این قاعده، موضوع وکالت و نمایندگی در امور قضایی است. بر این مطلب، قواعد زیر حاکم است: اول؛ هر فرد حقیقی و حقوقی حق دارد برای کلیه امور خود یا شخصا اقدام کند یا از وکیل و نماینده منتخب استفاده نماید بنابراین نه می‌توان کسی را از انتخاب وکیل محروم کرد یا آنکه به انتخاب قشر خاصی از وکلا ناچار ساخت، اما بر اساس مصالح اجتماعی و بنا به اراده قانونگذار در پاره‌ای امور جزایی، داشتن وکیل تسخیری، الزامی است.

ادامه در همین صفحه

ترامپ با همان نتیجه که در سال ۲۰۱۶ پیروز انتخابات شده بود، در انتخابات ۲۰۲۰ باخت

پوپولیست‌های جهان متفرق شوید

اوایل سال جاری، اوربن ادعا کرد که «ما پیش از این فکر می‌کردیم که اروپا، آینده ماست. اکنون فهمیده‌ایم که این ما هستیم که آینده اروپا هستیم.» اکنون و با شکست ترامپ، سخنان او تا حد زیادی توخالی و بی‌معنا به نظر می‌رسند. شکست ترامپ همچنین سیاست‌های وی را که نمودی از سیاست‌های یک رهبر پوپولیست بوده و از میزان جذابیت آمریکا نزد کشورهای جهان کاسته بود، به شدت تضعیف خواهد کرد. در جریان چهار سال گذشته و حضور ترامپ در قدرت، او رویکردی را در پیش گرفت که اساس آن بر پایه شعار «اول آمریکا»، تضعیف توافق‌های بین‌المللی و سواستفاده از ابزار تحریرها قرار داشت. در این چارچوب، پیگیری مسائلی نظیر همکاری‌های چندجانبه و پیروی از سیاست‌های بازار آزاد از سوی بسیاری از دولت‌های اروپایی (مخصوصا آنهایی که رهبران پوپولیست دارند)، ساده‌لوحانه به نظر می‌رسید. موضع‌گیری‌های افراطی ترامپ در مسائلی نظیر ملی‌گرایی موجب شد تا سلیبی از جنبش‌ها و شعارهای ملی‌گرایانه در کشورها ظهور پیدا کنند و حتی رویکردهای غیرمنطقی وی به مسئله مهاجرت نیز موجب شد تا احساسات و سیاست‌های عمومی، تا حد زیادی با دیدگاه‌های غیرمنطقی‌تری به مسائل این حوزه بنگرند.

اگرچه که برخی دولت‌های اروپایی جهت ترویج سیاست‌های ضداسلامی و ضدمهاجرتی خود نیاز به وجود شخصی نظیر ترامپ در قدرت نداشتند، با این حال، اقدامات نادرست ترامپ، آنها را بیش از پیش در پیگیری دستورکار مغرب‌شان مجبور ساخت. برای مثال، سال ۲۰۱۸ که ترامپ از امضای «توافق حرارت جهانی از مهاجرت ایمن» خودداری کرد، ۹ کشور اروپایی به همراه استرالیا، شیهه او را در پیش

که می‌تواند تبعات سیاسی گسترده‌ای برای پوپولیسم جهانی به دنبال داشته باشد. در شرایط کنونی، برخی کشورهای جهان عمیقا در باتلاق رهبران پوپولیسم و پیامدهای وجود چنین رهبرانی گرفتار شده‌اند؛ بسیاری از مردم به دلیل از دست دادن موقعیت اجتماعی و اقتصادی خود سرخورده شده‌اند، بسیاری از آنها این احساس را دارند که توسط طبقه سیاسی حاکم به حاشیه رانده شده‌اند، کشورهایشان دچار رکود شده و بی‌عدالتی اقتصادی نیز به یکی از مهمترین چالش‌های آنها تبدیل شده است. بسیاری به این باور رسیده‌اند که مهاجرت و تغییرات فرهنگی، تهدیدی جدی علیه امنیت و شیوه زندگی آنهاست. بحران کرونا نیز عمیقا بر میزان اضطراب و مشکلات مردم در جهان (مخصوصا در کشورهایی با رهبران پوپولیست) افزوده است. این ترس‌ها و سرخوردگی‌ها، نمود خود را در انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا نشان دادند.

اگرچه جو بایدن رئیس جمهور منتخب آمریکا، چیزی بیش از ۵۰ میلیون رأی در مقایسه با ترامپ کسب کرد، با این حال، بیش از ۷۲ میلیون نفر همچنان به ترامپ رأی دادند و او را رئیس جمهوری مناسب برای آمریکا می‌دیدند. پیروزی بایدن نشان داد که می‌توان بر پوپولیسم غلبه کرد. بایدن فارغ از رویه‌های پوپولیستی، وعده‌های منطقی را به مردم آمریکا در حوزه‌های مختلف داد و این مردم بودند که به پوپولیسم ترامپ، یک نه بزرگ گفتند. این مسئله بدون تردید پیامی روشن برای رهبران کنونی پوپولیست دنیا دارد و می‌تواند آینده سیاسی آنها را تحت‌الشعاع قرار دهد.

شکست ترامپ همچنین هشدار جدی به پوپولیست‌های راست افراطی نظیر ژائیر بولسونارو، رئیس جمهور برزیل و ویکتور اوربن، نخست وزیر مجارستان است.

دانش آموختگان حقوق؛ محروم از نمایندگی حقوقی

بر این اساس، باید این واقعیت را پذیرفت که امکان حضور نماینده حقوقی در محاکم و دادرها چندان موثر در نقض استقلال کانون وکلانیت و نگرانی‌ها در این زمینه بی‌مورد است. ولی با وجود آن نمی‌توان انکار نمود که اجازه اعزام نماینده حقوقی اشخاص حقوقی به مراجع قضایی می‌تواند از نظر اقتصادی در بازار وکالت موثر باشد و انحصار اقتصادی این موضوع را کاهش دهد. فراتر از این موضوع، آن سوی سکه حق قانونی و طبیعی مردم در استفاده از نماینده حقوقی در امور قضایی و غیرقضایی است. نگرانی وکلای محترم عدلیه در مورد امکان مداخله افراد فاقد صلاحیت در امور قضایی و وکالتی ناشی از اعزام نماینده حقوقی نیز با تدبیر قانونی قابل حل است. بدین ترتیب که برای جلوگیری از حضور و مداخله افراد فاقد صلاحیت در امور حقوقی و قضایی می‌توان همان شرایطی که در ماده ۲۲ آیین دادرسی مدنی برای نمایندگان حقوقی دستگاه‌های قضایی پیش‌بینی شده و حتی سختگیرانه‌تر از این شرایط برای نمایندگان حقوقی اشخاص حقوقی غیردولتی تعیین نمود که حداقل این شرایط داشتن دانشنامه حقوق است. همچنین در این زمینه نباید از کنار این واقعیت به آسیبی گذشت که خوشبختانه دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی کشور سالانه صدها فارغ‌التحصیل رشته حقوق را تحویل جامعه می‌دهند. این خیل عظیم فارغ‌التحصیلان رشته حقوق نیاز به فرصت شغلی دارند تا با کسب درآمد مشروع و قانونی گذران زندگی نمایند. فراهم‌سازی فرصت شغلی جوانان تحصیلکرده مستعد و جوانی کار، وظیفه و مسئولیت انکارناپذیر دولت و مجلس است. ولی متأسفانه باید پذیرفت که نه کانون وکلا و نه مرکز امور مشاوران قوه قضائیه نه دفاتر اسناد رسمی ظرفیت به کار گیری این تعداد از فارغ‌التحصیلان حقوق را ندارند، در حالی که برخورداری از فرصت شغلی از ابتدایی‌ترین حقوق هر فرد است. به دلیل همین محدودیت‌هاست که ضرورت دارد به جای ایجاد مانع و محذور در اشتغال دانش آموختگان رشته حقوق، برای آنان فرصت شغلی ایجاد کرد. بر اساس تدبیر قانونگذار، این فرصت شغلی می‌تواند به عنوان نماینده و مشاور حقوقی اشخاص حقوقی باشد و یا به عنوان دستیار رسمی وکلای دادگستری تا دانش‌آموختگان رشته حقوق منتهم به مداخله در امور وکالتی نشوند. بر این اساس به نظر

با پایان بازشماری آرای انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در ایالت محل مناقشه جورجیا و نهایی شدن تقریبا قطعی نتیجه انتخابات ۲۰۲۰ می‌توان گفت دونالد ترامپ با همان نتیجه که در سال ۲۰۱۶ پیروز انتخابات شده بود، در انتخابات ۲۰۲۰ به بایدن باخت است.

با نهایی شدن شمارش آرا در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا، دونالد ترامپ ۲۳۲ رأی الکتروال و جو بایدن ۲۰۶ رأی الکتروال را از آن خود کرده و این در حالی است که دونالد ترامپ در سال ۲۰۱۶ دقیقاً با همین نتیجه یعنی ۲۰۶ به ۲۳۲ رأی الکتروال، هیلاری کلینتون، رقیب دموکراتش را شکست داده بود. به این ترتیب، چهل و ششمین رئیس جمهور آمریکا جو بایدن خواهد بود که کارش را از ۲۰ ژانویه ۲۰۲۱ آغاز می‌کند.

در همین حال، فیلیپ لگرین، مشاور اقتصادی اسبق رئیس کمیسیون اروپایی و پژوهشگر همهام در مدرسه اقتصادی لندن طی یادداشتی در «پایگاه خبری پراچکت سیندیگیت» از سرنوشت پوپولیسم جهانی پس از حذف ترامپ از قدرت سخن گفته و نوشته است که بدون تردید رهبران پوپولیست در کشورهای مختلف جهان از این رویداد، تاثیر منفی خواهند گرفت. به نوشته او، «دونالد ترامپ پیش از اینکه رئیس جمهور آمریکا شود، یک اصطلاح و تکه کلام را به نام خود مخصوصا در فضای رسانه‌ای ایجاد کرده بود. آن تکه کلام این بود: «شما اخراج هستید» (You are fired). با این حال، در شرایط فعلی اوضاع تغییر کرده و این بار این مردم آمریکا بودند که در انتخابات ۲۰۲۰، او را اخراج کردند. بدون تردید شکست ترامپ را باید ضربه مهلکی به جریان پوپولیسم در اروپا و دیگر مناطق جهان به حساب آورد؛ امری

ادامه از همین صفحه

دوم قانونگذار دقیقاً بنا به مصلحت جامعه و تخصصی بودن موضوع، وکالت در امور قضایی را محدود به وکلای بهره‌مند از دانش حقوقی و دارای پروانه وکالت از کانون وکلا یا مرکز مشاوران قوه قضائیه نموده است. لایحه استقلال کانون وکلای دادگستری مصوب اسفندماه ۱۳۳۳ دقیقاً در راستای ساماندهی و مدیریت وکالت در امور قضایی تنظیم و تصویب شده است بنابراین در اینکه وکالت در امور قضایی، امری بسیار تخصصی و فنی است و بایستی توسط وکلای دارای پروانه مجاز انجام شود، تردیدی نیست، اما نباید فراموش کرد که از نظر حقوقی استثنای بایستی در موارد «قدر متیقن» جاری ساخت، یعنی الزام قانونی به استفاده از وکلای رسمی بایستی محدود به امور قضایی و محاکم قوه قضائیه و دادرها است بنابراین نمی‌توان برای هر امر عادی مثلاً ثبت شرکت و یا تغییرات آن و همینطور ارائه مشاوره حقوقی، مردم را ناچار ساخت که حتماً از وکلای دادگستری استفاده نمایند. سوم، بر مبنای همین مصلحت‌اندیشی عمومی، قانونگذار به بعضی اشخاص حقوقی اجازه داده است در امور قضایی هم از وکلای رسمی دادگستری و هم از «نمایندگان حقوقی» استفاده کنند. ماده ۳۲ آیین دادرسی مدنی در این مورد چنین تعیین تکلیف کرده است: «وزارتخانه، موسسات دولتی و وابسته به دولت، شرکت‌های دولتی، نهادهای انقلاب اسلامی و موسسات عمومی غیردولتی، شهرداری‌ها و بانک‌ها می‌توانند علاوه بر استفاده از وکلای دادگستری برای طرح هرگونه دعوا یا دفاع و تعقیب دعای مربوط از اداره حقوقی خود یا کارمندان رسمی خود با داشتن یکی از شرایط زیر به عنوان نماینده حقوقی استفاده نمایند:

* دارا بودن لیسانس در رشته حقوق با دو سال سابقه کار آموزی در دفاتر حقوقی دستگاه‌های مربوط.

* دو سال سابقه کار قضایی یا وکالت به‌شروط عدم محرومیت از اشتغال به‌مشاغل قضایات یا وکالت.

تخصیص احراز شرایط یادشده به‌عهده بالاترین مقام اجرایی سازمان یا قائم‌مقام قانونی

گرفتند و از پیوستن به این توافق خودداری کردند. اما شرایط در دولت بایدن متفاوت خواهد بود. ظهور بایدن در قدرت، موجب تقویت چندجانبه‌گرایی و تضعیف ملی‌گرایان در اروپا خواهد شد. بایدن برخلاف ترامپ به تجارت آزاد و مسائل مهاجرتی، روی خوش بیشتری نشان خواهد داد. وی حتماً مزایای همکاری تجاری با شرکای اروپایی آمریکا را مورد شناسایی قرار خواهد داد و بسیاری از سیاست‌های تجاری و مهاجرتی نادرست ترامپ را معکوس خواهد ساخت. او احتمالاً نظام مهاجرتی آمریکا را با تحول جدی مواجه خواهد ساخت. بایدن همچنین رویکرد ترامپ به مسائل آب و هوایی را نیز دستخوش تغییر خواهد کرد و احتمالاً در اولین روز ریاست جمهوری خود، بار دیگر آمریکا را به «توافق آب و هوایی پاریس» ملحق خواهد کرد.

با خروج ترامپ از قدرت، رهبران پوپولیست نه تنها از مشروعیت داخلی کمتری برخوردار خواهند بود، بلکه دیگر دولت‌ها نیز در صورت اتخاذ مواضع افراطی ملی‌گرایانه، با هزینه‌های به مراتب سنگین‌تری مواجه خواهند شد. ترامپ یک متحد قدرتمند برای دولت‌های ملی‌گرای اروپایی نظیر مجارستان و لهستان بود و حالا با ریاست جمهوری بایدن، آنها با فشار بیشتری از سوی دولت آمریکا مواجه خواهند شد. بوریس جانسون، نخست وزیر بریتانیا نیز احتمالاً با رفتن ترامپ، با چالش رو به رو خواهد شد. به طور کلی باید گفت، ملی‌گرایی پوپولیستی نمرده است، اما می‌توان آن را تا حد زیادی شکست داد. سقوط و حذف ترامپ از قدرت، بدون تردید نقش قابل توجهی در تسریع این روند بازی می‌کند؛ مسئله‌ای که در آینده به خوبی خود را نشان خواهد داد.»

می‌رسد که مجلس شورای اسلامی با توجه به واقعیت‌های موجود جامعه و خیل عظیم جوانان تحصیلکرده ولی فاقد شغل رشته حقوقی بایستی با اصلاح ماده ۳۲ قانون آیین دادرسی مدنی این فرصت قانونی را برای آنان فراهم آورد تا بتوانند در جامعه فعالیت داشته باشند و بخش غیردولتی همچنان محروم از داشتن نماینده حقوقی نباشد.

اسما در مورد پرسش دوم در مورد آنکه آیا واژه «بانک‌ها» در ماده ۳۲ آیین دادرسی مدنی فقط شامل بانک‌های دولتی است و یا شامل کلیه بانک‌ها اعم از بانک‌های دولتی و خصوصی می‌شود، نظریات حقوقی متفاوت است. بانک‌های خصوصی در این زمینه از نظر حقوقی بنا به دلایل متعدد معتقدند که در این قانون یعنی ماده ۳۲ آیین دادرسی مدنی واژه «بانک» شامل کلیه بانک‌ها اعم از بانک‌های دولتی و خصوصی است بنابراین همانگونه که بانک‌های دولتی حق دارند نماینده حقوقی خود را به محاکم و دادرها اعزام نمایند، بانک‌های خصوصی نیز به دلیل اطلاق و عموم واژه «بانک» در ماده ۳۲ آیین دادرسی مدنی حق دارند نمایندگان حقوقی خود را به مراجع قضایی اعزام کنند. پارای از مراجع قضایی با این برداشت حقوقی موافقت و نمایندگان حقوقی بانک‌های غیردولتی را می‌پذیرند، اما در مقابل، تعدادی دیگر از مراجع حقوقی معتقدند که ماده ۳۲ قانون آیین دادرسی مدنی فقط شامل بانک‌های دولتی است. در نتیجه این اختلاف نظر و ابهام حقوقی موجب محرومیت عملی بانک‌های غیردولتی و خصوصی از داشتن نماینده حقوقی شده است.

به هر حال، فارغ از این مباحث، واقعیت آن است که نظام قانونگذاری کشور تاکنون موجب بر خورداری بخش غیردولتی از داشتن نماینده حقوقی را فراهم نیاورده است. انتظار می‌رود مجلس شوراای اسلامی زمینه قانونی‌سازی اعمال این حق را فراهم آورد تا هم بخش غیردولتی بتواند نماینده حقوقی داشته باشد و هم اشخاص حقوقی بخش غیردولتی بتوانند نماینده حقوقی خود را به مراجع و محاکم قضایی اعزام نمایند و قانونا از دانش آموخته حقوقی آنان استفاده کنند و با این تدبیر قانونگذار به جای ایجاد صدها مانع قانونی برای کار و کسب درآمد، بستر قانونی اشتغال صدها جوان نجبه و مستعد دانش‌آموخته رشته حقوق و بهره‌مندی جامعه از خدمات حقوقی آنان فراهم آید.

چطور در شرایط بحران همانند شتر تاب بیاوریم؟

استراتژی استارت‌آپ‌ها در تنگنای کرونا

بیش از چند دهه است که «سیلیکون ولی» به کانون خبرهای حوزه کسب‌وکار تبدیل شده، اما این رویه در حال تغییر است و به لطف تکنولوژی حالا استارت‌آپ‌ها می‌توانند هر جایی ریشه بدهند. بحران کرونا نیز به این اتفاق دامن زده و کسب‌وکارها در حال وقف دادن خود با این شرایط هستند. سوالی که در این بین مطرح می‌شود، این است که استارت‌آپ‌ها چطور می‌توانند از این شرایط طاقت‌فرسا جان سالم به در ببرند؟

در پاسخ به این سوال، الکس لازارو در «هاروارد بیزینس ریویو»، دو الگو را برمی‌شمارد و با اشاره به شتر و تکشاخ می‌نویسد: «در «سیلیکون ولی» اکوسیستم‌ها حول محور یک چیز است: پرورش تک‌شاخ‌ها؛ همان استارت‌آپ‌هایی که ارزش‌شان بیش از یک میلیارد دلار است. تک‌شاخ‌ها یک روز یک گونه کمیاب بودند، اما حالا تعدادشان به ۳۵۰ مورد رسیده. در دنیای امروز، تک‌شاخ بودن فراتر از یک ارزش است. بلکه یک فلسفه است، یک خصلت و البته یک الگو یا دستورالعمل برای راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها وقتی هدف‌تان این است که تک‌شاخ شوید، باید تمام تمرکزتان را بگذارید روی رشد سریع. ابزارهای رشد عبارتند از سرمایه‌گذاری خطرپذیر، سبد استعدادهای آماده و عمیق و یک اکوسیستم حمایتگر. این رویکرد سال‌ها در «سیلیکون ولی» جواب داده اما مدتی است که دارد جلوه خود را از دست می‌دهد.

شرایط فعلی به‌دنبال شیوع کووید-۱۹ دشوار است، به‌ویژه برای کسب‌وکارهای «سیلیکون ولی» که رویکرد غالب‌شان، تک‌شاخ شدن است. معمولاً تک‌شاخ شدن از طریق رشد سریع امکان‌پذیر است، اما مشکل اینجاست که رویکرد «رشد کردن به هر قیمتی» که شرکت‌های «سیلیکون ولی» آن را خوب بلدند، فقط در دوران رونق اقتصادی جواب می‌دهد نه در شرایط فعلی که اقتصاد در بحران است.

اما یکسری شرکت‌ها هم هستند که من‌ناشان را «هرزی» می‌گذارم: اکوسیستم‌های تجاری خارج از محدوده خلیج سانفرانسیسکو که در این محیط‌ها، استارت‌آپ‌ها دسترسی کمتری به سرمایه‌های پولی یا انسانی ماهر دارند و به‌خصوص در بازارهای نوظهور، بیشتر در معرض شوک‌های سخت و غیرمنتظره در مقیاس اقتصاد کلان هستند. اینها معمولاً در بازارهای مرزی فعالیت می‌کنند، یعنی بازارهایی که بیشتر از بازارهای توسعه، با گرفته‌اند اما هنوز در حد بازارهای نوظهور نیستند، چون خیلی کوچکند، ریسک ذاتی زیادی دارند و نقدرها نقدینگی ندارند که نوظهور تلقی شوند. اخیراً در مقالاتی دیدم که این شرکت‌ها را از نظر روند و سرعت رشد به «شترها» تشبیه می‌کنند. یک شتر می‌تواند برای مدت طولانی بدون غذا زنده بماند، گرمای سوزان صحرا را تاب بیاورد و خود را با تغییرات شدید آب و هوا سازگار کند. شترها در بعضی از غیر قابل زیست‌ترین نقاط جهان نه تنها زنده می‌مانند بلکه به زندگی ادامه می‌دهند.

این استارت‌آپ‌ها که از سبک زندگی شترها الگوبرداری می‌کنند، الگوی همه صنایع و بخش‌ها هستند و درس‌های ارزشمندی به ما می‌دهند که چطور از بحران جان سالم به در ببریم و در شرایط نامساعد، نه تنها دوام بیاوریم، بلکه حتی رشد کنیم. راز موفقیت آنها، استراتژی‌های سه‌گانه است: رشد متعادل، چشم‌انداز بلندمدت و تنوع در مدل کسب‌وکار.

تعداد به جای سوزاندن: شترها علاقه‌ای به «رشد رعداسا» ندارند. یعنی برای ارتقای سریع کسب‌وکار عمل‌های ندارند و برای رشد گسترده، بازدهی را فدای سرعت نمی‌کنند. این کسب‌وکارها هم مثل «سیلیکون ولی» برای رشد کردن تلاش می‌کنند اما دسترسی که برای رشد انتخابی می‌کنند، متاثر است. این رویکرد متعادل دل‌هایی‌سه‌عنصر کلیدی است: نخست، قیمت‌گذاری صحیح از همان ابتدایست. کارآفرینان برای تداوم‌بخشی به رشد مشتریان، کالاهای رایگان یا سوبسیدی به آنها ارائه نمی‌کنند، بلکه در عوض از همان ابتدا بابت ارزش محصول‌شان از مشتری پول می‌گیرند. شترها می‌دانند که قیمت نباید مانعی برای رشد تلقی شود. دوم، مدیریت هزینه در طول چرخه عمر است، یعنی این شرکت‌ها هزینه‌ها را از طول چرخه عمر کسب‌وکار خود مدیریت می‌کنند تا با منحنی رشد بلندمدت هم‌راستا باشد. سوم، تغییر مسیر است. مدیریت سوختن در چرخه عمر یک شرکت به استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند که از شرایط سخت عبور کنند.

شترها برای بلندمدت ساخته شده‌اند: بنیان‌گذاران شرکت‌های مرزی می‌دانند که راه‌اندازی یک کسب‌وکار، یک اقدام کوتاه‌مدت نیست. برای بسیاری از آنها، موفقیت‌بالافاصله اتفاق نمی‌افتد بلکه مدتی پس از تالیس به دستاورد می‌رسند. بقا، معمولاً استراتژی اصلی آنهاست. این به آنها امکان می‌دهد سر فرصت، مدل کسب‌وکار خود را بسازند، محصولی هم‌راستا با نیازهای بازار پیدا کنند و عملیات‌ها را طوری طراحی کنند که به رشد و مقیاس‌پذیری منجر شود. در این فضا هم رقابت وجود دارد اما سابقه سر این است که چه کسی بیشتر دوام می‌آورد، نه اینکه چه کسی اول وارد بازار می‌شود.

وسعت و عمق برگشت‌پذیری: کارآفرینانی که در محیط مرزی فعالیت می‌کنند با محدودیت‌هایی مواجه می‌شوند که می‌تواند در دوران سختی‌ها به نقطه قوت‌شان تبدیل شود. از آنجا که کارآفرینان استارت‌آپ خود را ناچاراً در بازارهای کوچک‌تر راه‌اندازی می‌کنند، از همان اول مجبورند جهانی باشند و بسیاری از بازارها را از همان ابتدای تاسیس، هدف قرار دهند. مثلاً گروه خودروهایی «فرتیر» که یک پلتفرم مرتبط با خودروهای مستخدم دوم است، ابتدا در پنج بازار به فعالیت پرداخت. از این پلتفرم در بعضی کشورها استقبال شد اما در بعضی نقاط نه. آنها درس‌های ارزشمندی گرفتند و فعالیت در بازارهایی را که در آن موفق نبودند متوقف کردند. از آنجا که در بازارهای مرزی، زیرساخت‌های لازم و اکوسیستم‌هایی در بازارهای مجاور که همان محصول یا خدمات را ارائه کنند وجود ندارد، کارآفرینان معمولاً مجبور می‌شوند خودشان دست به کار شده و زیرساخت‌های حمایتی بسازند. این یعنی از همان روز اول، چند خط کسب‌وکار و خط تولید داشته باشند و اکوسیستمی از خدمات را ارائه کنند. وقتی یکی از خطوط به کنده پیش می‌رود، سایر خطوط می‌آیند و کارش را انجام می‌دهند.

البته کارآفرینان نباید (و نمی‌توانند) این استراتژی گسترده را بیش از حد پیش ببرند و به همه جا ورود کنند. راه‌اندازی یک استارت‌آپ به خودی خود شدیداً سخت است و تلاش برای ورود به چندین حوزه و بازار توصیه نمی‌شود. در عوض، شترهای موفق، منابع خود را فقط صرف فعالیت‌هایی می‌کنند که خود-تقویت‌کننده باشند، یعنی درس‌هایی که از موفقیت یا شکست می‌گیرند، کسب‌وکار به‌عنوان یک کل را تقویت و حمایت کند. آنها خود-متعادل‌کننده هستند، به این معنا که یکی از اجزای کسب‌وکار به‌طور طبیعی از جزء دیگر حمایت می‌کند.

با اولویت قرار دادن رشد متعادل، فعالیت با هدف بلندمدت و تلاش برای تقویت برگشت‌پذیری، شترها نه تنها در برابر شوک‌های بازار تکان نمی‌خورند بلکه حتی می‌توانند هم در شرایط بد و هم در شرایط خوب، رشد کنند و موفق شوند. خلاصه اینکه، آنها نامالایمات را به یک مزیت تبدیل می‌کنند. ما نیز هم‌زمان با آماده شدن برای چالش‌های پیش رو، باید بدانیم که جواب‌ها در سیلیکون ولی و مدلس نیست بلکه جواب سوال‌تان را می‌توانید از شترهایی بگیرید که در بازارهای رو به رشد فعالیت می‌کنند و همیشه برای مشکلات، راه‌حل دارند.»

بهترین کشورها برای استارت‌آپ‌ها



فرصت امروز: «دره مرگ» (Death Valley) نام دره‌ای خشک و بیابانی در ایالت کالیفرنیا آمریکا است و به دلیل همین طبیعت سخت و سوزان خود به این نام شهره شده است. «دره مرگ» اما تنها سویه جغرافیایی ندارد و در ادبیات استارت‌آپی به مثابه یک وضعیت مخاطره‌آمیز مطرح است. استارت‌آپ‌ها در حالی با یک ایده خلاقانه و نوآورانه شروع به کار می‌کنند که عمدتاً به دلیل عدم جذب سرمایه دچار مرگ زودرس می‌شوند و نمی‌توانند از «دره مرگ» به سلامت عبور کنند. در واقع، «دره مرگ» به دوره‌ای از چرخه فعالیت استارت‌آپی گفته می‌شود که استارت‌آپ‌ها در مرحله پیش‌بذری (Pre-Seed) به سر می‌برند و کالا و خدمات‌شان هنوز به مرحله تولید انبوه و سپس فروش و درآمدزایی نرسیده است. معمولاً استارت‌آپ‌ها در این دوره یا درآمدی ندارند و یا درآمدشان آنقدر کم است که کفاف هزینه اولیه آنها را هم نمی‌دهد بنابراین این دوره زمانی از طول عمر استارت‌آپ‌ها به «دره مرگ» مشهور است، چراکه بسیاری از استارت‌آپ‌ها در این مرحله شکست می‌خورند.

حال سوال این است که استارت‌آپ‌ها چگونه می‌توانند از «دره مرگ» به سلامت گذر کنند و یا به عبارت بهتر، چگونه می‌توان فضا را برای فعالیت استارت‌آپ‌ها به گونه‌ای فراهم کرد که به‌بیشترین رشد را داشته باشند و دچار مرگ زودرس نشوند؟ اینجاست که شاخص‌های جهانی برای سنجش فعالیت استارت‌آپ‌ها وارد میدان می‌شوند و کشورها را از لحاظ اینکه چگونه بهترین فضا را برای فعالیت استارت‌آپ‌ها فراهم کرده‌اند، رتبه‌بندی می‌کنند.

بهترین کشورها برای فعالیت‌های استارت‌آپی

برای آنکه کشوری فضای مناسبی برای توسعه استارت‌آپ‌ها فراهم کند باید در درجه نخست، زیرساخت‌های قانونی منسجمی داشته باشد و از فعالیت‌های نوآورانه حمایت کند. اروپا در این راستا پیشگام است و حتی در حال حاضر که جهان درگیر پاندمی کروناست، برخی از کشورهای اروپایی مسئول سیاست‌گذاری برای حمایت بیشتر از استارت‌آپ‌ها هستند، اما کامیک از کشورهای قاره سبز در حمایت از استارت‌آپ‌ها بهترین هستند و مهمتر از آن، چگونه وضعیت کشورها از نظر مناسب بودن فضا برای فعالیت استارت‌آپ‌ها ارزیابی می‌شود؟ «مرکز مطالعات نیپل فینز» در بریتانیا، هرساله مطالعه‌ای درباره وضعیت کشورهای قاره سبز از نظر مناسب بودن فضا برای استارت‌آپ‌ها منتشر می‌کند که طبق گزارش امسال این موسسه، آلمان بهترین کشور حامی استارت‌آپ‌هاست و کشورهای بریتانیا و سوئیس و هلند و ایرلند هم در جایگاه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. کشورهای اسکانندیناوی در این رده‌بندی جایگاه ششم تا هشتم را دارند. ششمین کشور این فهرست دانمارک، هفتمین کشور فنلاند و هشتمین کشور نروژ است و کشورهای چک و سوئد جایگاه نهم و دهم را به خود اختصاص داده‌اند. در سئوی دیگر این رتبه‌بندی نیز یونان و ایتالیا قرار دارند که بدترین کشورهای اروپایی برای فعالیت‌های استارت‌آپی هستند.

طبق مطالعه «تیمبل فینز»، کشورهایی برای استارت‌آپ‌ها فضای مناسبی را ایجاد می‌کنند که جمعیت تحصیل‌کرده زیادی دارند، از زیرساخت‌های اقتصادی قدرتمندی برخوردار هستند و از فضای تجاری و اقتصادی سالمی برخوردار هستند. هزینه پایین شروع کسب و کار و زمان کم موردنیاز برای انجام مراحل اداری و شروع یک فعالیت اقتصادی نیز از دیگر مزایای کشورها برای فعالیت استارت‌آپ‌ها است. همچنین پایین بودن نرخ مالیات بر درآمد شرکت‌ها باعث می‌شود شرکت‌ها بخش کمتری از درآمدشان را هر ساله به عنوان مالیات پرداخت کنند و این مسئله برای استارت‌آپ‌هایی که برای شروع کارشان نیاز به منابع مالی زیادی دارند و اغلب بخش زیادی از این منابع را به‌صورت وام دریافت کرده‌اند، اهمیت زیادی دارد و می‌تواند باعث افزایش درآمد قابل استحصال آنها شود.

فاکتورهای چهارگانه برای رتبه‌بندی کشورها

برای انجام این رده‌بندی، چهار فاکتور مدنظر قرار گرفته که شامل سلامت اقتصادی، هزینه انجام کار، فضای کسب و کار و کیفیت نیروی کار است. اولین فاکتور، سلامت اقتصادی است و برای ارزیابی سلامت اقتصادی کشورها می‌توان به ارزش تولید ناخالص داخلی آنها، نرخ رشد اقتصادی، نرخ بیکاری و در نهایت سرانه تولید ناخالص داخلی توجه کرد. در ابتدای سال جاری میلادی ایرلند به عنوان سالم‌ترین اقتصاد قاره سبز معرفی شد. ارزش تولید ناخالص داخلی این کشور ۳۸۸،۷

میلیارد دلار بود. نرخ رشد اقتصادی این کشور نیز ۵،۵ درصد و نرخ بیکاری آن ۴،۹ درصد بود. دومین جایگاه به کشور هلند اختصاص داشت و آلمان در این رده‌بندی جایگاه سوم را داشت. در رده‌بندی کشورها از نظر سلامت اقتصادی، کشورهای لهستان، بریتانیا، سوئیس، دانمارک، جمهوری چک، نروژ و مجارستان به ترتیب جایگاه چهارم تا دهم را داشتند. در میان این کشورها، سوئیس بالاترین سرانه تولید ناخالص داخلی را داشت که برابر با ۸۱ هزار و ۹۹۴ یورو بود و پایین‌ترین سرانه تولید ناخالص داخلی متعلق به لهستان بود که برابر با ۱۵ هزار و ۵۹۵ یورو بود.

در انتهای فهرست کشورها از نظر سلامت اقتصادی، کشورهای یونان و لاتویو قرار داشتند که ارزش تولید ناخالص داخلی آنها نسبت به دیگر کشورها بسیار پایین بود. آمارها نشان می‌دهد در ابتدای سال جاری ارزش تولید ناخالص داخلی کشور یونان ۲۰۹،۹ میلیارد دلار بود و سرانه تولید ناخالص داخلی این کشور به مرز ۱۹ هزار و ۵۳۸ یورو رسید. بالغ‌بر ۱۷،۳ درصد از جمعیت این کشور اروپایی در سال جاری بیکار هستند. کشورهای قبرس و کرواسی در این رده‌بندی جایگاه ۲۸ و ۲۹ را در این فهرست دارند.

وضعیت کشورها از لحاظ هزینه انجام کار

برای محاسبه هزینه انجام کار در کشورها به مسائلی از قبیل هزینه زندگی در کشورها، متوسط دستمزد سالیانه مردم و میزان مالیات بر درآمد شرکت‌ها توجه شده است. طبق این گزارش، بلغارستان، رومانی، مجارستان، لیتوانی و لهستان پنج کشوری هستند که هزینه انجام کار در آنها پایین‌تر از دیگر کشورهای اروپایی است. رومانی پایین‌ترین هزینه زندگی را در قاره سبز دارد و نرخ مالیات بر شرکت‌ها در مجارستان از دیگر کشورها پایین‌تر است. متوسط دستمزد مردم در کشور بلغارستان برابر با ۳۸۸۶ یورو است و متوسط درآمد در لیتوانی در مرز ۷۱۹۵ یورو قرار دارد. طبق این مطالعه متوسط درآمد مردم در کشور آلمان برابر با ۲۶ هزار و ۹۲ یورو و متوسط درآمد مردم بریتانیا برابر با ۲۳ هزار و ۲۴۲ یورو است و این دو کشور در میان ۳۱ کشور مورد مطالعه از نظر هزینه انجام کار جایگاه چهارده و پانزده را به خود اختصاص داده‌اند. بالاترین درآمد در اروپا به کشور ایسلند اختصاص دارد که برابر با ۳۵ هزار و ۶۳ دلار است. همچنین در انتهای فهرست کشورهای اروپایی از نظر هزینه انجام کار، کشورهای نروژ و بلژیک قرار دارند که هزینه کسب و کار در آنها بالاتر از دیگر کشورهای است. از یک‌طرف در این کشور مالیات بر درآمد شرکت‌ها بالا است و از طرف دیگر دستمزدهای انتظاری هم در سطح بالایی قرار دارد.

در بخش رده‌بندی کشورها از نظر هزینه انجام کار، مهم‌ترین و اصلی‌ترین فاکتور مالیات بر شرکت‌ها است زیرا بخش مهمی از درآمد هر شرکت در سال برای پرداخت مالیات صرف می‌شود و هرچه این نرخ پایین‌تر باشد، برای شرکت‌هایی که به‌تازگی در بازار فعالیت بدون نرخ شروع کرده‌اند مزیت مهمی محسوب می‌شود. طبق این گزارش نرخ مالیات بر شرکت‌ها در کشور مجارستان برابر با ۹ درصد است درحالی‌که این نرخ در بلغارستان به ۱۰ درصد می‌رسد. نرخ مالیات بر شرکت‌ها در کشور قبرس برابر با ۱۲،۵ درصد، در ایرلند برابر با ۱۲،۵ درصد، در لیتوانی برابر با ۱۵ درصد، در آلمان برابر با ۱۵،۸۲۵ درصد و در سوئیس بین ۱۱،۹ تا ۲۱،۶ درصد است. نرخ مالیات بر درآمد شرکت‌ها در کرواسی ۱۸ درصد و در لوکزامبورگ برابر با ۱۸،۴۹ درصد است و این کشورها به ترتیب جایگاه اول تا دهم را از نظر پایین بودن نرخ مالیات بر درآمد شرکت‌ها به خود اختصاص داده‌اند.

چه عواملی در فضای کسب و کار بررسی می‌شوند؟

در بخش فضای کسب و کار، عوامل زیادی مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرند که از جمله آنها می‌توان به سهولت انجام کار، استقلال نظام قضایی و داوری در اختلافات مالی و سرمایه‌گذاری، دسترسی به منابع مالی، امکان دسترسی به بازار مصرف و وجود قوانین دست و پاگیر اشاره کرد. سوئیس در این رده‌بندی در جایگاه اول قرار دارد و کشورهای آلمان و فنلاند و بریتانیا و سوئد جایگاه دوم تا پنجم را به خود اختصاص داده‌اند. از دیگر کشورهای این فهرست می‌توان به هلند و نروژ و دانمارک و لوکزامبورگ و ایرلند اشاره کرد که به ترتیب جایگاه ششم تا دهم را دارند. سوئیس از نظر کم بودن قوانین دست و پاگیر و محدودکننده جایگاه اول را در دنیا دارد درحالی‌که فنلاند از نظر دسترسی به منابع مالی و استقلال نظام قضایی در جایگاه اول در میان

۳۱ کشور اروپایی قرار گرفته است. دانمارک و بریتانیا از نظر سهولت انجام کار به ترتیب جایگاه اول و دوم را در قاره اروپا دارند. بدترین کشور از نظر فضای کسب و کار برای استارت‌آپ‌ها در سال ۲۰۲۰ نیز کشور کرواسی است و یونان و رومانی و اسلواکی و لهستان در رده‌های بعد قرار گرفته‌اند. فرانسه و اسپانیا از نظر فضای کسب و کار در اروپا به ترتیب جایگاه ۱۵ و ۱۶ را دارند.

کدام کشورها باکیفیت‌ترین نیروی کار را دارند؟

با وجود اینکه برای موفقیت استارت‌آپ‌ها عوامل زیادی اهمیت دارد، اما یکی از مهم‌ترین مسائل را می‌توان کیفیت نیروی کار دانست و این کیفیت هم از نظر میزان تحصیلات قابل‌مقایسه است. مطالعات نشان می‌دهد باکیفیت‌ترین نیروهای کاری در کشور سوئیس وجود دارد که ۸۵ درصد از جمعیت این کشور تا سطح متوسطه به بالا و ۳۹ درصد تحصیلات دانشگاهی دارند. در کشور لیتوانی ۸۷ درصد از مردم دارای تحصیلات دبیرستانی یا بیشتر هستند و ۳۵ درصد تحصیلات دانشگاهی دارند و در آلمان و بریتانیا سهم افراد دارای تحصیلات متوسطه به بالا به ترتیب ۸۳ درصد و ۶۰ درصد است درحالی‌که سهم افراد دارای تحصیلات دانشگاهی به ترتیب ۲۶ درصد و ۳۵ درصد است.

در رده‌بندی کشورهایی که بالاترین کیفیت نیروی کار را دارند، سوئیس در جایگاه اول است و فنلاند و دانمارک و نروژ و آلمان به ترتیب جایگاه دوم تا پنجم را به خود اختصاص داده‌اند. از نظر سهولت پیدا کردن نیروی کار ماهر در کشورهای اروپایی، نروژ اولین جایگاه فنلاند و ایسلند و بریتانیا به ترتیب جایگاه دوم تا چهارم را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین کشورهای کرواسی و رومانی و مجارستان پایین‌ترین کیفیت نیروی کار را دارند. نیروی کار در این کشورها سطح تحصیلات پایینی دارد و دسترسی به نیروی کار ماهر در این کشورها بسیار دشوار است. در ابتدای سال جاری تنها ۱۸،۳ درصد از جمعیت بزرگسال کشور کرواسی تحصیلات دانشگاهی داشتند و در رومانی سهم افرادی که تحصیلات دانشگاهی داشتند برابر با ۱۴،۷ درصد بود. همانطور که اشاره شد، آلمان در سال ۲۰۲۰ برای دومین سال متوالی به عنوان بهترین کشور برای استارت‌آپ‌ها معرفی شد که یکی از اصلی‌ترین دلایل آن را می‌توان سلامت و قدرت بالای اقتصادی این کشور و فضای مناسب برای کسب و کارها دانست و نیز استارت‌آپ‌ها دسترسی خوبی به منابع مالی و حمایت‌های اقتصادی داشتند. این کشور بعد از سوئیس، دومین کشور قاره سبز بود که قوانین دست و پاگیر دولتی برای شروع به کار را ندارد و بوروکراسی‌های اداری در آن نمی‌تواند به عنوان مانعی برای آغاز به کار معرفی شود. از طرف دیگر، در این کشور اروپایی نرخ مالیات بر شرکت‌ها در مقایسه با دیگر کشورها بسیار پایین است و در سال ۲۰۲۰ این نرخ در آلمان ۱۵،۸۲۵ درصد بود. همین مسئله انگیزه کارآفرینی و شروع به کارهای تازه را در آلمان زیاد کرده است. طبق گزارش بانک جهانی، فضای رقابتی در اقتصاد آلمان بسیار گسترده است و چند شرکت بزرگ تمامی بازار را در اختیار خود ندارند. در نهایت سطح بالای تحصیلات مردم در آلمان فاکتور مهمی برای فعالیت‌های استارت‌آپی است. آمارها نشان می‌دهد ۸۳ درصد از جمعیت این کشور، تحصیلات دانشگاهی دارند.

وضعیت ایران در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی

اما ایران در کجای دنیای استارت‌آپی قرار دارد؟ طبق گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۲۰-۲۰۱۹، ایران در رتبه ۲۶ دنیای استارت‌آپ‌ها ایستاده است. در سال ۱۳۹۸ (۲۰۱۹) ایران در بین ۵۰ کشور بر حسب شاخص کارآفرینی نوبا و توسعه استارت‌آپ در جایگاه ۲۶ دنیا قرار دارد که نسبت به سال ۱۳۹۷ در این شاخص دو رتبه کاهش مشاهده می‌شود. همچنین طبق گزارش سال ۲۰۱۹ دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۳۷،۹ درصد مردم ایران در صدد راه‌اندازی کسب و کار جدید خود در سه سال آتی هستند (شاخص قصد کارآفرینانه). ایران در میان ۵۰ کشور فعال عضو این کنسرسیوم پژوهشی، در این شاخص در جایگاه یازدهم قرار دارد که جایگاه خوبی است. سرانجام مطابق گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی که دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران به نمایندگی از ایران جهت پیش کارآفرینی در آن عضو است، تنها ۳۰ درصد مردم بر این باورند که راه‌اندازی کسب و کار در ایران آسان است و ایران در این شاخص در جایگاه چهل و پنجمین کشور در میان ۵۰ کشور قرار دارد بنابراین از نظر مردم راه‌اندازی کسب و در ایران سخت‌تر شده است.

دریچه



تحولات بازار ارز در هفته‌ای که گذشت

کاهش آهسته اما پیوسته قیمت ارز

بازار ارز در هفته‌ای که گذشت در ادامه روند کاهش قیمتی هفته‌های گذشته، شاهد تثبیت قیمت دلار در کانال ۲۵ هزار تومان و یورو در کانال ۳۰ هزار تومان بود. در هفته آخر آبان‌ماه بازار ارز همچنان شاهد ادامه روند کاهش قیمت‌ها بود. این روند که از ابتدای آبان و در شرایطی که دلار در محدوده قیمتی بالاتر از مرز ۳۰ هزار تومان معامله می‌شد، آغاز شد و در طول ۳۰ روز گذشته با شدت و ضعف‌هایی مسیر خود را حفظ کرد تا جایی که در آخرین روز این ماه قیمت دلار در کانال ۲۵ هزار تومان تثبیت شد. به گزارش ایرنا، در اولین روز هفته قیمت فروش دلار در صرافی‌های بانکی ۱۰۰ تومان ارزان‌تر از آخرین نرخ هفته پیش از آن و به بهای ۲۶ هزار و ۷۵۰ تومان ثبت شد. در این روز بهای فروش هر یورو نیز ۳۱ هزار و ۶۷۰ تومان ثبت شد. با گذر روزهای هفته این قیمت‌ها با شبی ملایم روند کاهشی خود را حفظ کردند و در آخرین روز هفته در صرافی‌های بانکی فروش هر دلار با بهای ۲۵ هزار و ۶۲۰ تومان و هر یورو نیز به قیمت ۳۰ هزار و ۳۰۰ تومان انجام شد. همچنین در تمامی روزهای این هفته صرافی‌های بانکی، این دو ارز را با قیمتی حدوداً ۱۰۰۰ تومان کمتر از قیمت فروش، از مشتریان خریداری می‌کردند بنابراین در طول این هفته که به ادعای شاهدان عینی، با استقبال کمتر خریداران از هر مواجه بود، قیمت دلار در صرافی‌های بانکی یک هزار و ۱۳۰ تومان و قیمت یورو هم یک هزار و ۳۷۰ تومان کاهش داشت.

قیمت‌گذاری ارز در بازار آزاد هم روندی مشابه داشت، چراکه در بازار غیررسمی هم دلار در ابتدای هفته با سقف قیمتی ۲۶ هزار و ۶۰۰ تومان به فروش رسید و پس از تجربه کاهشی آرام قیمت‌ها در آخرین معاملات روز پنجشنبه قیمت آن به رقم ۲۵ هزار و ۹۰۰ تومان رسید. ورود قیمت دلار بازار آزاد به کانال ۲۵ هزار تومان در حالی رخ داد، که طی روزهای دوشنبه تا پنجشنبه، با وجود آنکه در صرافی ملی نرخ فروش دلار در کانال ۲۵ هزار تومان قرار گرفته بود، فعالان بازار غیررسمی مقاومت زیادی برای حفظ بهای دلار در کانال ۲۶ هزار تومانی از خود نشان داده بودند.

البته باید در نظر داشت که معاملات بازار ارز در هفته‌ای که گذشت کار خود را تحت تاثیر مجموعه اقدامات و هشدارهایی آغاز کرد که بانک مرکزی در هفته پیش از آن علیه فعالان غیرمجاز در معاملات فرادبی و معاملات شبانه، انجام داده بود. در اثر این اقدامات که حتی به دستگیری برخی از دلالتان بازار ارز از سوی نهادهای نظارتی هم منجر شد، کانال‌های اعلام نرخ لحظه‌ای ارز در روزهای ابتدایی هفته جاری روند اعلام نرخ‌های خود را تغییر دادند. برخی از این کانال‌ها در روزهای شنبه و یکشنبه، اعلام نرخ لحظه‌ای را تعطیل کرده بودند و برخی دیگر تنها تا ساعات فعالیت صرافی‌ها نرخ‌های لحظه‌ای را اعلام می‌کردند. البته در تمامی این بازارهای مجازی، معاملات شبانه ارز در روزهای ابتدایی هفته تعطیل بود.

این روند از روز سه‌شنبه به تدریج تغییر کرد و برخی کانال‌ها از این روز اعلام نرخ معاملات شبانه را آغاز کردند؛ روندی که در برخی از این کانال‌ها مجدداً از روز چهارشنبه آن را متوقف کردند و در برخی دیگر اما همچنان ادامه پیدا کرد. ولی در هر صورت این نرخ‌گذاری‌های شبانه، در روند کلی بازار این هفته تغییر محسوسی ایجاد نکرد. انجام معاملات شبانه‌ای هم از روز سه‌شنبه در بازار انجام شد که نشان داد فعالان این معاملات انتظار ندارند در هفته آینده نیز در روند کاهشی قیمت ارز تغییری ایجاد شود.

میل کاهشی قیمت ارز در بازار باعث شد تا در هفته‌ای که گذشت حتی دلالتان این بازار هم به آن تن دهند و از تلاش برای افزایش قیمت‌ها دست بردارند. ایجاد این میل کاهشی علاوه بر تاثیراتی که از تحولات بین‌المللی گرفته، نتیجه اقداماتی است که بازرساز و بانک مرکزی در بیش از یک ماه گذشته در بازار انجام داده‌اند؛ اقداماتی که در نهایت منجر به کاهش انتظارات تورمی و توجه به نشانه‌های بروز رشد اقتصادی در شرایط سخت فعلی کشور شده است.

مؤسسه فاینانس بین‌المللی هشدار داد

جهان با سونامی بدهی مواجه خواهد شد

مؤسسه فاینانس بین‌المللی (آی‌آی‌اف) مجموع بدهی کنونی جهان را ۲۷۲ تریلیون دلار اعلام کرد.

این مؤسسه که دارای ۴۰۰ زیرمجموعه بانکی بزرگ در جهان است، در گزارشی با اشاره به طولانی شدن همه‌گیری کرونا و مشکلات پیش آمده برای شرکت‌ها و دولت‌ها در بخش مالی پیش‌بینی کرد تا پایان امسال مجموع بدهی جهانی به مجموع بی‌سابقه ۲۷۷ میلیارد دلار برسد. طبق اعلام مؤسسه فاینانس بین‌المللی، در حال حاضر مجموع بدهی جهانی به ۲۷۲ تریلیون دلار رسیده که این رقم ۱۵ تریلیون دلار بیشتر از رقم ثبت شده سال قبل است.

مؤسسه فاینانس بین‌المللی در بخش دیگری از گزارش خود با اشاره به اینکه بازگشت سطوح فعالیت‌های اقتصادی به میزان قبل از بحران کرونا مسئله‌ای زمانبر خواهد بود، ریسک مالی حال حاضر جهان را بسیار قابل توجه ارزیابی کرده و افزوده است: مجموع بدهی جهان اکنون بیش از چهار برابر کل تولید ناخالص داخلی جهان است یعنی نسبت به سال قبل حداقل ۵۰ درصد رشد بدهی را تجربه کرده‌ایم و تداوم این روند می‌تواند اقتصاد جهانی را با یک سونامی ویرانگر دیگر مواجه کند. در حال حاضر آمریکا بزرگ‌ترین کشور بدهکار در جهان محسوب می‌شود و مجموع بدهی بخش عمومی و خصوصی آن به ۸۰ میلیارد دلار رسیده که نسبت به سال قبل بیش از ۸ میلیارد دلار افزایش یافته است. در منطقه یورو نیز شرایط مشابهی حاکم است و با افزایش ۱.۵ تریلیون دلاری بدهی‌ها، این کشورها در مجموع و تا پایان ماه سپتامبر حدود ۵۳ تریلیون دلار بدهی داشته‌اند.

طبق اعلام این موسسه، مجموع بدهی کشورهای در حال توسعه اکنون به حدود ۲.۵ برابر مجموع اندازه اقتصاد آنها رسیده است که در این بین کشورهای چین، ترکیه و مالزی بیشترین افزایش بدهی را داشته‌اند. روند افزایش بدهی جهانی از سال ۲۰۱۶ بدین سو با سرعت بسطی زیادی ادامه داشته است و کرونا باعث تسریع این روند خواهد شد.



نکردن شیوه‌نامه‌ها، برای بار اول اختار و برای بار دوم پلمب را در نظر گرفته است. بهنام نیکمنش، معاون بازرسی و نظارت اتاق اصناف ایران نیز اخیراً از آغاز طرح تشدید نظارت‌ها با شروع محدودیت‌های جدید کرونایی از اول آذر خبر داده و گفته که از اول آذر به واحدهای صنفی که واحد خود را باز می‌کنند اخطار کتبی و شفاهی داده می‌شود که معمولاً اثربخش است و باعث می‌شود خودشان مقررات را رعایت کنند، اما اگر از این کار تبعیت نکنند امکان انتظامی واحدهای متخلف را پلمب می‌کند.

همچنین طبق اعلام استانداری تهران اصناف گروه یک نیز مشمول مقررات منع رفت و آمد از ساعت ۹ شب تا ۴ صبح هستند و باید تا ساعت ۸ فعالیت داشته باشند تا جریمه نشوند، مگر فعالیت داروخانه‌ها و فعالیت‌های امدادی که مشمول فعالیت ۲۴ ساعته هستند. البته در منع تردد در نظر گرفته شده، استان تهران و البرز یکپارچه دیده شده است. همچنین در راستای رعایت عدالت گروه یک، حق ارائه خدمات مشاغل گروه ۲، ۳ و ۴ را ندارند. گفتنی است افرادی که مشمول مقررات منع رفت و آمد نیستند، باید شماره پلاک نیروهای خود را به پلیس اعلام کنند و اگر این کار تا روز شنبه محقق نشد تا اخذ جریمه نیز این فرصت را دارند که این پلاک‌ها را به پلیس اعلام کنند.

در این میان براساس گفته کمیته امنیتی اجتماعی ستاد ملی مدیریت کرونا، شهروندان می‌توانند موارد تخلف صنوف را به سامانه وزارت بهداشت، کمیته امنیتی ستاد ملی مدیریت کرونا در وزارت کشور و همچنین از طریق ارائه گزارش‌های کتبی اطلاع دهند. همچنین طبق اطلاعیه شماره ۲ کمیته امنیتی، اجتماعی و انتظامی وزارت کشور، زمان پایان محدودیت‌ها فعلاً مشخص نیست و زمان خاتمه محدودیت‌ها در شهرهای زرد، نارنجی و قرمز منوط به تغییر وضعیت‌هاست و در نتیجه تصور دو هفته‌ای بودن تلقی درستی نیست.

فرآورده‌های لبنی و نانوايي(تولید فرآورده‌های نانوايي/ داروخانه‌ها، مراکز و فروشگاه‌های دامپزشکی، پخش دارو، عطاری و داروهای سنتی/ مراکز تهیه، تولید و توزیع مواد غذایی آماده و بیرون بر/ خدمات اپراتورهای ارتباطی، خدمات الکترونیک، شرکت‌های خدمات اینترنتی اعم از تامین‌کنندگان اینترنت، فروشگاه‌های اینترنتی و شرکت‌های خدمات مبتنی بر اینترنت/ تعمیرگاه‌های انواع خودرو و لوازم خانگی، الکتریکی و الکترونیک/ فروشگاه‌های انواع قطعات و لوازم یدکی/ فروشگاه‌های انواع مصالح ساختمانی و آهن‌آلات/ کارگاه‌های صنعتی مانند جوشکاری و تراشکاری و مشابه آن/ چاپخانه/ خشکشویی/ سازندگان و فروشندگان عینک. بانک‌ها نیز در تعطیلات دو هفته‌ای پیش رو فعال هستند و طبق اعلام شورای هماهنگی بانک‌های دولتی و کانون بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی، تمام بانک‌ها از روز نخست آذرماه فعال بوده و در شهرهایی با هشدار قرمز به صورت نوبتی با حداکثر ۵۰ درصد از کارکنان خود و در شهرهایی با هشدار نارنجی به تعداد دو سوم و در سایر شهرها با حضور ۱۰۰ درصد کارکنان نسبت به ارائه خدمات به مشتریان گرامی اقدام خواهند کرد.

همچنین طبق اعلام کانون صرافان، صرافی‌ها هم از روز شنبه تعطیل نیستند و در مناطق قرمز حداکثر با یک دوم نیروی انسانی شاغل در صرافی به فعالیت می‌پردازند. بازار طلا و کلیه واحدهای صنفی اتحادیه طلا و جواهر تهران نیز از امروز شنبه به مدت ۱۵ روز تعطیل است.

نکاتی که صنوف مجاز به فعالیت باید رعایت کنند

طبق گفته علیرضا لاوری، معاون بهداشت ستاد کرونای استان تهران در رابطه با نحوه برخورد با اصناف و بخش‌هایی که طی این دو هفته محدودیت‌ها و تعطیلی را رعایت نمی‌کنند، ضابطان قضایی اقدام می‌کنند و همچنین بازرسان و رابطان بهداشتی ستاد تهران نیز طی این دو هفته فعالانه‌تر از گذشته نظارت‌ها را تشدید کرده و براساس کد تعیین‌شده برای هر بخش و فروشگاه، در صورت رعایت

کاهش نرخ سود بین بانکی رمق نقدینگی را می‌گیرد؟

تاثیر کاهش انتظارات تورمی بر بازارها

طلا، دلار، خودرو و مسکن تقریباً جذابیت قبلی را ندارد می‌ماند بازار پول و سرمایه. پس نقدینگی باید بین این دو بازار در نوسان و حرکت باشد. هر چقدر نرخ سود بین بانکی بالاتر باشد این موجب می‌شود که موتور رشد نقدینگی همچنان روشن باشد. چون یکی از موتورهای رشد نقدینگی، نرخ بهره بین بانکی است.

به گفته این اقتصاددان، تصمیم بانک مرکزی مبنی بر افزایش ندادن نرخ سود و مدیریت نرخ سود بین بانکی در جهت کاهش آن، تصمیم اقلانه‌ای است. زیرا این موجب می‌شود یکی از عوامل نقدینگی تا حدودی کنترل شود و برای بازار سرمایه هم اثرات مثبتی در پی دارد. دلیل اصلی این موضوع هم این است که انتظارات تورمی در آینده کاهش می‌یابد.

شقایق‌شهری در پاسخ به این پرسش که بانک مرکزی با این کار در راستای هدف تورمی خود موفق خواهد بود یا خیر، عنوان کرد: یکی از عوامل اثرگذار بر تورم، رشد نقدینگی است و هر چقدر نرخ سود بین بانکی بالا باشد رشد نقدینگی را بیشتر می‌کند. چون بانک مرکزی در پی مهار تورم است پس باید رشد نقدینگی را کنترل کند. یکی از عوامل کاهش تورم، کاهش رشد سود تسهیلات و سپرده‌هاست. نرخ سود هم با نرخ بهره بین بانکی مرتبط است. اگر مسیرش کاهش یافته باشد می‌تواند به اهداف تورمی بانک مرکزی کمک کند.

او با بیان اینکه وقتی نرخ بین بانکی کاهش یافته باشد یعنی نظام بانکی به این نتیجه رسیده که با نرخ بالاتر قرض نگیرد، گفت: وقتی انتظارات بازار پول این است نرخ‌ها کاهش خواهد بود و هر چقدر هم نرخ سود بین بانکی کاهش باشد می‌توان امیدوار بود که یکی از علل رشد نقدینگی مهار شود. یکی از عوامل رشد نقدینگی نرخ بالای سود بانکی است. وقتی شما ۱۰ میلیون تومان در بانک سپرده‌گذاری می‌کنید اگر بانک ۲۰درصد سود بدهد سالی ۲ میلیون و اگر ۱۵درصد سود بدهد سالی یک و نیم میلیون سود می‌دهد. پس هر چقدر نرخ سود پایین بیاید در مجموع از حجم نقدینگی کاسته می‌شود. قطعاً این امر می‌تواند هم بر بازار سرمایه و هم کنترل رشد نقدینگی اثرگذار باشد. به اعتقاد عضو هیأت علمی دانشگاه خوارزمی، یکی از مهمترین اثرات

فرصت امروز: آبان سیاه‌ترین ماه کرونایی ایران بود و مقایسه اعداد مرگ و میر دو ماه مهر و آبان نشان می‌دهد که آبان دو برابر مرگبارتر از مهرماه بوده و در یک ماه گذشته ۱۱ هزار و ۸۰۷ نفر به دلیل کرونا فوت کردند، درحالی که در اولین ماه پاییز ۶ هزار و ۶۵۶ تن قربانی ویروس کووید-۱۹ شده بودند. همچنین در آبان ماه ۲۶۲ هزار و ۲۵۳ نفر به کرونا مبتلا شدند و ۴،۴۹ درصد این افراد در اثر ابتلا به این بیماری فوت کردند. در مهرماه نیز ۱۱۴ هزار و ۵۳۷ نفر به کرونا مبتلا شده بودند و ۵،۸ درصد آنها فوت کرده بودند. این یعنی اگر چه درصد مرگومیر کرونا در آبان ماه کاهش پیدا کرد، اما در این مدت تعداد مبتلایان بیش از دو برابر شد. به دلیل همین شرایط مرگبار و اعداد و ارقام ترسناک بود که ستاد ملی مقابله با کرونا تصمیم گرفت از ابتدای آذرماه تدابیر سخت‌تر و شدیدتری را برای فعالیت کسب و کارها و تردها در سطح شهرها به اجرا بگذارد. طبق مصوبات ستاد ملی مقابله با کرونا، از امروز شنبه فقط مشاغل سطح یک مجاز به فعالیت هستند و همین مشاغل نیز باید مقررات منع رفت و آمد از ساعت ۹ شب تا ۴ صبح را رعایت کنند.

کدام مشاغل و کسب و کارها مجاز به فعالیت هستند؟

با اوج‌گیری موج دوباره شیوع کرونا، از ۲۰ آبان فعالیت تمام مشاغل غیرضروری در ۲۵ مرکز استان از جمله تهران تا ساعت ۱۸ مجاز و مشاغل گروه ۳ و ۴ نیز به طور کلی تعطیل شدند، اما با توجه به ادامه اوج‌گیری آمار مبتلایان و فوتی‌ها از امروز شنبه اول آذر همه مشاغل به جز مشاغل سطح یک تعطیل هستند و قوانین منع رفت و آمد نیز اجرا خواهد شد. بر این اساس، اصناف زیر طی دو هفته آینده مجاز به فعالیت هستند:

فروشگاه‌های زنجیره‌ای، سوپرمارکت‌ها، میوه‌فروشی‌ها و سبزی‌فروشی‌ها، میادین میوه و تره بار/ مراکز تولید، نگهداری، توزیع و فروش محصولات غذایی و خدمات وابسته/ مراکز تولید و عرضه

معاون نظارت بانک مرکزی به تاگی از کاهش نرخ سود بین بانکی خبر داده و گفته نرخ سود بین بانکی طرف ۲ هفته آینده به ۲۰درصد و روندی نداشت می‌رسد. فرهاد حنیفی در مورد نرخ سودی که بین بانک‌ها اعمال می‌شود نیز گفت: نرخ سود بین بانکی که یک نرخ سود شبانه‌روزی است، برای کوتاه مدت بین بانک‌ها اجرا می‌شود و در واقع برای تسهیلاتی است که بانک‌ها برای یک شب در اختیار همدیگر قرار می‌دهند.

به گفته معاون نظارت بانک مرکزی، در ابتدای سال که منابع بانکی مصرف نشده بود، نرخ سود بین بانکی حتی به زیر ۱۰ درصد رسیده بود، اما الان نرخ سود بین بانکی حدود ۲۲ درصد است، اما طبق آخرین مشاهدات از آخرین جداول نرخ سود بین بانکی، روند نزولی نرخ سود بین بانکی شروع شده و به زیر ۲۲ درصد می‌رسد و ظرف حداکثر ۲ هفته این نرخ سود به ۲۰ درصد می‌رسد. در این بین، روند کاهشی نرخ سود بین بانکی این سوال را مطرح می‌کند که دلیل این روند کاهشی چیست و چه تاثیری دارد؟ آیا کمکی به بازار بورس می‌کند یا خیر؟ در این زمینه، وحید شقایق‌شهری عضو هیأت علمی دانشگاه خوارزمی درباره دلایل کاهش نرخ سود بین بانکی به فرارو گفت: انتظارات تورمی برای آینده رو به کاهش است. انتخابات آمریکا و پیروزی بایدن در کنار بحث قیمت دلار که انتظار داریم در آینده روندی کاهش در پیش داشته باشد مزید بر علت شده است. همچنین آزادشدن منابع ارزی که در دیگر کشورها بلوکه شده هم می‌تواند به کاهش قیمت دلار منجر شود بنابراین کاهش قیمت دلار و کاهش انتظارات تورمی و بار روانی آن می‌تواند به کاهش انتظار تورمی در آینده کمک کند.

او ادامه داد: نرخ سود بانکی به این معناست که نیاز خود را از طریق این بازار تامین کنند. طبیعتاً وقتی انتظارات تورمی کاهش است ضرورتی ندارد این نرخ، روند افزایشی به خود بگیرد. انتظار فعالان اقتصادی و سیاست‌گذاران بازار پول این است که ما شاهد کاهش تورم در آینده باشیم. هر چقدر انتظارات تورمی کاهش باشد و در آینده هم این انتظار کاهش تورم وجود داشته باشد ضرورتی بر افزایش نرخ سود و نرخ سود بین بانکی وجود ندارد. وقتی بازارهای موازی دارایی مثل

اخبار

معاون وزیر صمت:

کمیته مشترک بررسی همکاری‌های وزارت صمت و هلال احمر تشکیل شد

معاون آموزش، پژوهش و فناوری وزارت صمت از تشکیل کمیته مشترک تخصصی برای بررسی چگونگی انجام همکاری‌های دوجانبه میان وزارت صمت و جمعیت هلال احمر کشور خبر داد. به گزارش ایرنا به نقل از شاتا «برات قیادیان» با بیان این مطلب، افزود: در این کمیته همچنین زمینه امضای تفاهم‌نامه جامع میان وزارت صمت و جمعیت هلال احمر مورد بررسی قرار خواهد گرفت. وی ادامه داد: در این راستا در نشستی با حضور خسرو رحمانی «معاون آموزش، پژوهش و فناوری جمعیت هلال احمر» راهکارهای همکاری‌های دوجانبه وزارت صمت و جمعیت هلال احمر مورد بررسی قرار گرفت.

معاون آموزش، پژوهش و فناوری وزارت صمت گفت: در این دیدار پس از بحث و بررسی‌های انجام شده مقرر شد کمیته مشترک تخصصی جهت بررسی چگونگی انجام همکاری‌های دوجانبه و فراهم‌آوری زمینه امضای تفاهم‌نامه جامع تشکیل شود. قیادیان گفت: «آموزش و ارتقای دانش فعالین حوزه صنعت، معدن و تجارت در سراسر کشور در زمینه نحوه مواجهه با سوانح و حوادث در زمان وقوع بحران‌ها، امداد و کمک‌های اولیه» و «تامین نیازهای پژوهشی و فناورانه ارز بر جمعیت هلال احمر از طریق مهندسی معکوس تجهیزات موردنیاز آن سازمان از بستر طرح توانمندسازی تولید و توسعه اشتغال پایدار (ناپ)». حضور جمعیت هلال احمر در نمایشگاه «نیاز» هفته پژوهش جهت ارائه تجهیزات فناورانه موردنیاز هلال احمر از جمله مباحث مطرح شده برای پیگیری در کمیته تخصصی مشترک بودند.

تاکید ایران بر گسترش مسیر ترانزیتی کالا با جمهوری آذربایجان «سیدعباس موسوی» سفیر جمهوری اسلامی ایران در جمهوری آذربایجان به‌کارگیری کشتی‌های رورو در دریای خزر را نیاز امروز و فردا دانست و بر گسترش مسیر ترانزیتی کالا با این کشور تاکید کرد.

به گزارش ایرنا، سفیر کشورمان روز پنجشنبه در پی بازدید از بندر بین‌المللی «هوسان» باکو در صفحه توئیتری خود، چشم‌انداز تنوع‌بخشی به مسیرهای ترانزیتی کالا میان جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان را امیدوارکننده خواند.

موسوی افزود: سه کشتی کشورمان را در حال تخلیه کالاهای ایرانی دیدم که امیدبخش بود. به کارگیری کشتی‌های رورو در دریای خزر نیاز امروز و فرداست. بندر بین‌المللی «هوسان» باکو به عنوان یکی از بزرگ‌ترین بنادر جمهوری آذربایجان در دریای خزر از سال ۱۹۵۶ میلادی فعالیت می‌کند و از طریق این بندر نفت و فرآورده‌های نفتی، مصالح ساختمانی، محصولات کشاورزی و دیگر کالاها جابه‌جا می‌شود.

گمرک از امروز هیچ‌گونه مراجعه حضوری را نمی‌پذیرد

گمرک اعلام کرد از امروز اول آذرماه، از پذیرش هرگونه مراجعه حضوری در دفاتر گمرکی، صادرات، واردات، ترخیص و … خودداری خواهد کرد. به گزارش خبرگزاری مهر، گمرک ایران طی اطلاعیه‌ای اعلام کرد: به اطلاع کلیه مراجعان محترم اعم از فعالان تجاری و اقتصادی، صاحبان کالا و اشخاص حقیقی و حقوقی می‌رساند با توجه به تصمیمات منتهذه گمرک ایران در راستای مصوبات ستاد ملی مقابله با کرونا و لزوم رعایت پروتکل‌های بهداشتی اعلامی، از روز شنبه ۱ آذرماه، دفاتر واردات، صادرات، تعرفه و ارزش حوزه معاونت امور گمرکی گمرک ایران از پذیرش ارباب رجوع به صورت حضوری معذور بوده و صرفاً به درخواست‌هایی که از طریق اتوماسیون اداری به این دفاتر واصل شود ترتیب اثر داده خواهد شد. لذا موکداً توصیه می‌گردد از مراجعه حضوری به دفاتر حوزه معاونت فنی «جداً» خودداری و درخواست‌های خود را از طریق ارسال سیستمی و شماره‌هایی که متعاقباً اعلام خواهد شد پیگیری نمایند. گمرک جمهوری اسلامی ایران پیشاپیش از همکاری شما سپاس‌گزار است.

قیمت مصوب محصولات لبنی افزایش یافت

سختگویی انجمن لبنی ایران از افزایش نرخ مصوب برخی از فرآورده‌های لبنی خبر داد.

سختگویی انجمن لبنی ایران در گفت‌وگو با خبرنگار مهر از افزایش قیمت مصوب برخی از محصولات لبنی خبر داد.

محمدرضا بنی‌طبا با اشاره به نشست دیروز نمایندگان تشکل‌های صنایع لبنی با مسئولان ستاد تنظیم بازار کشور گفت: امروز در جلسه‌ای که با حضور نمایندگان تشکل‌های لبنی، سازمان مربوطه برگزار و قیمت‌های جدید برخی از محصولات لبنی شامل قیمت مصوب تعیین و تصویب شد. این فعال بخش خصوصی افزود: در این جلسه دو تشکل صنفی لبنی (اتحادیه تعاونی فرآورده‌های لبنی کشور و انجمن صنفی صنایع لبنی ایران)، دو تشکل دامپروری، معاونت امور دام وزارت جهاد کشاورزی، معاونت بازرگانی وزارت جهاد کشاورزی، نماینده سازمان بازرسی کل کشور، نماینده سازمان حمایت از مصرف‌کننده و تولیدکننده و سازمان تعزیرات حکومتی حضور داشتند و قیمت‌های جدید به شرح ذیل تعیین شد: قیمت ماست دو و نیم کیلو دبه پرچرب ۲۴،۰۰۰ تومان، دبه گرم چرب ۲۱،۰۰۰ تومان، شیر نایلون ۵،۴۰۰ تومان و پنیر ۴۰۰ گرمی کاپ ۱۴،۵۰۰ تومان، ماست کم چرب ۹۰۰گرمی ۸۰۰ تومان و ماست پرچرب ۹۰۰ گرمی نیز ۹۷۰۰ تومان.

بنی طبا گفت: همچنین قیمت شیر بطری کم‌چرب ۷،۱۰۰ تومان، نیم چرب ۷،۵۰۰ تومان، ۳ درصد چربی ۸،۵۰۰ تومان، شیر کامل ۸،۶۰۰ تومان، قیمت شیر خام درب دامداری ۴،۱۵۰ تومان و قیمت کره حیوانی ۱۰۰ گرمی ۱۰ هزار تومان تعیین شد. وی ادامه داد: همچنین قیمت شیر خام درب دامداری ۴،۱۵۰ تومان و به ازای هر دهم چربی بالاتر از ۳.۲ درصد ۶۰ تومان اضافه می‌شود و در صورتی که کمتر از ۳.۲ درصد چربی باشد ۶۰ تومان کسر می‌شود.

رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی روغن نباتی گفت کارخانه‌های روغن نباتی و دفاتر مرکزی در تعطیلات پیش رو باز هستند.

ابوالحسن خلیلی، رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی روغن نباتی در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه طی تعطیلات و محدودیت‌های کرونایی پیش رو توزیع روغن انجام می‌شود، اظهار کرد: با توجه به حساسیت تولید این کالای اساسی، کارخانه‌های روغن نباتی و دفاتر مرکزی در تعطیلات پیش رو باز هستند و در حال حاضر هم فعالیت‌شان در حال انجام است.

او با اشاره به اینکه توزیع این کالای اساسی در حال انجام است، افزود: با توجه به افزایش قیمت ورق، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، نرخ جدید روغن حلب را در هفته پیش رو اعلام می‌کند.

خلیلی ادامه داد: از روز شنبه، حجم توزیع روغن نیمه جامد در احجام خانوار افزایش و سطح تقاضا برای خرید کاهش می‌یابد.

این مقام مسئول با بیان اینکه قیمت ۱۵۰ هزار تومانی روغن حلب قابل قبول نیست، گفت: سازمان حمایت افزایش حداقلی را به سبب گرانی قیمت حلب در نرخ جدید اعمال می‌کند، قیمت ۱۵۰ هزار

خبری از قاچاق دام نیست؛ ثبات نرخ گوشت در بازار

آمریکا مقاومت کرده و از وی خواستند تا نمش نشان داده و اجازه دهد کمک‌هایی برای مقابله با کرونا به این کشور فرستاده شود.

«خسوس گارسیا» عضو مجلس نمایندگان، «الیزابت وارن» سناتور دموکرات و ۷۳ تن دیگر از دموکرات‌های کنگره هفته جاری در نامه‌ای به «استیون منوچین» وزیر خزانه‌داری و «مایک پمپئو» وزیر خارجه آمریکا درخواست کردند تا دولت این کشور یک مجوز موقت جهانی در مورد ارسال کیت‌های آزمایش کرونا و تجهیزات حفاظتی به منظور مقابله با کرونا صادر کند.

فانر پالیسی نوشت: احتمال دارد که دولت جو بایدن بتواند با اعمال سریع معافیت، انتقال کمک‌های آمریکا برای مقابله با کرونا را تسهیل کند، اما ماه‌های آینده اهمیت حیاتی دارند. در حالی که کرونا در سراسر دنیا در حال گسترش است، دولت ترامپ قصد دارد در ماه‌های پایانی فعالیت خود دولت بعدی آمریکا را در رابطه با موضوعات مالی در تنگنا قرار دهد.

براساس این گزارش، بایدن از ترامپ درخواست کرده است تا با صدور مجوزهایی اجازه دهد که کالاهای شرکت‌های داروسازی و ابزارهای پزشکی به ایران منتقل شود.
بایدن همچنین خواستار ایجاد کانال‌های مخصوص برای بانک‌ها و شرکت‌های خدماتی شده است تا ایرانی‌ها به درمان‌های پزشکی نجات‌بخش دسترسی داشته باشند.
به نوشته فانر پالیسی، پیش‌تر دولت‌های جورج دبلیو بوش و باراک اوباما از مجوزهای مشابهی که اداره کنترل دارایی‌های خارجی در وزارت خزانه‌داری آمریکا صادر کرده بود، برای ارائه کمک به ایران در جریان زلزله‌های مخرب دو دهه قبل استفاده کرده بودند.

مدیرعامل اتحادیه سراسری مرغداران گوشتی اعلام کرد

نهاده‌های دامی با تاخیر به دست تولیدکنندگان می‌رسد

پرورش به کشتارگاه‌ها می‌رود. مدیرعامل اتحادیه سراسری مرغداران گوشتی ادامه داد: این موضوع تقریباً در همه استان‌ها مشاهده می‌شود. وی تصریح کرد: امیدواریم با تامین به موقع نهاده‌ها با نرخ مصوب، برای ماه آینده جوجه‌ریزی مناسبی انجام شود و قیمت‌ها روند متعادلی را به خود بگیرد. به گزارش ایرنا، طی روزهای اخیر قیمت هر کیلوگرم گوشت مرغ در عمده فروشی‌ها نزدیک ۲۶ هزار تومان و در بازار مصرف حدود ۲۸ هزار تومان بوده است. این درحالی است که طبق مصوبه اخیر ستاد تنظیم بازار قیمت هر کیلوگرم مرغ زنده ۱۴ هزارو ۴۰۰ تومان و قیمت هر کیلو گوشت مرغ برای مصرف‌کننده ۲۰ هزار و ۴۰۰ تومان تعیین شد درحالی که نرخ همین محصول در تیرماه امسال برای مرغ زنده ۱۰ هزار و ۵۰۰ تومان و گوشت مرغ ۱۵ هزارتومان تعیین شده بود.

دست مرغداران می‌رسد مدیرعامل اتحادیه سراسری مرغداران گوشتی گفت: با توجه به تمهیدات دولت برای توزیع نهاده‌های دام و طیور، همچنان از وضعیت تامین نهاده‌ها رضایت ندارند، زیرا با تاخیر به دست‌شان می‌رسد. «محمدعلی کمالی» روز جمعه در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: اکنون در اکثر استان‌های کشور با کمبود عرضه مرغ زنده روبه‌رو هستیم که همین امر در افزایش نرخ تاثیر داشته است. مدیرعامل اتحادیه سراسری مرغداران گوشتی اظهار داشت: امروز قیمت مرغ زنده به طور میانگین بین ۱۸ هزار تا ۲۰ هزار تومان اعلام می‌شود که در برخی استان‌ها بیش از این نیز بوده است. کمالی تصریح کرد: میزان جوجه‌ریزی ۱.۵ ماه گذشته ۹۵ میلیون قطعه بود که به حد نصاب نرسید، در حالی که حداقل باید ۱۱۰ میلیون قطعه جوجه‌ریزی انجام می‌شد. نهاده همچنان با تاخیر به

نایب رئیس شورای ملی زعفران:

پیش‌بینی رشد ۴۰ درصدی صادرات طلای سرخ تا پایان سال

او از رشد ۹درصدی صادرات زعفران نسبت به ۶ ماهه سال قبل خبر داد و گفت: علی رغم مکاتبات متعدد با گمرک، تاکنون آماری اعلام نشده است، هرچند پیش‌بینی می‌شود طی ماه‌های باقی سال صادرات نسبت به مدت مشابه سال قبل ۳۰ تا ۴۰ درصد رشد کند.

میری درباره تاثیر شیوع ویروس کرونا بر بازار داخل بیان کرد: با گسترش ویروس کرونا و کاهش قدرت اقتصادی خانوار، بازار داخل تعریفی ندارد، اما صادرات رونق داشته که امیدواریم این روند تا پایان سال ادامه یابد.

نایب رئیس شورای ملی زعفران ادامه داد: اگر موانع سد راه صادرات



تومانی روغن حلب نرخ آزاد است و سازمان حمایت ۷ تا ۱۰ درصد به نرخ ۵۰ هزار تومانی روغن حلب درج شده بر روی کالا اضافه می‌کند. رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی روغن‌نباتی از کاهش تنش بازار روغن در هفته آینده خبر داد و گفت: از ابتدای هفته آینده با افزایش حجم توزیع، ایسن اطمینان را به مردم می‌دهم که اخبار منتشرشده پیرامون روغن واقعیت دارد و بازار به آرامش می‌رسد.

این مقام مسئول در پایان تصریح کرد: طی هفته‌های اخیر افزایش ۳ برابری تقاضا، نظم تامین و توزیع روغن را دچار چالش کرد که با ازدیاد حجم توزیع از ابتدای هفته آینده، نگرانی‌ها رفع می‌شود.

سه‌میه بنزین آذرماه واریز شد

سختگوی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی گفت سه‌میه بنزین آذرماه خودروها بدون هیچ گونه تغییری ساعت صفر بامداد شنبه در کارت‌های سوخت شارژ می‌شود. فاطمه کاهی در گفت و گو با ایسنا، با اشاره به اینکه این ماه نیز مطابق ماه‌های گذشته، ۶۰ لیتر سه‌میه بنزین به کارت هوشمند سوخت خودروهای شخصی و ۲۵ لیتر بنزین به کارت سوخت موتورسیکلت‌ها با قیمت ۱۵۰۰ تومان واریز می‌شود، اظهار کرد: سه‌میه سوخت خودروهای عمومی و خدماتی نیز مطابق جدول سه‌میه طرح مدیریت مصرف سوخت واریز می‌شود. به گفته وی منظور از سقف ۹ ماه برای ذخیره کارت‌های سوخت این است که مالک خودرو می‌تواند تا سقف ۵۴۰ لیتر در کارت خود ذخیره کند و نباید میزان بنزین موجود در کارت از ۵۴۰ لیتر فراتر رود. وی توضیح داد: به طور مثال اگر در کارت سوخت فرد ۵۲۰ لیتر ذخیره بنزین وجود داشته باشد سه‌میه ماه بعد را به طور کامل دریافت نمی‌کند و تنها ۲۰لیتر از ۶۰ لیتر به آن شخص اختصاص می‌یابد.

این مطلب را می‌توانید در کانال تلگرام ما بخوانید. <https://t.me/forsatnet>

فعالیت تاکسی‌های اینترنتی از شنبه به چه شکل خواهد بود؟

عضو هیأت مدیره اتحادیه کسب‌وکارهای اینترنتی گفت رانندگان تاکسی سرویس‌های اینترنتی به بیماران کرونایی، خدمات نمی‌دهند. رضا الفت نسب عضو هیأت مدیره اتحادیه کسب‌وکارهای اینترنتی در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، درخصوص محدودیت‌های کرونایی از ابتدای آذرماه اظهار کرد: به دنبال پیگیری‌های وزارت ارتباطات، کسب‌وکارهای اینترنتی جزو مشاغل اضطراری قرار گرفت و این کسب‌وکارها می‌توانند بدون محدودیت ساعتی طی شبانه‌روز، فعالیت کنند. او افزود: با این وجود پیش‌بینی می‌شود که ترافیک خرید اینترنتی افزایش پیدا کند که در این صورت باید سرورها گسترش پیدا کنند و مردم نیز با حوصله بیشتری اقدام به خرید کنند.

عضو هیأت مدیره اتحادیه کسب‌وکارهای اینترنتی بیان کرد: با همکاری وزارت ارتباطات یک وب سرویس راه‌اندازی شده که به زودی بهره‌برداری می‌شود که طبق این سامانه، بیماران کرونایی شناسایی می‌شوند و رانندگان تاکسی سرویس‌های اینترنتی به این افراد خدمات نمی‌دهند. به گفته الفت نسب در شرایط اضطراری ارائه خدمات به بیماران کرونایی، این خدمات با تشدید رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی انجام می‌گیرد. او تصریح کرد: ضوابط دریافت مجوز برای رانندگان تاکسی سرویس‌های اینترنتی به زودی اعلام می‌شود، همچنین فروشگاه‌های اینترنتی می‌توانند ۲۴ ساعته جهت ارائه خدمات و محصولات، واحدها یا انبارهای خود را بازگشایی کنند. عضو هیأت مدیره اتحادیه کسب‌وکارهای اینترنتی در پایان تصریح کرد: فعالان کسب‌وکارهای اینترنتی، مشکلات احتمالی را به اطلاع اتحادیه برسانند تا این موضوعات در جلسات آینده پیگیری و بررسی شوند.

اعلام شرایط پیش فروش دیگنیتی تکذیب شد

چندی است جدیدترین محصول گروه خودروسازی بهمن به نام دیگنیتی توسط شرکت بهمن موتور برای عرضه به بازار معرفی شده است. به گزارش خبرخودرو، چندی است جدیدترین محصول گروه خودروسازی بهمن به نام دیگنیتی توسط شرکت بهمن موتور برای عرضه به بازار معرفی شده است. گروه بهمن در جدیدترین اقدام خود مشخصات فنی و تجهیزات رفاهی این خودرو را از طریق رسانه‌ها به عموم مردم اعلام نموده است. متأسفانه امروز شاهد درج آگهی اعلام شرایط فروش خودروی دیگنیتی توسط افراد سودجو و فرصت‌طلب در برخی رسانه‌های اجتماعی هستیم در حالی که بر اساس پیگیری‌های خبرنگار خبرخودرو از گروه بهمن این شرکت تاکنون هیچ شرایط فروش و قیمتی برای این خودرو اعلام نکرده است. براساس این گزارش هرگونه اطلاع‌رسانی درخصوص شرایط فروش خودروی دیگنیتی از طریق وب سایت رسمی گروه بهمن به آدرس اینترنتی www.bahmanir.com منتشر خواهد شد و هرگونه اعلام شرایط فروش و قیمت و یا هرگونه دریافت وجه از مشتریان کلاهبرداری توسط افراد سودجو بوده و گروه بهمن در این زمینه هیچ مسئولیتی نخواهد داشت.

آغاز ثبت‌نام هشتمین مرحله فروش فوق‌العاده ایران خودرو؛ این‌بار با ۴ محصول

ثبت‌نام هشتمین مرحله از طرح فروش فوق‌العاده محصولات گروه صنعتی ایران‌خودرو از روز پنجشنبه با عرضه چهار محصول این شرکت آغاز شد و به مدت سه روز تا امروز شنبه ادامه خواهد داشت. به گزارش ایسنا، در راستای عرضه محصولات خودروسازان در قالب فروش فوق‌العاده با قیمت قطعی و موعد تحویل یک تا حداکثر سه ماهه، گروه خودروسازی ایران‌خودرو ثبت‌نام متقاضیان برای هشتمین مرحله از فروش محصولات خود به صورت فروش فوق‌العاده را از روز پنجشنبه (۲۹ آبان ماه) آغاز کرد و به مدت سه روز تا پایان روز شنبه ۱ آذرماه(مروز) ادامه خواهد داد.

این مرحله از فروش فوق‌العاده محصولات ایران‌خودرو در حالی آغاز می‌شود که ثبت‌نام هفتمین مرحله، دوشنبه هفته گذشته (۱۹ آبان ماه) با عرضه پنج محصول پژو ۴۰۵ SLX، پژو ۲۰۶ تیپ ۲، سورن پلاس، پژو ۲۰۷ دسئی با سقف شیشه‌ای و راناپلاس آغاز و ۹۰۰۰ منتخبان آن نیز شنبه هفته جاری (۲۴ آبان ماه) مشخص شد.

عرضه محصولات این شرکت در قالب فروش فوق‌العاده با موعد تحویل نهایتاً ۹۰ روزه و با قیمت قطعی، به صورت هفتگی تبدیل شده است و در هشتمین مرحله، چهار محصول عرضه بنزینی، پارس با موتور TU۵، پژو ۲۰۶ تیپ ۲ و دنا پلاس عرضه می‌شود. حداکثر سه روز پس از پایان مهلت ثبت‌نام، قرعه‌کشی با حضور نمایندگان نهادهای نظارتی برگزار و اسامی منتخبان از طریق سایت فروش محصولات این شرکت به نشانی esale.ikco.ir و ارسال پیامک از سرشماره ۳۰۰۰۹۶۴۴۰ اعلام خواهد شد.

دلیل ریزش قیمت خودرو طی روزهای اخیر چیست؟



از ریزش ۱۰ تا ۳۰ میلیون تومانی هنوز خریدار ندارند از سوی رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران نیز تایید شده است.

وی درباره دلایل از دست رفتن فرصت دللان در بازار گفت: دلالان روی اتفاقات مربوط و نامربوط سرمایه‌گذاری می‌کنند، آنها تبلیغاتی عجیب و غریبی را انداخته بودند که براید ۲۰۰ میلیون تومان می‌شود و ... چرا که فکر می‌کردن ترامپ در آمریکا رأی خواهد آورد. وقتی باختند و فضا از دست‌شان خارج شد طبیعتاً نتوانستند به سرعت ماجراجویی جایگزین را بیافرینند و در نتیجه با موج ریزش قیمت دلار و ... خودرو نیز با کاهش قیمت خودرو روبه‌رو شد و آنها تلاش خود را برای بالابردن قیمت و یا حتی مانع‌ت از ریزش قیمت را به با بستند. وی در جواب این سوال که دلیل عمده رکود بازار انتظار برای کاهش بیشتر است یا اتفاقاتی دیگر زمینه را برای ایجاد این وضعیت ایجاد کرده است؟ گفت: من فکر می‌کنم بخشی از ماجرای رکود در بازار خودرو نیز به نبود قدرت خرید و نبود نقدینگی کافی باز می‌گردد به عبارتی طبقه مصرف‌کننده واقعی در شرایط کنونی با نبود نقدینگی و کاهش قابل توجه قدرت خرید روبه‌روست.

طرح خودرویی مجلس واردات را آزاد می‌کند؟

که گذاشته شود حافظ انحصار باشد و بعد از آن در همان حیطه می‌توان مانور داد. چرا قانونی گذاشته می‌شود که خودرو به بورس برود؟ نتیجه این قوانین آن است که فردا روزی اگر برندهای مطرح جهانی مثل کیا، هیوندای، بنز و ب ام و در ایران بخواهند کار کنند باید به آنها بگویم خودروی‌شان را در بورس عرضه کنید. اما آیا آنها چنین کاری را انجام می‌دهند و مایل به همکاری در این شرایط می‌شوند؟ در کجای دنیا خودرو در بورس عرضه می‌شود؟ بورس پتروشیمی و فولاد و ... چقدر موفق بود که حال بخواهیم خودرو را نیز به آن اضافه کنیم؟ یقیناً تمام نمایندگان مجلس صاحب فن هستند، اما هیچ یک از این افراد تجارت خودرو انجام نداده‌اند و در این زمینه اطلاعاتی ندارند. ما در این زمینه کار کردیم و مذاکرات بین‌المللی داشتیم، اما در تصمیم‌گیری‌های اخیر هیچ یک از همکاران ما حضور نداشتند.

دلالان عامل اصلی افزایش قیمت خودرو و فولاد هستند

رئیس کمیسیون شوراها و امور داخلی مجلس شورای اسلامی در ادامه ضمن انتقاد از عملکرد دولت بابت عدم کنترل قیمت خودرو در بازار گفت: متأسفانه هر روز شاهد افزایش قیمت‌ها هستیم و کالایی همچون خودرو مدام در نوسان قیمتی است و قدرت خرید مردم به مرور زمان در حال کاهش است و راهکار صحیحی برای مدیریت این روند از سوی مسئولان دولتی ارائه نمی‌شود.

وی اضافه کرد: به دلیل عدم توجه به دهک‌های پایین جامعه، شاهد ضربه خوردن این اقشار ضعیف جامعه هستیم و باید دولت روش‌هایی حمایتی در جهت کمک به اقشار ضعیف جامعه را پیاده‌سازی کند چراکه معیشت مردم در خطر است و بسیاری از مردم برای تأمین کالای اساسی زندگی‌شان هم به سختی‌های زیادی دست به گریبان هستند و مجلس به دنبال سیاست‌هایی در جهت کمک به معیشت مردم است و تصویب طرح پرداخت یارانه کالای اساسی هم در همین راستا بوده است.

کیفی‌سازی خودروها نیازمند به‌روزرسانی پلتفرم است

گذشته و به واسطه خلق تکنولوژی و تست‌های جدید و با استفاده از مواد باکیفیت‌تر برای سبک‌سازی، در جهت افزایش کیفیت و راندمان خودروها و کاهش تلفات جانی ناشی از تصادفات حرکت می‌کنند. وی افزود: هرچند تولید و ارتقای کیفیت خودروها در خودروسازی‌های داخلی به دلیل مشکلات عدیده و خاص کشور ما از جمله کمبود منابع ارزی در مقایسه با سرعت جهانی به کندی پیش می‌رود، اما تلاش برای پویایی خطوط تولید و دسترسی مصرف‌کنندگان به خودروهای باکیفیت‌تر ادامه دارد.

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور در پایان درخصوص وضعیت رعایت استانداردهای یورو ۵ و هشستادوپنج‌گانه در خودروهای موجود در خطوط تولید خودروسازان پس از حذف پراید و پژو ۴۰۵ خاطرنشان کرد: رعایت استانداردهای هشتادوپنج‌گانه به سادگی امکان‌پذیر نیست همانطور که بسیاری از خودروهای خودروسازی‌های جهان نیز قادر به اعمال آن نیستند. هرچند به کارگیری این استانداردها زمانبر است اما به دلیل نیاز جامعه، اجرای آنها باید در دستور کار قرار گیرد. البته لازم به ذکر است که پشت سر گذاشتن این استانداردها موجب افزایش قیمت خودرو خواهد شد.

خودروسازان نیز دللان را منتفع اصلی افزایش قیمت خودرو می‌دانند نه خودروسازان و سیاست‌گذاران را .

فرید زاوه، کارشناس صنعت و بازار خودرو در پاسخ به این سوال که نقش دللان در بازارها و البته بازار خودرو چقدر می‌تواند واقعیت داشته باشد؟ گفت: نمی‌توان نقش آنها را نادیده گرفت. همین حالا در شرایطی که بازار انتظار کاهش قیمت را دارند، برخی شایعات بر رشد قیمت خودرو بین ۱۵ تا ۳۰ درصد استوار است و همین نشان می‌دهد دلالایی پرزور با تمام قدرت می‌خواهند مانع ریزش قیمت‌ها شوند . وی گفت: با تمام تلاش‌هایی که دلالان می‌کنند و حتی با خریدن برخی سبایت‌ها و ... نه تنها توفیقی در شرایط کنونی نداشته‌اند بلکه همین حالا اگر پرابدی را به بازار برید کسی حاضر نیست از شما به قیمت ۹۰ میلیون تومان خریداری کند.

وی در حالی معتقد است براید صفر کیلومتر به این قیمت خریدار ندارد که همچنان بسیاری از آگهی‌دهندگان قیمت‌های اعلامی خود را در محدوده ۱۰۵ تا ۱۱۰ میلیون تومان نگه داشته‌اند، اما نکته مهم این است که بازار با رکودی عمیق روبه‌روست. این نکته که خودروهای پس

حباب بزرگی در بازار خودرو طی سال‌های اخیر شکل گرفت است، از یک سو افزایش قیمت دلار و از سوی دیگر ممنوعیت واردات خودرو به کشور، رشد بیش از پیش قیمت خودرو در بازار را رقم زد به طوری که ارزان‌ترین خودروهای بازار ایران پس از کاهش نزدیک به ۲۵ درصدی در محدوده ۱۰۰ تا ۱۲۰ میلیون تومان قرار گرفته‌اند. این در حالی است که اسفندماه سال گذشته ارزان‌ترین خودروها در بازار ایران رنج قیمتی ۵۰ میلیون تومان داشتند.

به گزارش خبرآنلاین رشد شدید قیمت‌ها در بازار به واسطه رشد قابل توجه تورم از یک سو و بالا رفتن انتظارات تورمی از سوی دیگر و همچنین ورود سرمایه‌گذاران به بازار خودرو با هدف کسب سود و نه خرید خودرو برای استفاده، عوامل مهم افزایش قیمت خودرو تلقی می‌شوند. حالا هرچند انتظارات بر کاهش قیمت‌ها استوار بود اما ریزش قیمت بسیار کند اتفاق می‌افتد. اینجاست که فعالان این صنف و البته مسئولان مرتبط ماجرا را مرتبط با دللان می‌دانند .

نایب رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران می‌گوید دلالانی که خودرو را گران خریدند حاضر به فروش ارزان آن نیستند و دبیر انجمن

اخیرا کلیات طرح ساماندهی بازار و صنعت خودرو در مجلس به تصویب رسید. در این طرح آمده است که می‌توان از محل صادرات خودرو و قطعات آن یا صادرات نفت خام یا ارز بدون منشأ خودرو وارد کرد که شرایط فنی و کیفی خودرو را وزارت صنعت، معدن و تجارت تعیین می‌کند. به گزارش گسترش نیوز، مهدی دادفر دبیر انجمن واردکنندگان خودرو، در یادداشتی نوشت: اما از ایران چه خودرویی و به کدام کشور می‌توانیم صادر کنیم؟ ایران خودرو و سایپا با بودجه کلان و کاهش قیمت در سوریه و عراق در بهترین حالت طی سال‌های گذشته چو تعداد خودرو توانسته‌اند صادر کنند و آیا این محصولات با اقبال روبه‌رو شده است؟ با نگاهی به همه این موارد ذکر شده می‌توان متوجه شد که ما شناسی برای صادرات خودرو به کشورهای دیگر نداریم. در نتیجه به عنوان نکته اول می‌توان گفت واردات خودرو را به

این مطلب را می‌توانید در کانال تلگرام ما بخوانید. <https://t.me/forsatnet>

دلالان عامل اصلی افزایش قیمت خودرو و فولاد هستند

رئیس کمیسیون شوراها و امور داخلی مجلس با بیان اینکه دلالان، عاملی اصلی افزایش قیمت خودرو، فولاد و محصولات پتروشیمی در کشور هستند، گفت کنترل بازار فولاد که صنعت مادر محسوب می‌شود، می‌تواند روش صحیحی در کاهش قیمت خودرو باشد.

به گزارش خبرگزاری تسنیم، محمد صالح جوکار رئیس کمیسیون شوراها و امور داخلی مجلس شورای اسلامی با انتقاد از افزایش قیمت خودرو، فولاد و محصولات فلزی در کشور اظهار داشت: متأسفانه با افزایش بیش از پیش قیمت فولاد در کشور مواجه هستیم و همین امر یکی از علل افزایش قیمت خودرو در کشورمان محسوب می‌شود و تولیدکنندگان فولاد افزایش قیمت ارز را عامل اصلی این روند می‌دانند، این در حالی است که اگر تولید فولاد در کشورمان بدون یارانه انرژی و حمایت دولتی صورت بگیرد، قیمت فولاد باید با بازار جهانی همسو باشد اما در این شرایط که فولادگران از حمایت دولتی برخوردارند، علت این افزایش قیمت‌ها باید بررسی شود.

کیفی‌سازی خودروها نیازمند به‌روزرسانی پلتفرم است

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور با اشاره به پروسه طولانی اعمال استانداردهای هشتادوپنج‌گانه و تاثیر آن بر افزایش قیمت خودرو، به‌روزرسانی پلتفرم را بیشترین عامل اثرگذار بر کیفیت خودرو اعلام کرد.

ابراهیم احمدی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص وضعیت ایمنی و کیفیت قطعات و خودروهای داخلی اظهار داشت: تنها قطعات اندکی نظیر سیستم ترمز و زیر و بم نیازمند تست ایمنی و آتش‌سوزی هستند و از جهت کیفیت نیز قطعات مصرفی در کارخانجات خودروسازی از آنجا که قادر به پاس کردن استانداردهای ملی هستند، مشکلی از لحاظ کیفیت ندارند.

وی با بیان اینکه کیفیت یک امر نسبی است، درخصوص تاثیر شرایط تحریم و شیوع بیماری کووید ۱۹ بر کیفیت قطعات خودرویی گفت: خوشبختانه با وجود افزایش قیمت مواد اولیه، این موضوع از کیفیت تولید نکاسته و نهایتاً بر قیمت نهایی محصول تاثیرگذار بوده است. عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور افزود: آنچه که بیشترین تاثیر را بر کیفیت یک خودرو دارد، به‌روزرسانی پلتفرم آن است تا بدین وسیله توانایی استفاده از تکنولوژی روز، مواد باکیفیت‌تر و آپشن‌های جدید را به



ایلان ماسک سومین ف

است. گفتنی است که وی در روز دوشنبه به مارک زاکربرگ، بنیان‌گذار فیس‌بوک پیشی طبق شاخص میلیاردرهای بلومبرگ، که ساعت ۱۱ و ۲۵ دقیقه صبح به وقت آمریکا، دارای زاکربرگ ۱۱۰٫۵ میلیارد دلار ارزش داش

به دنبال ادامه روند صعودی ارزش سهام تسلا در روز دوشنبه، دارایی خالص ایلان ماسک به بیش از ۱۱۱ میلیارد دلار رسید که سبب پیشی گرفتن وی از مارک زاکربرگ و همچنین قرار گرفتن در جایگاه سومین فرد ثروتمند جهان شد.

به گزارش اقتصاد آنلاین به نقل از بلومبرگ، ایلان ماسک، مدیرعامل شرکت خودروسازی الکتریکی تسلا، در حال حاضر جایگاه سوم ثروتمندترین فرد جهان را از آن خود کرده

تدوین ۷ استاندارد توسعه صنعت گیاهان دارویی را سرعت می‌دهد

تدوین استانداردهای لازم در حوزه گیاهان دارویی باعث بهبود کیفیت فرآورده‌های استحصال شده و توسعه صنعت این حوزه می‌شود. ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای ریل‌گذاری و توسعه هم‌افزایی در صنعت گیاهان دارویی، کارگروه‌های مختلفی را تشکیل داده است. براساس راهبرد سند ملی گیاهان دارویی و طب سنتی، کارگروه تدوین استانداردها در گیاهان دارویی و فرآورده‌های با منشأ گیاهی با هدف بهبود صادرات، ارتقای کیفیت مصرف داخلی و سایر موارد ضروری در ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی تشکیل شد.



دریچه

ستاری: نگرش جامعه به نقش دانشگاه‌ها متحول شده است

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری پنجمین دوره طرح شهید احمدی روشن بنیاد ملی نخبگان را با هدف تربیت نیروی انسانی برای حل مسائل کشور به صورت برخط افتتاح کرد. سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در این مراسم با بیان اینکه طرح احمدی روشن در پنجمین دوره خود همچون گذشته قرار است گام‌های تازه‌ای را برای پررنگ‌تر شدن نقش دانشگاه‌ها در حل نیازهای جامعه بردارد، افزود: این طرح خوشبختانه دستاوردهای خوبی به همراه داشته و فراتر از انتظارات عمل کرده است. این طرح یک فرهنگ جدید را در نگرش به دانشگاه و نقش آن شکل می‌دهد. رئیس بنیاد ملی نخبگان با اشاره به آغاز نخستین دوره طرح احمدی روشن با مشارکت تنها ۷ هسته پژوهشی و پیشرفت آن در دوره‌های بعدی گفت: امروز ما در پنجمین دور این طرح، حدود ۲۷۲ هسته پژوهشی و نخبگانی و حدود ۲۸۰۰ استاد و دانشجو مشارکت می‌کنند.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با بیان اینکه طرح احمدی روشن بر تغییر رفتارها و نگرش‌ها به موضوع دانشگاه و دانشجو تأکید دارد، افزود: این طرح تأکیدات مقام معظم رهبری بر بیشتر شدن نقش دانشگاه‌ها در حل مسائل و تأثیرگذاری آن در جامعه را مورد توجه جدی قرار داده است. از شکل‌گیری فرهنگ تا توسعه پایدار

ستاری با بیان اینکه امر توسعه پایدار، موضوعی فرهنگی و ترویجی است، گفت: زمانی بود که فکر می‌کردیم توسعه صرفاً ساخت‌افزایی است و آن را در ساخت کارخانه‌ها، ایجاد صنایع سنگین و ایجاد دودکش‌های بیشتر جست‌وجو می‌کردیم، اما پس از مدتی به این نتیجه رسیدیم که توسعه امری نرم‌افزاری و مبتنی بر نرم‌افزارها و فرآیندها است، اما امروز به روشی می‌دانیم که توسعه، موضوعی فرهنگی بوده و آنچه که توسعه را در جامعه محقق و پایدار می‌کند، وجود یک زیست‌بوم با فرهنگی مبتنی بر لایه‌های توسعه پایدار و مبتنی بر توانمندی‌های نیروی انسانی خلاق است. طرح شهید احمدی روشن نیز ترویج چنین فرهنگی را دنبال می‌کند. رئیس بنیاد ملی نخبگان، با تأکید بر اینکه باید دانشگاه‌هایی داشته باشیم که از بودجه دولتی فاصله بگیرند و حل‌کننده مشکلات و خالق ارزش افزوده باشند ادامه داد: دانشگاه‌هایی که ۱۰۰ درصد بودجه خود را از دولت تأمین می‌کنند قطعاً نیازی به ارتباط و تعامل با جامعه برای حل نیازها و مشکلات مردم احساس نمی‌کنند. دانشگاه اثریخس باید درآمد خود را از محل فروش دانش فنی، شرکت‌های دانش‌بنیان، قراردادهای ارتباط با صنعت و ایجاد بستری برای تجاری‌سازی ایده‌های نوآورانه دانشجویان و اساتادانش تأمین کند و این گونه است که اثریخس خود در جامعه را به واقعیت می‌رساند.

ستاری، فرهنگ وابستگی به بودجه دولتی را یکی از عوامل کم‌رنگ بودن تأثیرگذاری دانشگاه‌ها دانست و گفت: یک باور و فرهنگ نادرست نشأت گرفته از اقتصادی خام‌فروش و منبع‌محور بوده با وجود صرف هزینه‌های هنگفت برای آموزش، نقش آن در توسعه و پیشرفت کشور مشهود و اثریخس نباشد.

وی ادامه داد: برای تغییر در این روند، به تحوولی در رفتارها و نگرش‌مان به حل مسائل و نیازهای کشور به‌دست دانشگاهیان نیاز داشتیم که خوشبختانه با مشارکت قابل توجه دانشگاهیان در زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان و همچنین گزشت چهار دوره از طرح احمدی روشن، شاهد این تحول در فرهنگ و نگرش‌ها هستیم.

نقش بنیادهای استانی در تحول نگرش به دانشگاه رئیس بنیاد ملی نخبگان، با تأکید بر نقش بنیادهای نخبگان استانی در تحول نقش‌آفرینی دانشگاه‌ها به کمک طرح شهیداحمدی روشن گفت:

حمایت از استارت‌آپ‌های برتر چهارمین برنامه نوپاهای فناوری‌های همگرا آغاز شد تا تجاری‌سازی محصولات و توسعه کسب و کار آنها شتاب گیرد. مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

بهمن ماه سال گذشته بود که چهارمین فراخوان برنامه نوپاهای فناوری‌های همگرا را منتشر کرد. تیرماه ثبت نام در آن پایان یافت. ۱۵۰ طرح در آن ثبت نام کردند تا از حمایت‌های این مرکز برای توسعه کسب و کار خود بهره‌مند شوند. پس از ارزیابی‌های اولیه بیش از ۶۰ طرح به مرحله داورى راه یافتند. در نهایت نیز ۱۲ طرح وارد برنامه توسعه محصول و کسب و کار شدند. ۸ طرح از دانشگاه تهران، ۸ طرح از دانشگاه تربیت مدرس، ۴ طرح از دانشگاه شهید بهشتی، ۵ طرح از دانشگاه علم و صنعت، ۵ طرح از دانشگاه امیرکبیر و ۱۵ طرح از مجموعه دانشگاه‌های آزاد اسلامی جزو ۱۵۰ طرح شرکت‌کننده در این فراخوان بودند. هیأت‌های علمی دانشگاه خواجه نصیر، دانشگاه ارومیه، دانشگاه علوم پزشکی تهران، دانشگاه تهران، دانشگاه علوم پزشکی یزد، دانشگاه

توانمندسازی استارت‌آپ‌های همگرا؛ حمایت‌ها افزایش یافت

علوم پزشکی کرمان و دانشگاه علم و صنعت جزو تیم‌های حاضر در برنامه نوپا هستند. چهارمین دوره برنامه نوپاهای همگرا بیشتر روی حوزه تجهیزات و ملزومات پزشکی تمرکز دارد. تولید مواد بهداشتی، تجهیزات پزشکی در حوزه تشخیص، تولید ملزومات پزشکی، انام مصنوعی، سلامت دیجیتال، ژنتیک و دارویی و تشخیص سرطان از حوزه‌های کاربرد طرح‌های پذیرفته شده در این فراخوان هستند. تیم‌های برتر وارد دوره پیش‌شناختی و اعتبارسنجی شدند.

دوره‌های اعتبارسنجی عمومی در ۱۴ جلسه ۸ ساعته به صورت آنلاین برگزار می‌شود. در این جلسات مهمان‌هایی از کارآفرینان و استارت‌آپ‌های موفق دوره‌های قبلی نوپاهای همگرا حضور دارند تا از تجربیات و چالش‌هایی که در این مسیر داشتند با تیم‌ها صحبت کنند.

هدف از دوره اعتبارسنجی توانمندسازی گروه‌های فناور و آشنا کردن آنها با فرآیند توسعه محصول و دنیای کسب و کار و تجاری‌سازی است.



تجهیزات فرودگاهی با استانداردهای جهانی همگام شد

ارائه خدمات و تولید محصول در حوزه اتوماسیون و تجهیزات فرودگاهی منطبق با استانداردهای جهانی موجب شکل‌گیری شرکتی دانش‌بنیان شد.

صنایع بال از مجتمع‌های صنعتی و تولیدی برجسته در منطقه است که از سال ۶۳ کار خود را آغاز کرد. این شرکت بهانه‌ای شد تا جمعی از متخصصان داخلی کنار یکدیگر جمع شوند و پاسخی به نیازهای فرودگاهی، پستی و همه خطوط تولید صنایع مختلف دهند.

این مجموعه با به‌کارگیری توان دانشی و تخصصی نیروی انسانی خود، در زمینه اتوماسیون، سیستم‌های انتقال و توزین بار، سیستم درجه‌بندی صنعتی، تجهیزات فرودگاهی و تولید پل‌های تلسکوپی به صورت بومی فعالیت می‌کند.

محمدعلی صدرالدینی، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان درباره محصولات تولیدی شرکت، می‌گوید: یکی از محصولات ما، تولید مجموعه‌ای از نقاله‌ها است که با ترکیب مسیرهای مستقیم و منحنی

قابلیت انعطاف‌پذیری بالایی برای انتقال و سورت مختلف در سطوح متغیر به صورت کاملاً هوشمند را دارا است.

این فعال فناور همچنین بیان می‌کند: سیستم رباتیک هم محصول بعدی شرکت ما است. این محصول برای حمل بار در مسیر بدون دخالت نیروی انسانی و با امنیت بالا در مدل‌های مختلف قابل استفاده است که طول، عرض، ارتفاع، نوع پوشش و سرعت دستگاه با توجه به نیاز سفارش‌دهنده قابل طراحی و تولید است.

این همچنین می‌گوید: این شرکت توانسته سیستم‌های پل‌های انتقال مسافر از ترمینال به هواپیما که پل‌های تلسکوپی نام دارد را به صورت کاملاً بومی و برای نخستین بار در فرودگاه بین‌المللی کشور پیاده‌سازی کند. این سیستم شامل مجموعه‌ای از تجهیزات می‌شود که به صورت یک ماشین کاملاً اتوماتیک تمامی عملیات‌های انتقال مسافر از ترمینال به هواپیما را انجام می‌دهد.



مجموعه‌ای از نقاله‌ها است که با ترکیب مسیرهای مستقیم و منحنی

ارائه خدمات تخصصی آزمایشگاهی مسیر تحقیقات را هموار کرد

شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با بیش از یک هزار عضو، توسعه تخصصی خدمات این حوزه را رقم زده است.

یکی از اقدامات نوآورانه شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، تشکیل کارگروه‌های تخصصی است. کارگروه‌های تخصصی، کانون‌هایی برای گردهمایی کارشناسان و متخصصان یکی از حوزه‌های آزمایشگاهی یا یک خانواده از تجهیزات آزمایشگاهی هستند که اعضا، دانش و تجربه خود را از این طریق به اشتراک می‌گذارند.



یادداشت

ستاری: استارت‌آپ‌ها به دوره اوج خود رسیده‌اند

و متخصص توانستند جایگاه اصلی خود را در اقتصاد کشور باز کنند و کنار شرکت‌های بزرگ بایستند. رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همچنین بیان کرد: ورود تپسی به بازار بورس قدم اول است. یعنی با این اتفاق، مسیر برای حضور دانش‌بنیان‌ها به این بازار سوده تسهیل و از این پس خود مردم سرمایه‌داران این شرکت‌های مبتنی بر دانش و نیروی انسانی می‌شوند.

به گفته وی، این موضوع هم به تامین مالی خود شرکت کمک می‌کند و هم سود آن عائد جامعه و مردم می‌شود. ستاری در بخش دیگری از سخنان خود بیان کرد: این کار به رشد و توسعه آتی شرکت‌های دانش‌بنیان می‌انجامد و سرعت پیشرفت آنها را بیشتر می‌کند. این اتفاق را باید به فال نیک گرفت. رئیس بنیاد ملی نخبگان ادامه داد: امروز اهمیت توسعه صنایع مبتنی بر اینترنت برای همه روشن است. حمایت از این شرکت‌ها یک ضرورت ملی است. ما معتقدیم که ریل‌گذاری در مسیر حرکت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق باید به یک وظیفه عمومی بدل شود.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین تاکید کرد: با ورود این شرکت‌ها به بازار بورس، دیگر خود مردم سرمایه‌گذاران این نوع شرکت‌ها می‌شوند و برای رشد و توسعه آنها تلاش می‌کنند. ستاری پذیرش اولیه شرکت تپسی در بازار بورس را خبری خوش برای شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق دانست و گفت: امیدواریم این اتفاق، شروع ورود شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها توانمند دیگر به این بازار سرمایه باشد تا با این کار شاهد حضور و اثرگذاری سرمایه‌های دانشی فرزندان کشور در جامعه باشیم. شاید این موضوع مردم را از بازارهای متلاطم طلا و مسکن بیرون بکشد.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری:

اعضای هیأت علمی موسس شرکت دانش‌بنیان امتیاز می‌گیرند

صورت تحت لیسانس از آن استفاده شده باشد. در این صورت نیز برابر آیین‌نامه شورای عالی انقلاب فرهنگی تا ۱۵ امتیاز دارد. تعیین توالی ژن ثبت شده در مراجع علمی یا قانونی داخل یا خارج از کشور به تایید مراجع ذی‌صلاح وزارتخانه‌های علوم و بهداشت و درمان نیز از نیم تا ۲ امتیاز به همراه خواهد داشت.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع خلاق و نرم، در ادامه ضمن تشریح نحوه محاسبه امتیازها گفت: برای فعالیت‌های علمی و اجرایی اعضای هیأت علمی نیز امتیازاتی محاسبه می‌شود. در صورتی که اعضای هیأت علمی در تاسیس دانشگاه، مراکز تحقیقاتی، موسسه‌های آموزش عالی، پژوهشی و فناوری شهرک‌ها و پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و شرکت‌های دانش‌بنیان «همکاری موثر» داشته باشند، برای هر واحد کار با نیم سال، حداکثر ۴ امتیاز و در هر موضوع آموزشی حداکثر ۸ امتیاز دریافت خواهند کرد.

مشاور رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین بیان کرد: معاونان پارک‌های علم و فناوری وابسته به دانشگاه‌ها، مدیران حوزه ستادی دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، پژوهشی و فناوری، معاونان دانشکده‌ها، پژوهشکده‌ها و واحدهای پژوهشی مستقل و وابسته به موسسه و مدیران عامل شرکت‌های دانشگاهی تا ۵ امتیاز دریافت خواهند کرد. براساس این گزارش، علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه و اطلاع از جزئیات و فرم‌های مربوطه، می‌توانند به سامانه مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به نشانی WWW.daneshbonyan.isti.ir مراجعه کنند.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تلاش دارد تا با ترغیب اعضای هیأت علمی به مشارکت در فعالیت‌های فناورانه، دانشگاه را از مسیر تئوری‌های غیر کاربردی به جاده عمل‌گرایی و تولید ارزش افزوده هدایت کند.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری پذیرش اولیه سامانه هوشمند در خواست خودروی تپسی در بازار بورس را زمینه‌ساز حضور استارت‌آپ‌ها در بدنه اصلی اقتصاد کشور دانست. سوزنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اعلام پذیرش اولیه شرکت تپسی در بازار بورس، گفت: این موضوع یک اتفاق خوش‌یمن و مبارک برای زیست‌بوم فناوری و نوآوری است. اینکه یکی از شرکت‌های استارت‌آپی به بازار بورس رسیده و بدنه اصلی اقتصاد حضور آن را پذیرفته است. به گفته ستاری، ورود یک شرکت به بازار بورس را اوج پختگی و بلوغ آن مجموعه می‌دانند. این اتفاق یعنی پذیرش این شرکت در اقتصاد رسمی کشور، موضوعی که نشان از توانمندی دانشی و تخصصی جوانان کشورمان که به عرصه فعالیت‌های اقتصادی کشور وارد شده‌اند، دارد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان در ادامه بیان کرد: صنعت دانش‌بنیان و استارت‌آپی یک صنعت نوظهور در کشور است و ورود یکی از اعضای آن در بازار بورس به معنای به رسمیت شناخته شدن این مجموعه در اقتصاد کشور است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: اگر به ترکیب شرکت‌های بزرگ دنیا تا ۲۰ سال پیش نگاهی بیندازیم متوجه خواهیم شد که در گذشته ۱۰ شرکت بزرگ دنیا را شرکت‌هایی تشکیل می‌دادند که بر مبنای دارایی‌های ثابت و مشهود بنا شده و رشد کرده بودند، اما امروز اینطور نیست. امروز از ۱۰ شرکت بزرگ دنیا، تقریباً نیمی را شرکت‌هایی تشکیل می‌دهند که در حوزه اینترنت، فناوری و دانش فعالیت می‌کنند.

ستاری افزود: در ایران هم چند سالی است که باب ورود شرکت‌های مبتنی بر ساختارهای اینترنتی و فناورانه به اقتصاد کشور باز شده است و این شرکت‌ها ظرف مدت کوتاهی با اثبات توانمندی‌های خود و با اتکا به نیروی انسانی ماهر



رشد ثروتمند جهان شد

دلیل ادامه روند صعودی ارزش سهام تسلا، از ۷۶.۱ میلیارد دلار، به دلیل صعود بیش از ۴۷۵ درصدی ارزش سهام تسلا، افزایش یافته است. همچنین یک بسته پرداختی جسورانه، بزرگ‌ترین قرارداد دستمزد مشارکتی که تاکنون بین یک مدیر اجرایی و یک هیأت مدیره منعقد شده، به این روند کمک می‌کند و اگر همه اهداف محقق شوند ۵۰ میلیارد دلار نیز برای وی سود خواهد داشت.

رشد ثروتمند جهان شد. دلیل ادامه روند صعودی ارزش سهام تسلا، از ۷۶.۱ میلیارد دلار، به دلیل صعود بیش از ۴۷۵ درصدی ارزش سهام تسلا، افزایش یافته است. همچنین یک بسته پرداختی جسورانه، بزرگ‌ترین قرارداد دستمزد مشارکتی که تاکنون بین یک مدیر اجرایی و یک هیأت مدیره منعقد شده، به این روند کمک می‌کند و اگر همه اهداف محقق شوند ۵۰ میلیارد دلار نیز برای وی سود خواهد داشت.

نوآوری‌های رسانه‌ای حمایت می‌شود

این مرکز، در آنجا مستقر شوند و از حمایت‌های ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، بهره‌مند شوند. فعالان صنایع نرم و خلاق، روزنامه‌نگاران، خبرنگاران، فعالان رسانه‌ای، موسسین استارت‌آپ‌های نوآور فعال در حوزه رسانه و همه علاقه‌مندان این عرصه می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر و ثبت نام اقدام کنند.

ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق نیز پل و پل‌های را برای حمایت از شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های فعال در حوزه رسانه ایجاد کرده است. براساس این گزارش، از بیش از ۶۰۰۰ استارت‌آپ فعال در کشور نیز تعداد قابل توجهی از آنها در مسائل مرتبط با رسانه فعال هستند. برخی از بیش از ۵۴۰۰ شرکت دانش‌بنیان نیز خدمات و تجهیزاتی را عرضه کرده‌اند که در زمینه رسانه‌های دیجیتال و کاربرد هوش مصنوعی در رسانه و ارتباطات، به کار گرفته می‌شوند.

یک فراخوان برای جذب فعالان حوزه صنایع نرم و خلاق توسط مرکز نوآوری همشهری منتشر شد تا از نوآوری‌های این حوزه حمایت شود. این فراخوان با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای جذب شرکت‌ها و تیم‌های فعال در صنایع نرم و خلاق فراخوان منتشر شده است.

و خلاق محسوب می‌شود، در حال حاضر نیز از ۱۲۰۰ شرکت خلاق ثبت شده، فعالیت بسیاری از آنها با حوزه رسانه و ارتباطات دارای هم‌پوشانی است. مرکز نوآوری رسانه‌های همشهری یکی مراکزی است که با حمایت این ستاد و روزنامه قدیم‌الانتشار پایتخت یعنی همشهری تاسیس شده است. این مرکز برای جذب تیم‌ها، فعالان فنوار و نوآور مستعد عرصه صنایع نرم و خلاق، فراخوانی منتشر کرده است. این تیم‌ها می‌توانند با ارسال ایده‌ها و طرح‌های رسانه‌ای خود به



فناوران ایرانی در نمایشگاه چین دستاوردها را ارائه دادند

شش دانش‌بنیان ایرانی با حضور در بیست‌ودومین دوره نمایشگاه فناوری‌های پیشرفته چین، آخرین دستاوردهای فناورانه خود را نمایش دادند.

شش دانش‌بنیان ایرانی با حضور در بیست‌ودومین دوره نمایشگاه فناوری‌های پیشرفته چین، آخرین دستاوردهای فناورانه خود را نمایش دادند.

یک همکاری چهار جانبه برای حضور دانش‌بنیان‌های ایرانی در بیست‌ودومین دوره نمایشگاه فناوری‌های پیشرفته چین (CHTF) رقم خورد تا فضایی برای ارائه آخرین دستاوردهای فناورانه این شرکت‌ها در این نمایشگاه فراهم شود.

مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، رایزنی فناوری سفارت ایران، صندوق نوآوری و شکوفایی و مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت ریاست جمهوری برای حضور دانش‌بنیان‌ها در این نمایشگاه با هم همکاری کردند.

بیست‌ودومین دوره نمایشگاه فناوری‌های پیشرفته چین (CHTF) به عنوان بزرگ‌ترین و معتبرترین نمایشگاه علمی و فناوری در حوزه‌های نسل جدید فناوری اطلاعات که هر ساله در شنزن واقع

در جنوب این کشور برگزار می‌شود، امسال نیز به صورت حضوری و آنلاین (کشورهای خارجی) ۲۱ تا ۲۵ آبان ماه ۹۹، برگزار شد. پانویس جمهوری اسلامی ایران از سال ۲۰۱۵ به صورت مستمر در این نمایشگاه برپا است. امسال نیز برای ششمین سال، شش شرکت دانش‌بنیان ایرانی فعال در حوزه‌های «الکترونیک»، «فناوری اطلاعات و ارتباطات»، «هوش مصنوعی» و «اینترنت اشیا» آخرین دستاوردهای خود را در این پانویس ملی در معرض دید مخاطبان جهانی قرار دادند.

حضور دانش‌بنیان‌ها در این نمایشگاه، کمک کرد تا از «فرصت‌های بالقوه داخلی و بین‌المللی کشور چین برای توسعه بازار محصولات شرکت‌های فناور ایرانی»، «ظرفیت‌های بالقوه این نمایشگاه به منظور جذب سرمایه‌گذاری برای تجاری‌سازی محصولات در چین»، «پیدا کردن شرکای توانمند چینی» و در نهایت «توسعه صادرات محصولات ایرانی» استفاده شود.



کارگاه برندینگ

<div><div> </div>نقض حریم شخصی کاربران</div>
<p>اتهام جدید اپل</p>
<p>به قلم: رابرت ویلیامز</p> کارشناس بازاریابی و تبلیغات

برند اپل به تازگی متهم به نقض قانون حریم خصوصی کاربران در اینترنت شده است. این قانون در اتحادیه اروپا به منظور حفاظت از کاربران از دست‌اندازی برندهای بزرگ با ذخیره داده‌های مربوط به فعالیت آنها در شبکه‌های اجتماعی به اجرا گذاشته شده است. موسسه غیرانتفاعی نوبیث به عنوان یکی از شاک‌ی‌های اصلی پرونده مدارکی مبنی بر ذخیره‌سازی هدفمند اطلاعات کاربران از سوی برند اپل منتشر کرده است. بر این اساس اطلاعات کاربران محصولات این برند در اختیار شرکت‌ها و بازاریاب‌های حرفه‌ای قرار می‌گیرد. این امر به معنای تولید محتوای بازاریابی هماهنگ‌تر با سلیقه کاربران به بهای کاهش امنیت آنلاین بخش گسترده‌ای از مردم است.

از ابتدای سال ۲۰۱۹ ذخیره‌سازی کوکی کاربران از سوی تمام برندها، اپ‌ها و حتی پلتفرم‌های میزبانی شبکه‌های اجتماعی محدود شده است. بر این اساس هرگونه ذخیره‌سازی اطلاعات کاربران، در صورت انتشار رسمی یا فروش به کسب و کارهای دیگر، جرم تلقی می‌شود. اپل پیش از این نیز با اتهام سوءاستفاده از اطلاعات کاربرانش مواجه شده بود. این بار اتهام علیه اپل در بازار اروپا بسیار جدی به نظر می‌رسد.

اگرچه برند اپل به طور رسمی سوءاستفاده از اطلاعات کاربران را رد کرده است، اما هنوز پاسخ قطعی در قبال اتهام نقض حریم خصوصی کاربران اظهار نداشت‌ه است. بدون شک اپل در روزهای پایانی سال جاری درگیری‌های مهمی در دادگاه‌های اروپایی خواهد داشت. شاید این امر تاثیر منفی بر روی وضعیت فروش این غول دنیای دیجیتال در کریمس جاری داشته باشد.

منبع: **mobilemarketer.com**

<div><div> </div>همکاری اسپاتیفای و هیوندای در عرصه برندسازی</div>
<p>به قلم: توماس آن جی کارشناس برندسازی</p> ترجمه: علی آل‌علی

برند اسپاتیفای و هیوندای در تازه‌ترین همکاری‌شان اقدام به جلب نظر طرفداران عرصه موسیقی کرده‌اند. بر این اساس برند هیوندای برای رونمایی از مدل النترا ۲۰۲۱ اقدام به همکاری با اسپاتیفای به منظور برگزاری ۳ تور موسیقی مسجازی کرده است. این امر ترکیب جذابی از بازاریابی، همکاری برندسازی و جلب نظر مخاطب هدف در دو صنعت متفاوت محسوب می‌شود. کمپین مشترک اسپاتیفای و هیوندای تحت عنوان «My City Unlocked» برای سال جدید میلادی در دسترس تمام کاربران پلتفرم اسپاتیفای خواهد بود. نکته جالب اینکه کاربران عادی نیز امکان تولید محتوا و همکاری با اسپاتیفای و هیوندای را دارند. این امر شرایط بسیار جذابی برای کاربران به منظور تعامل در یک کمپین به همراه خواهد داشت. نکته جالب اینکه هیوندای به برخی از کاربران برتر اسپاتیفای فرصت حضور ویژه در ۳ تور موردنظر را خواهد داد.

انتخاب هنرمندان برای اجرا در تورهای اسپاتیفای و هیوندای هنوز به طور رسمی تمام نشده است، با این حال پیش‌بینی‌ها از انتخاب برخی از چهره‌های برجسته برای بهبود افزایش جذابیت فرآیند بازاریابی دارد.

منبع: **brandingforum.org**

<div><div> </div>رونمایی هوندا از سیویک ۲۰۲۲ با همکاری گیمرهای مشهور</div>
<p>به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات</p> ترجمه: علی آل‌علی

برند هوندا یکی از تولیدکنندگان بنام خودرو در سطح جهان محسوب می‌شود. این برند با توجه به شیوع ویروس کرونا تغییر اساسی در نحوه رونمایی از مدل جدیدش تحت عنوان سیویک ۲۰۲۲ ایجاد کرده است. بسیاری از طرفداران صنعت گییم با پلتفرم توپج آشنایی کاملی دارند. پلتفرم موردنظر برای اجرای ویدئوهای لایو مربوط به بازی‌های مختلف کاربرد دارد. بر این اساس انتخاب توپج از نسوی هوندا برای رونمایی از سری جدید خودرویش امر عجیبی به نظر می‌رسد.

برند هوندا به زودی در مراسمی ویژه به نام Honda Head از نسل جدید مدل سیویک رونمایی خواهد کرد. بازاریاب‌های این برند به طور معمول برای رونمایی از محصولات تازه برند اقدام به برگزاری مراسم‌های حضوری می‌کردند. این امر با توجه به تغییر استراتژی هوندا در طول ماه‌های اخیر دیگر امکان اجرایی ندارد. نکته جالب درخصوص رونمایی از محصل جدید هوندا در پلتفرم توپج استفاده از ۲ گیمر مشهور به عنوان مجری برنامه است. راشل سلترز و مانستز دی فیس مراسم رونمایی از سیویک ۲۰۲۲ را برعهده خواهند داشت. بسیاری از گیمرهای مشهور فوت‌تئاتر نیز در این میان حضور فعالی در مراسم هوندا خواهند داشت.

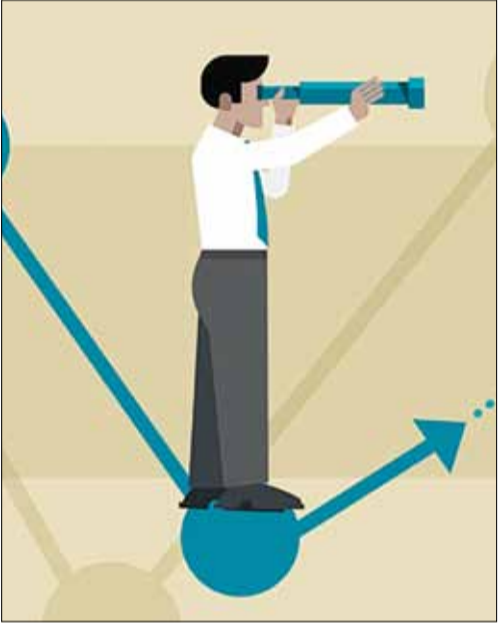
هوندا در زمینه انتخاب یک شبکه اجتماعی برای رونمایی از سیویک ۲۰۲۲ نوآوری بسیار زیادی داشته است. تمرکز بر روی نسل جوان در مراسم پیش روی هوندا یک راهکار هوشمندانه برای رفع مشکل جلب نظر مخاطب جوان به محتوای بازاریابی برندها محسوب می‌شود.
منبع: **marketingdive.com**

تبلیغات و برندینگ

برنامه‌ریزی بهتر کسب و کار با پیش‌بینی فروش

و پیش‌بینی فروش خواهیم پرداخت:

• هرگونه استخدا،م، اخراج یا شروع همکاری با دیگر برندها باید در زمینه پیش‌بینی فروش لحاظ شود. بدون تردید هر نوع تغییری در شرکت تاثیر مستقیمی بر روی توانایی فروش کسب و کار دارد. این امر گاهی اوقات مورد بی‌توجهی برندها قرار می‌گیرد بنابراین در عمل مشکلات بسیار زیادی پیش روی فرآیند فروش آنها قرار می‌گیرد.
• توجه به سطح کلی قیمت‌ها در بازار اهمیت بالایی دارد. امروزه رقابت میان برندها موجب تغییر سطح قیمت‌ها به طور مداوم می‌شود. اگر کسب و کارها به این نکته مهم توجه نداشته باشند، با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهند شد. ارزیابی سطح قیمت کلی در عرصه کسب و کار امکان تعیین قیمت مناسب برای محصولات شرکت در سال جدید را فراهم خواهد کرد.
• هر برندی در عرصه کسب و کار دارای قلمرو خاصی است. برخی از برندها در یک یا دو بازار سلطه عمیقی دارند. این امر حضور هرگونه رقیبی را دشوار خواهد کرد بنابراین در سال تجاری جدید ورود به بازار دیگر برندها هرگز ایده جالبی نخواهد بود. اگر شما وارد عرصه کسب و کار یک برند دیگر شوید، به احتمال زیاد نیاز به سرمایه‌گذاری هنگفت برای بقا در بازار موردنظر خواهید داشت.



• توجه به عملکرد رقبا یکی از قدیمی‌ترین شیوه‌ها برای پیش‌بینی فروش است. بسیاری از برندها در سال تجاری جدید برنامه‌های متنوعی پیش روی دارند. این امر در صورت بی‌توجهی به برندها مشکلات بسیاری زیادی به همراه خواهد داشت. بسیاری از برندها در صورت بی‌توجهی به نکات فروش توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را از دست می‌دهند. اطلاع از برنامه‌های دیگر برندها به معنای به روز رسانی اطلاعات فروش و ارتقای عملکرد در بازار جدید است.

• ارزیابی کلی وضعیت بازار یکی از نکات مهم برای کسب و کارها محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در این زمینه مهارت بالایی ندارند. این امر موجب بروز مشکلات بسیار زیادی برای برندها می‌شود. اگر یک برند در زمینه بازاریابی و فروش مهارت بالایی داشته باشد، این امر به تنهایی ضامن موفقیتش در بازار فروش نخواهد بود. ارزیابی سالانه و حتی ماهانه بازار برای حضور موفق در عرصه کسب و کار ضروری خواهد بود. در غیر این صورت شرایط کسب و کار به طور مداوم دشوار خواهد شد.

چگونه فروش برندگان را پیش‌بینی کنیم؟

دید مثبت به عرصه کسب و کار و فروش هیچ‌گاه ایده بدی نیست. نکته مهم واقع‌گرایی در زمینه ارزیابی وضعیت بازار و عرصه کلی کسب و کار است. بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به گردآوری اطلاعات دقیق و ماه‌ها تلاش شبانه‌روزی می‌کنند. این امر باید در مورد عرصه فروش نیز تکرار شود. امروزه بسیاری از برندها حوصله حضور در عرصه فروش و سرمایه‌گذاری مناسب در آن را ندارند. دلیل این امر تلقی فروش به مثابه امری حتمی در صورت بازاریابی و تبلیغات مناسب است.

هدف اصلی در بخش کنونی مقاله بررسی برخی از نکات مهم برای پیش‌بینی فروش است. بسیاری از برندها دارای برنامه‌ای مشخص برای فروش نیستند. این امر موجب آسیب‌پذیری کسب و کارها می‌شود. بسیاری از برندها در شرایط نامساعد هم فروش بالایی دارند. یکی از مثال‌های اساسی در این زمینه وضعیت برند آمازون در شرایط شیوع کروناست. این برند، برخلاف تمام خرده‌فروشی‌های دیگر افزایش قابل ملاحظه‌ای در سطح فروش داشته است. این امر به خوبی اهمیت پیش‌بینی درست از بازار را بیان می‌کند. در ادامه برخی از مراحل اساسی در زمینه پیش‌بینی بازار را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

ایجاد فرآیندهای فروش

نخستین گام در زمینه فروش بهینه مربوط به ایجاد فرآیندهای فروش است. هیچ کسب و کاری بدون ایجاد فرآیندهای فروش و طبقه‌بندی داده‌های مربوط به هر فرآیند امکان پیش‌بینی آینده را ندارد. اشتباه بسیاری از برندها تلقی پیش‌بینی فروش به مثابه حدس و گمان است. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه دارد.

بسیاری از برندها در تعیین فرآیندهای فروش به مشتریان دارای سلیقه‌های مختلف توجه می‌کنند. این امر به معنای فروش و به تبع آن بازاریابی متفاوت برای هر دسته از مشتریان است. وقتی چرخه شناسایی

مناسب مشتریان و سپس سرمایه‌گذاری مطلوب بر روی آنها به درستی طی شود، امکان بهره‌گیری از مزیت های پیش‌بینی فروش فراهم می‌شود. بسیاری از کسب و کارها در فرآیند پیش‌بینی بازار با مشکلات تکراری مواجه هستند. ناتوانی در زمینه شناخت گروه‌های مختلف مشتریان به معنای ضعف در ارتباطات خارجی برند است. پیش از این بر روی نقش بخش‌های مختلف شرکت در فرآیند پیش‌بینی بازار تاکید کردیم. یکی از نکات مهم در این میان توجه به نقش بخش روابط عمومی در بهبود تعامل برند با مشتریان است. این امر به طور ویژه‌ای در کسب و کارهای B۲B باید مدنظر قرار گیرد. بسیاری از برندها به این نکته مهم هیچ توجهی ندارند

بنابراین مواجهه با ناتوانی کسب و کارها برای پیش‌بینی درست فروش امری طبیعی خواهد بود.

تعیین اهداف فروش

هر برند در شروع سال جدید میلادی دارای اهداف مشخصی است. اگر کسب و کار شما در شروع سال جدید دارای اهدافی در زمینه فروش یا بازاریابی نیست، مشکلات سازمانی‌تان بسیار عمیق است. فقدان برنامه در بخش‌های مختلف شرکت موجب کاهش انگیزه کارمندان و ناتوانی برای رقابت موثر با دیگر کسب و کارها می‌شود بنابراین باید توجه ویژه‌ای به وضعیت برنامه و اهداف شرکت داشت.

تعیین اهداف مشخص برای فروش در سال جدید میلادی اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها نظم عرصه بازاریابی‌شان را مدیون برنامه‌های‌شان هستند. اهداف مناسب در زمینه بازاریابی اهمیت بسیار زیادی دارد. بسیاری از برندها بدون برنامه‌ریزی درست توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهند داشت بنابراین توجه به اهداف فروش در عمل امکان سرمایه‌گذاری مناسب و دستیابی به سودهای بیشتر را فراهم می‌کند. اهداف فروش باید همیشه مطابق با سطح توانایی کسب و کار باشد. تعیین اهداف بیش از اندازه بزرگ موجب ناتوانی در زمینه دستیابی به آنها و در نهایت سرخوردگی سازمانی می‌شود. این امر طیف وسیعی از کارمندان و حتی مدیران ارشد را با فقدان انگیزه برای ادامه کار مواجه می‌کند بنابراین همیشه باید به اهداف کسب و کار در زمینه بازاریابی و پیش‌بینی فروش توجه داشت.

یکی از راهکارهای جذاب و کاربردی در زمینه پیش‌بینی فروش و تعیین اهداف درست مربوط به ارزیابی وضعیت برند در سال‌های قبل است. توجه به مسیر پیشرفت شرکت امکان تعیین اهداف تازه براساس توانایی کلی کسب و کار را فراهم می‌سازد. مزیت اصلی این شیوه تضمین دستیابی به اهداف موردنظر است. همچنین امکان طراحی برخی از اهداف جانبی برای تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف نیز وجود دارد. به این ترتیب پس از دستیابی به اهداف اصلی امکان مراجعه به سایر اهداف نیز فراهم خواهد شد.

استفاده از نرم‌افزارهای مناسب

امروزه دیگر هیچ‌کس تمام کارها را به طور دستی و سنتی انجام نمی‌دهد. نرم‌افزارهای بسیار زیادی در زمینه پیش‌بینی وضعیت بازار و فروش در دسترس برندها قرار دارد. شاید این ابزارها به طور رسمی برای چنین هدفی تعیین نشده باشد، اما امکان بهره‌گیری از آنها در زمینه پیش‌بینی فروش وجود دارد.

بدون تردید در هر حوزه‌ای نرم‌افزارهای بسیار زیادی در دسترس برندها قرار دارد. این امر مشکلات زیادی پیش روی هر کسب و کار قرار می‌دهد. انتخاب نرم‌افزار مناسب همیشه دغدغه‌ای مهم برای کسب و کارها محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به نیازهای شرکت و همچنین سطح بودجه در دسترس است. اگر انتخاب ما بدون توجه به بودجه در دسترس صورت گیرد، در میانه سال مجبور به قطع همکاری با نرم‌افزار محبوب‌مان خواهیم شد.

خوشبختانه برخی از ابزارهای بازاریابی و فروش به طور رایگان در دسترس برندها قرار می‌گیرد. یکی از بهترین ابزارها در این میان شامل گوگل بیزینس است. این سرویس علاوه بر فراهم‌سازی فرصت‌های مناسب برای فعالیت فروش حرفه‌ای، اطلاعات دقیقی نیز در اختیار برندها قرار می‌دهد بنابراین کسب و کارها فرصت مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان خواهند داشت.

بسیاری از کسب و کارها به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از نرم‌افزارهای حرفه‌ای و پولی می‌کنند. این امر در صورت امکان رفع نیاز کسب و کار با ابزارهای رایگان ضرورتی ندارد بنابراین کسب و کارها باید به شیوه‌ای متفاوت اقدام به تاثیرگذاری بر روی عرصه فروش نمایند. این امر شامل توجه به نیازها و بودجه شرکت در انتخاب نرم‌افزارهای مهم است.

انتخاب شیوه‌ای مناسب

وقتی فرآیندهای فروش، اهداف و استفاده از نرم‌افزار مناسب مدنظر قرار گرفت، باید گام نهایی را نیز درست برداشت. بسیاری از برندها نسبت به انتخاب نرم‌افزارهای مناسب برای پیش‌بینی فروش عملکرد مناسبی دارند، اما در نهایت شیوه درست را انتخاب نمی‌کنند. این امر موجب پیش‌بینی بازار به صورت غیر کاربردی برای کسب و کار می‌شود. برخی از کسب و کارها به طور مداوم در زمینه انتخاب شیوه‌های پیش‌بینی بازار عملکرد مناسبی دارند. نکته مهم در این میان انتخاب شیوه‌های مناسب است. در ادامه برخی از شیوه‌های اساسی در این زمینه را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد. این امر امکان انتخاب درست روش‌های پیش‌بینی فروش را فراهم خواهد ساخت. این نخستین روش در زمینه پیش‌بینی فروش شامل تحلیل تاریخی است. این شیوه به دلیل سادگی قابل ملاحظه مدنظر بسیاری از برندها قرار می‌گیرد. برخی از کسب و کارها برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف به طور مداوم در تلاش برای ارزیابی سابقه فروش‌شان هستند. مزیت این امر امکان شناسایی مخاطب هدف علاقه‌مند به خرید از برند و همچنین بازاریابی بهتر است. نتیجه این امر برنامه‌ریزی بهتر برای کسب و کار خواهد بود.

یکی دیگر از روش‌های پیش‌بینی فروش مربوط به ترمجوب دایره فروش است. این شیوه شامل ارزیابی میزان مورد انتظار فروش در هر ماه و سپس ارزیابی سطح واقعی فروش با برنامه قبلی است. مزیت اصلی این شیوه امکان کاهش اشتباهات از سوی تیم‌های مختلف کسب و کار است. برخی از شرکت‌ها فقط در پایان هر سال از تفاوت میان سطح فعالیت‌شان با برنامه‌های قبلی آگاهی پیدا می‌کنند. با این حساب وضعیت هر برند بدون توجه به ارزیابی ماهانه فروش بسیار دشوار خواهد شد. این امر به طور ویژه‌ای در بازارهای رقابتی موجب بروز مشکل می‌شود.

آگاهی‌بخشی به تیم فروش و تقاضای مسئولیت‌پذیری

ترسیم برنامه کسب و کار برای پیش‌بینی بازار و فروش اهمیت بسیار زیادی دارد. گاهی اوقات کسب و کارها برنامه‌های‌شان را به خوبی برای تیم فروش تشریح نمی‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به ارمغان می‌آورد. اگر کسب و کارها به این نکته مهم توجه نداشته باشند، در بلندمدت با کاهش انگیزه اعضای تیم فروش برای همکاری مواجه خواهند شد. این امر مشکلات بسیار اساسی و مهمی پیش روی آنها قرار می‌دهد. امروزه تعامل با تیم‌ها فروش و تلاش برای بهبود وضعیت برند بدون توجه به شیوه‌های مناسب امکان‌ناپذیر است. نکات مورد بحث در مقاله کنونی برای شروع فرآیند پیش‌بینی بازار کاربرد بالایی دارد. نکته مهم کاربست درست و هماهنگ شیوه‌های مورد بحث است. در غیر این صورت شاید نتیجه دلخواه پدیدار نشود.

منبع: **com.learn.gt**

بررسی شیوه‌های کاربردی بازاریابی در اینستاگرام

بازاریابی اینستاگرامی بهتر در سال ۲۰۲۱

برندها در تلاش برای بازاریابی و تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف مسیری بسیار طولانی را طی می کنند. این امر شامل شناسایی سلیقه‌های متفاوت مشتریان و سپس دسته‌بندی هر کدام از آنهاست. سپس طراحی محتوا و بازاریابی برای هر کدام از مخاطب هدف شروع می شود. این امر نتیجه‌بخشی بسیار مطلوبی بر روی فعالیتی برندها به همراه دارد.

برخی از برندها همچنان به بازاریابی و تبلیغات براساس شیوه‌های سنتی پایبند هستند. این امر نتیجه‌ای به جز کاهش شدید سطح تعامل کاربران با برند و همچنین ریزش وسیع مشتریان به همراه ندارد بنابراین برندها باید به دنبال تاثیر گذاری مطلوب بر روی مخاطب هدف باشند.

بهبینسازی پروفایل اینستاگرام

برندها در اینستاگرام باید در حداکثر ۱۵۰ کاراکتر تاثیر گذاری مطلوب بر روی مخاطب هدف را اعمال نمایند. در غیر این صورت میزان تاثیر گذاری آنها بر روی مخاطب هدف به شدت کاهش خواهد یافت. بدون تردید همه ما تجربه مشاهده پست‌هایی با کپشن‌های طولانی در اینستاگرام را داشته‌ایم. شاید در نگاه نخست این پست‌ها جذابیت خاصی برای مخاطب هدف داشته باشد، اما واقعیت خلاف این امر را ثابت کرده است. بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را ندارند. دلیل این امر ناشی از نگارش کپشن‌های بیش از اندازه طولانی است.
بهبینسازی پروفایل اینستاگرام، علاوه بر کاهش کاراکترهای کپشن، به نکات دیگری نیز ارجاع دارد. بر این اساس برندها باید اطلاعات دقیقی بر روی پروفایل‌شان بارگذاری نمایند. اگر یک برند در اینستاگرام از تصویر پروفایلی به جز لوگو استفاده نماید، اعتماد مشتریان به سختی جلب خواهد شد. این امر در مورد نام کاربری نیز صحت دارد. به عبارت دیگر، کسب و کارها باید بدون نیاز به هر گونه شخصی سازی فرآیند فعالیت‌شان بر محور یک یا دو شخصیت به حضور آنلاین ادامه دهند. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی پیش روی‌شان قرار خواهد گرفت.



بدون تردید بسیاری از برندها در زمینه شناسایی شیوه‌های مناسب برای بازاریابی و تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف با بهینه‌سازی اکانت‌شان مشکل خواهند داشت. یکی از بهترین راهکارها در این میان مشاهده نحوه مدیریت اکانت از سوی برندهای مطرح است. این امر الگوی عینی از شیوه‌های مناسب بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف در اختیار برندها قرار می‌دهد. برخی از کسب و کارها در این میان اقدام به ایجاد زیرشاخه‌هایی برای شرکت‌شان می‌کنند. به عنوان مثال، اگر برند شما دارای شعبه‌ای در آمریکای شمالی است، ایجاد یک اکانت مستقل برای تولید محتوای اختصاصی ایده جذابی خواهد بود. این امر موجب تاثیر گذاری بهتر بر روی مخاطب هدف حاضر در آمریکای شمالی خواهد شد.

انتخاب تصویر پروفایل مناسب

همانطور که پیش از این اشاره شد، انتخاب تصویری به جز لوگوی برند برای اکانت امر جالبی نخواهد بود. کاربران با مشاهده تصویر پروفایل برندها بسیاری از نکات را متوجه می شوند. با این حساب اگر یک برند تصویری به جز لوگویش را در پروفایل قرار دهد، امکان شناسایی سریع از سوی کاربران را از دست می‌دهد. این امر نقش بسیار مهمی بر روی کاهش میزان تمایل کاربران برای تعامل با برندها دارد. برخی از کسب و کارها در این میان اقدام به اعمال تغییراتی در لوگوی برند می‌کنند. این امر شاید در ابتدا جذاب به نظر برسد، اما موجب بروز تردیدهایی در نگاه مشتریان خواهد شد.

بهترین ایده برای تصویر پروفایل برند رعایت چارچوب‌های اصلی در زمینه بازاریابی است. اگر یک برند به این نکته مهم توجه نداشته باشد، به سرعت با مشکلات عمیقی مواجه خواهد شد. یکی از نکات مهم در این میان توجه به نمایش تصویر پروفایل برند در قالب دایره‌ای است بنابراین لوگوی شرکت باید به خوبی در دایره موردنظر نمایش داده شود. در غیر این صورت تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلات بسیار زیادی همراه خواهد شد. بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را ندارند بنابراین به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف مواجه می‌شوند. نمایش ناقص لوگو در بخش پروفایل تاثیر به شدت منفی بر روی ذهنیت مخاطب هدف دارد بنابراین باید نگاه متفاوتی به وضعیت برند در این بخش داشته باشیم.

طراحی محتوای بصری جذاب

اینستاگرام یک پلتفرم بصری است بنابراین تولید محتوای تصویری برای جلب نظر مخاطب هدف ضروری خواهد بود. برخی از برندها در تولید تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف ایده‌های متفاوتی را دنبال می‌کنند. بدون تردید استفاده از فرمت‌های محتوایی گوناگون برای بازاریابی کاربردهای خاص خود را دارد. نکته مهم در این میان توجه به شرایط اینستاگرام است. وقتی کاربران در یک شبکه اجتماعی استقبال مناسبی از محتوای بصری دارند، تاکید بر روی محتوای متنی

ایستگاه بازاریابی



رونمایی توئیتر از فلیتز

برای کاربران سراسر دنیا

به قلم: اندرو هانکینسون کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل علی

توئیتر پس از رونمایی محدود از گزینه داستان محور «فلیتز» برای کاربران ژاپن در طول هفته گذشته به سراغ رونمایی جهانی از آن رفته است. این ابزار اکنون در دسترس تمام کاربران گوشی‌های هوشمند دارای سیستم عامل اندروید و IOS است. اگر هنوز برخی از کاربران این ابزار را مشاهده نمی‌کنند، طی چند روز آینده تنظیمات موردنظر برای آنها فعال خواهد شد. ابزار فلیتز پای استوری‌ها را به توئیتر باز خواهد کرد. کاربران توئیتر در طول سال‌های اخیر به طور مداوم از فقدان گزینه‌ای مناسب برای بارگذاری توئیتر در این پلتفرم شکایت داشتند. اکنون مدیران ارشد توئیتر یکی از بهترین زمان‌ها برای رونمایی از گزینه تازه‌شان را انتخاب کرده‌اند. بدون شک شمار بالایی از کاربران در تعطیلات سال نو اقدام به استفاده از این بخش خواهند کرد.

بارگذاری تویت در توئیتر همیشه جذابیت بالایی داشته است. نکته مهم در این میان عدم مشاهده بسیاری از تویت‌ها از سوی کاربران است. این امر مشکلات بسیار زیادی برای اکانت‌های تجاری و حتی کاربران عادی به همراه می‌آورد. رونمایی از بخش فلیتز برای توئیتر امکان پوشش عدم بازدید از برخی تویت‌ها را به همراه دارد. همانطور که در بخش استوری پلتفرم هایی نظیر اینستاگرام گزینه‌های متعددی برای بارگذاری محتوا در دسترس کاربران است، در اینجا نیز کاربران گزینه‌های مختلفی دارند. گزینه‌های در دسترس کاربران توئیتر در بخش فلیتز به شرح ذیل است:

• فلیتز متنی: فلیتز متنی نخستین گزینه در دسترس کاربران محسوب می‌شود. کاربران توئیتر امکان بارگذاری متن‌هایی در قالب استوری را خواهند داشت. متن‌های موردنظر در پس زمینه‌های رنگارنگ برای مدت ۲۴ ساعت در دسترس خواهد بود.

• بازنشر تویت: بازنشر تویت در بخش فلیتز نقش مهمی در افزایش بازدید آن خواهد داشت. همانطور که پیش از این نیز اشاره شد، بسیاری از کاربران در عمل به تویت‌های شمار بالایی از دیگر کاربران و برندها توجه نمی‌کنند. این امر در صورت بی‌توجهی کاربران به تویت‌های دیگران شانس دوباره برای ناشر تویت‌های موردنظر ایجاد خواهد کرد.

• انتشار ویدئو و تصویر: ویدئو و تصویر همیشه جزو فرمت‌های مورد علاقه کاربران در شبکه‌های اجتماعی بوده است. دلیل این امر سهولت بارگذاری محتوای بصری و جذابیتش برای مخاطب هدف است. امروزه اغلب بازاریاب‌ها از محتوای ویدئویی برای جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران استفاده می‌کنند. با این حساب بارگذاری محتوای ویدئویی در فلیتز ایده جذابی خواهد بود.

بدون تردید فلیتز در گام‌های نخست کمبودهای بسیار زیادی در مقایسه با استوری اینستاگرام یا اسنپ چت خواهد داشت. مدیران ارشد توئیتر در تلاش برای بهبودی وضعیت این پلتفرم به صورت مداوم هستند بنابراین با گذشت زمان تجربه کاربری از فلیتز به شدت بهبود خواهد یافت.

یکی از گزینه‌های جذاب در فلیتز امکان بارگذاری ویدئوهای کوتاه در قالب گیف است. این امر نقش مهمی در جلب نظر مخاطب هدف و تعامل بهینه میان کاربران مختلف خواهد داشت. برنامه‌های بیشتر توئیتر برای بخش فلیتزش هنوز در ابهام فراوان قرار دارد. رونمایی از فلیتز در وهله نخست محدودیت‌های گسترده بخش استوری توئیتر نسبت به دیگر پلتفرم‌ها را به رخ می‌کشد. یکی از نیازهای اصلی توئیتر برای رقابت بهتر در زمینه استوری افزودن امکان استفاده از فلیترهای مختلف و بهره‌گیری از فناوری واقعیت افزوده است. امروزه پلتفرم‌هایی نظیر اسنپ چت به طور عمده به دلیل فیلترهای جذاب‌شان مورد توجه کاربران قرار دارند. الگوبرداری از این مسیر برای توئیتر ضروری خواهد بود. در غیر این صورت شانس برای تاثیر گذاری پایدار بر روی کاربران آنلاین نخواهد داشت.

منبع: socialmediatoday.com



بی‌دلیل خواهد بود.

طراحی محتوای بصری باید براساس داده‌های مبتنی بر ارزیابی رفتار مشتریان صورت گیرد. این امر تاثیر گذاری محتوای بازاریابی را به شدت افزایش می‌دهد. برخی از برندها به طور مداوم در تلاش برای بازاریابی و تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف با شکست مواجه می‌شوند. دلیل این امر تولید محتوای بصری بدون توجه به سلیقه مخاطب هدف است.

یکی از نکات مهم در زمینه طراحی محتوای بصری در اینستاگرام توجه به معنای هر محتواست. برخی از برندها صرفا با هدف سرگرم ساختن مخاطب هدف دست به تولید محتوا می‌زنند. این امر میزان تاثیر گذاری محتوا بر روی مخاطب هدف را به شدت کاهش می‌دهد. استفاده از انیمیشن به دلیل امکان ایجاد تنوع گسترده در انتقال پیام بازاریابی گزینه جذابی برای برندها خواهد بود.

بدون شک برخی از برندها نسبت به بارگذاری محتوای مناسب در اینستاگرام تردیدهایی دارند. اگر شما نیز در همین دسته جای دارید، توجه به ایده‌های پیشنهادی ذیل کاربردی خواهد بود:

• نمایش پشت صحنه کسب و کار همیشه جذابیت‌های بسیار زیادی برای کاربران دارد. برخی از برندها در این زمینه اقدام به بارگذاری محتوای جذاب و تعاملی می‌کنند. این امر در صورت توجه برندها به فرآیند تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف و سلیقه آنها نتیجه‌بخشی مطلوبی خواهد داشت. برندهایی که در زمینه تولید محصولات فعالیت دارند، همیشه با نمایش خط تولیدشان نظر مخاطب هدف را جلب می‌کنند.

• افزودن متن‌های کوتاه یا نقل قول به تصاویر میزان تمایل کاربران برای تعامل با برند را به شدت افزایش می‌دهد. برخی از برندها به خوبی از این نکته استفاده می‌کنند. اگر کسب و کار شما تا به حال چنین ایده‌ای را آزمایش نکرده است، بهترین ایده تلاش برای بازاریابی و تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از چنین تکنیک‌هایی خواهد بود.

• بازنشر محتوای تولیدی کاربران نقش مهمی در افزایش سطح تعامل با مخاطب هدف دارد. امروزه کاربران به طور مداوم درباره برندهای موردعلاقه‌شان محتوا تولید می‌کنند. بازنشر محتوای تولیدی کاربران فرصت فراهم‌سازی خوراک مناسب برای صفحه اصلی برند بدون نیاز به پرداخت هزینه را ایجاد می‌کند. نکته مهم در این میان تگ کردن اکانت تولیدکننده محتوای موردنظر است. در غیر این صورت شاید فعالیت برند شما همراه با شکایت کاربران گردد.

استفاده از بخش IGTV برای تولید محتوای ویدئویی طولانی همیشه ایده جذابی است. بسیاری از برندها اقدام به برگزاری جلسات پرسش و پاسخ در قالب بخش لایو می‌کنند. ذخیره‌سازی این بخش یا حتی تبدیل ویدئوی آن به IGTV امکان تاثیر گذاری مداوم بر روی مخاطب هدف را به همراه دارد.

نگارش کپشن‌های جذاب

همانطور که پیش از این نیز بیان شد، اینستاگرام یک پلتفرم بصری است. بسیاری از کاربران و برندها این امر را به معنای عدم اهمیت کپشن‌ها درداشت می‌کنند بنابراین مشاهده تمایل اندک برندها برای نگارش کپشن‌های کوتاه یا حتی حذف این بخش طبیعی خواهد بود. نکته مهم در این میان تاثیر گذاری کپشن‌ها به رغم تصویر محوری اینستاگرام است. امروزه کاربران حوصله مشاهده ویدئوهای بازاریابی یا حتی تصاویر ساده را ندارند. آنها ابتدا به سراغ کپشن مطلب برای کسب اطلاعات سریع می‌روند. اگر یک برند توضیحات مناسبی در بخش کپشن داده باشد، کاربران انگیزه کافی برای تعامل با برند موردنظر را پیدا خواهند کرد.

نگاش کپشن‌های جذاب یک نوع هنر محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به نگارش کپشن‌های طولانی می‌کنند. این امر تاثیر منفی بر روی ذهنیت کاربران از یک برند دارد بنابراین بسیاری از برندها در عمل توانایی جلب نظر مخاطب هدف را پیدا نمی‌کنند. نگارش کپشن باید در عین کوتاهی توانایی بیان ماهیت کلی محتوا را نیز داشته باشد. بی‌تردید این امر دشواری‌های خاصی به همراه دارد بنابراین برندها باید تلاش گسترده‌ای برای تاثیر گذاری مطلوب بر روی مخاطب هدف نمایند.

تمرین در زمینه نگارش کپشن‌های کوتاه همیشه مهارت بازاریاب‌ها را تویت خواهد کرد. همچنین مشاهده نحوه نگارش کپشن از سوی دیگر برندها نیز تاثیر مطلوبی بر وی وضعیت برندها خواهد داشت. در این میان برخی از برندها به طور مداوم در تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف براساس شیوه‌های متفاوت هستند. این امر در مورد برند نشنال جنوگرافیک به طور خاصی صادق پیدا می‌کند. این برند در زمینه کپشن‌نویسی برای سبست‌هایش نکات رایج را رعایت نمی‌کند. بر این اساس تمایل بسیار بالایی از سوی این برند برای نگارش کپشن‌های طولانی وجود دارد. نکته جالب اینکه کاربران به کپشن‌های طولانی این برند توجه بالایی دارند. دلیل این امر استفاده از اطلاعات تخصصی به زبانی ساده در کپشن‌های نشنال جنوگرافیک است. همین امر جذابیت کپشن‌های این برند، در عین طولانی بودن، را حفظ می‌کند.

تعامل با مخاطب هدف

شبکه‌های اجتماعی محلی برای تعامل میان کاربران است. حضور برندها در این فضا نباید روند تعامل میان کاربران را برهم بزند. اکانت‌های تجاری در معنایی کلی نوعی کاربر اینستاگرام محسوب می‌شوند بنابراین باید در تلاش برای تعامل با دیگر برندها باشند.

بدون تردید برندها گزینه‌های بازاریابی و تبلیغاتی بسیار زیادی در اختیار دارند. این امر فرآیند تاثیر گذاری بسر روی مخاطب هدف را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد. برخی از برندها در تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به اتخاذ وجهه‌ای حرفه‌ای می‌کنند. این امر به معنای کاهش سطح تعامل با مخاطب هدف است. بدون تردید کاهش تعامل با مخاطب هدف در اینستاگرام بدترین ایده ممکن از سوی تیم‌های بازاریابی خواهد بود. برندهای بزرگ و موفق به طور مداوم در تلاش برای تعامل با مخاطب هدف هستند. این امر میزان محبوبیت آنها در نگاه مخاطب هدف را به طور مداوم افزایش می‌دهد.

تعامل با مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی کار چندان دشواری نیست. برندها باید مانند کاربران عادی در شبکه‌های اجتماعی رفتار کنند. این امر، صرف نظر از اقدامات تبلیغاتی برندها، موجب بازنمایی جلوه‌ای انسانی از سوی کسب و کارها می‌شود. برندها به طور معمول در ذیل پست‌های بسیار زیادی می‌شوند. بررسی پست‌های موردنظر و واکنش در قبال آنها از طریق تگ یا بازنشرشان برای جذابی خواهد بود. این امر نقش مهمی در بهبود سطح تعامل میان برندها و مخاطب هدف دارد.

بهره‌گیری مناسب از بخش استوری

بخش استوری کاربرد بسیار زیادی برای تعامل کوتاه و سریع با مخاطب هدف دارد. بسیاری از برندها اخبار رسمی برنشان را در بخش استوری درج می‌کنند. همچنین امکان تعامل با مخاطب هدف در قالب بارگذاری و محتوای بصری با ویرایش‌های سبک وجود دارد. یکی از دغدغه‌های برندها در زمینه بازاریابی اینستاگرامی تلاش برای بارگذاری پست به طور مداوم است. توجه به بخش استوری امکان کاهش نیاز به تولید پست را به همراه خواهد داشت.

منبع: blog.hootsuite.com

۷ راهکار طلایی جهت افزایش خلاقیت کارمندان

به قلم: لائره آنبیالوسی کارآفرین
مترجم: امیر آل علی

اگر بخواهیم مهمترین دارایی یک شرکت را نام ببریم، بدون شک کارمندان بیش از هر مورد دیگری، اهمیت خواهند داشت. در واقع شما حتی در صورت در اختیار داشتن بالاترین حد بودجه و یا در اختیار داشتن بهترین مشتریان، در صورتی که عملکرد تیم شرکت مناسب نباشد، همه چیز را از دست خواهید داد. با این حال آیا هر کارمندی را باید مفید تلقی نمود؟ بدون شک پاسخ به این سوال منفی بوده و معیار یک کارمند مناسب، با میزان خلاقیت او، ارتباط بالایی را دارد. تحت این شرایط به نظر می‌رسد که به پیدا کردن آن دسته از افراد محدود هستیم، با این حال این امر بیش از حد سخت بوده و به همین خاطر در ادامه مواردی را بررسی خواهیم کرد که باعث خواهد شد تا تفکر خلاق در کارمندان شما شکوفا شود.

۱- محیطی مثبت را ایجاد نمایید

در ابتدا لازم است تا محیطی آرامش‌بخش و با بار مثبت را ایجاد نمایید. در این راستا تحت فشار قرار ندادن کارمندان و استفاده از گیاهان از جمله ساده‌ترین راهکارها محسوب می‌شود. با این حال مهمترین اقدام این است که فرهنگ درستی را داشته باشید. برای مثال در محیطی که همکاری بین کارمندان و روابط گرم، برقرار است بدون شک احتمال بروز خلاقیت نیز افزایش پیدا خواهد کرد. در نهایت توصیه می‌شود که برای افزایش دانش کارمندان خود نیز برنامه‌ریزی داشته باشید. در واقع اطلاعات بیشتر، زمینه تفکرات و عملکرد حرفه‌ای‌تر را نیز به همراه خواهد داشت.

۲- به افراد گوش دهید

این امر که به کارمندان خود اجازه صحبت کردن را بدهید و صحبت‌های آنها برای شما مهم باشد، خود باعث خواهد شد تا ایده‌های خوب، کنار گذاشته نشود. در این راستا برای هر یک از کارمندان، زمانی مشخص را تعیین نمایید. در این راستا توجه داشته باشید که مدیریت شما باید به نحوی باشد که بر روی برنامه‌ریزی شخصی شما نیز تاثیر منفی را به همراه نداشته باشد. برای این امر که شنونده بهتری باشید، می‌توانید مقالات مرتبط با این موضوع را مطالعه نمایید.

۳- جوایزی را تعیین نمایید

انگیزه‌های باید وجود داشته باشد تا افراد به سمت بروز خلاقیت سوق پیدا کنند. در این راستا توصیه می‌شود که جوایز را براساس ویژگی‌های کارمندان خود تعیین نمایید. در واقع در این زمینه بهترین مورد، موارد نقدی و یا مرخصی‌های با حقوق خواهد بود. با این حال شما می‌توانید براساس شرایط و امکانات شرکت، موارد خلاقانه را نیز ایجاد نمایید. به صورت کلی جوایز کمک خواهد کرد تا افراد به سمت بروز خلاقیت بیشتر در کار خود، سوق پیدا کنند.

۴- از به‌روزترین تکنولوژی‌ها استفاده نمایید

تا زمانی که افراد درگیر اقدامات ساده باشند، مجال برای فکر کردن به موارد جدید به وجود نمی‌آید. در این راستا توصیه می‌شود که همواره به فکر ساده‌تر کردن اقدامات روزمره کارمندان خود باشید. در این زمینه تکنولوژی‌های جدید، بهترین گزینه محسوب می‌شود. با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که استفاده از تکنولوژی تنها چنین مزیتی را به همراه نداشته باعث خواهد شد تا افراد در برخورد با این ابزارها، به مواردی دست پیدا کنند که تاکنون از نظر آنها پنهان مانده است.

۵- نتایج را به اشتراک بگذارید

کارمندان خود را نسبت به نتایج به دست آمده، آگاه سازید. در واقع مشاهده پیشرفت آنها بدون شک انگیزه‌ساز بوده و باعث می‌شود تا تمایل بالایی را به ادامه این روند داشته باشند. در کنار این موضوع شما می‌توانید نرخی برای خلاقیت کارمندان در شرکت تعیین کرده و در صورت مناسب نبودن آن، برنامه‌ریزی‌های جدیدی داشته باشید.

۶- اجازه اشتباه را بدهید

یکی از مهمترین عواملی که باعث می‌شود تا خلاقیت کارمندان ناپسود گردد این است که آنها به کارمندان خود اجازه اشتباه را نمی‌دهند. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که تفکر خلاق درست به مانند بدنسازی است. در واقع در ابتدا افراد با خستگی و عملکرد ضعیفی همراه هستند. با این حال پس از مدتی حتی سخت‌ترین تمرین‌ها نیز فشار چندانی را نخواهد داشت. به همین خاطر شما باید صبور باشید و اجازه دهید که این مسیر، روند طبیعی خود را طی کند.

۷- براساس توانایی‌ها اقدام به تقسیم وظایف نمایید

هیچ دلیلی وجود ندارد که در یک شرکت، وظایفی یکسان وجود داشته باشد. در واقع در این زمینه شما باید به توانایی‌های افراد توجه داشته باشید. برای مثال اگر یک کارمند، سرعت تایپ بالاتری را دارد، توصیه می‌شود که این دسته از اقدامات را به وی محول کرده و به صورت کلی موارد را به تخصص افراد پیوند دهید. در واقع افراد در زمینه‌ای که تخصص بالاتری داشته و به آن علاقه دارند، خلاقیت‌هایی را نیز خواهند داشت.

منبع: businesscommunity.com



۵ قدمی که لازم است در محیط کار جدید بردارید



همین کافی است که بدانید کسانی در محیط کار هستند که از شما حمایت می‌کنند. وقتی با چند نفر از کارکنان آشنا شدید، حتما آنها شما را به دیگران معرفی می‌کنند؛ بدین ترتیب با افراد بیشتری در محل کار آشنا خواهید شد.

۴. با سیاست‌های کاری شغل جدید آشنا شوید

قبل از ورود به شغل جدید در مورد سیاست‌های آن سازمان مانند ساعات کاری و تعطیلات مطلع شوید. لازم است در مورد قوانین جزئی‌تر مجموعه چون وقفه‌های استراحت بین ساعات کار، دادن غذا به کارکنان، قوانین مربوط به استفاده از موبایل یا لپ‌تاپ در محیط کار نیز اطلاعات کافی به دست آورید.

معمولا این اطلاعات در جلسه معارفه در اختیارتان قرار داده می‌شود، اما ممکن است از بیان برخی جزئیات امتناع شود؛ به همین خاطر پرس و جو در این مورد اهمیت زیادی پیدا می‌کند.

۵. هرچه زودتر دست به کار شوید

اغلب هنگام ورود به شغل جدید تمایل داریم قبل از شروع به کار، از روند کار به طور کامل مطلع شویم. نباید اجازه دهید این وسوسه مانع کار کردن‌تان شود. بهترین راه برای یادگیری، اقدام کردن است. با زیر نظر گرفتن کار دیگران هرگز تجربه لازم را به دست نمی‌آورید. بهتر است هرچه زودتر دست به کار شوید و پروژه اول‌تان را بگیرید. با این کار، نه تنها خودتان را می‌سنجید، بلکه در کوتاه‌ترین زمان ممکن به روال کاری مجموعه آگاه می‌شوید و به آن عادت می‌کنید. وقتی کارتان را به طور جدی شروع می‌کنید، احساس خواهید کرد یکی از اعضای گروه کاری هستید.

همچنین، وقتی کار می‌کنید، راهی برای ورود افکار منفی و احساس اضطراب و نگرانی باقی نخواهد ماند.

منبع: forbes/ucan

۲. با یکی از همکاران‌تان ارتباطی صمیمی برقرار کنید
وقتی وارد شغل جدیدی می‌شوید، یکی از اولویت‌های‌تان پیدا کردن دوست صمیمی از بین همکاران باشد. او می‌تواند راهنمای خوبی برای شما باشد و کمک کند به شغل جدید متعهد شوید. قطعاً دوست‌تان تمام چیزهایی که برای ماندن در این شغل نیاز دارید را به شما یاد خواهد داد و در مورد مسائل مختلف سازمان اطلاعات ارزشمندی به دست خواهید آورد؛ مثل اینکه روال کار کارمندان این سازمان چگونه است، مدیرتان چه خصوصاتی دارد، چطور باید با او رفتار کرد و ...

کسی که در محیط کار نزدیک شماست، بهترین انتخاب برای دوستی است. اگر در بین همکاران دوستی داشته باشید، می‌توانید در مورد مشکلات محل کار با او صحبت کنید و هر زمان سوالی برای‌تان پیش آمد به سراغش بروید.

۳. با کارکنان شرکت آشنا شوید و دوستان جدیدی پیدا کنید
هنگام ورود به یک شغل جدید، ممکن است دچار احساس تنهایی شوید. این مسئله طبیعی است، خصوصا اگر قبلاً هیچ ارتباطی با کارکنان آن مجموعه نداشته باشید. به دلیل اینکه بخش زیادی از روز را در محیط کار هستید، باید با کارکنان بیشتر آشنا شوید و بتوانید در مواقع نیاز به آنها متکی باشید.

از وقفه‌های کاری که به منظور استراحت به شما می‌دهند استفاده کنید و با افراد بیشتری دوست شوید. اگر جلسه یا گردهمایی برای کارکنان برگزار می‌شود، حتما در آن شرکت کنید. یادتان باشد در اغلب مواقع این شماست که باید برای برقراری ارتباط در محیط کار، گام اول را بردارید؛ پس از برقراری ارتباط با دیگران واهمه نداشته باشید.

البته منظور این نیست با تمام کارکنان دوست صمیمی شوید؛ بلکه هدف این است خانواده کاری تشکیل دهید. لزومی ندارد دوستی‌های‌تان با کارکنان به خارج از محیط کار هم سرایت کند.

اصول و فنون مذاکره موفق در کسب‌وکار

اگر مذاکره شما به صورت گروهی است باید وظایف هر یک از افراد مشخص باشد، شفاف کنید هر فردی پیشبرد کدام بخش از مذاکره را به عهده دارد. این کار دو حسن دارد:

۱. باعث شفافیت و روشن شدن وظایف هر یک از اعضا می‌شود.
 ۲. حس مسئولیت‌پذیری بیشتری به افراد می‌دهد.
- اصل سوم: توجه به خصوصیات فرهنگی و رفتاری:
- اگر طرف مذاکره شما از یک فرهنگ دیگر است باید به نکات ظریف فرهنگی توجه کنید. این مسئله در کسب و کارهای بین‌المللی که مذاکرات بین افرادی از فرهنگ‌های متفاوت رخ می‌دهد بسیار مهم است.

اصل چهارم: خصوصیات شخصیتی و رفتار سازمانی طرف مورد مذاکره را شناسایی کنید:

مسئله مذاکره با افرادی که آنها را از قبل می‌شناسید ساده‌تر است. در صورت امکان قبل از روز مذاکره سعی کنید شناختی هرچند نسبی از طرف مذاکره پیدا کنید. می‌توانید از افرادی که قبلاً با ایشان مذاکره و همکاری داشته‌اند کمک بگیرید. سعی کنید درباره حسن شهرت، توانایی مالی وی برای انجام تعهدات مالی و مواردی مثل داشتن مجوز و پروانه برای انجام فعالیت مورد مذاکره اطلاعات موثقی کسب کنید.

نویسنده: سکینه حجازی فر
کارشناس ارشد کارآفرینی

وقتی کسب‌وکاری دارید یا در سازمانی مشغول به کار هستید، شرکت در جلسات مذاکره اجتناب‌ناپذیر است. بعضی از این مذاکرات درون سازمانی و بین اعضای یک تیم است و برخی بین سازمانی. در واقع شرکت‌ها برای انجام امور مختلف اعزام تا مأمین مواد اولیه، جذب سرمایه‌گذار، جذب شریک تجاری، برون‌سپاری و یا تبلیغات کسب‌وکار خود و ... باید از دروازه مذاکرات عبور کنند. حالا که به اهمیت یادگیری اصول و فنون مذاکره پی بردید بایاید با هم شش اصل لازم برای داشتن یک مذاکره موفقیت‌آمیز را مرور کنیم:

اصل اول: آمادگی کافی داشته باشید:

برای اینکه یک مذاکره خوب داشته باشید حتما با آمادگی وارد جلسه مذاکره شوید. برای ایجاد آمادگی بهتر است قبل از روز مذاکره با توجه به موضوع مورد مذاکره و براساس ماتریس SWOT کسب و کار خود استراتژی خود را در مذاکره مشخص کنید. نتیجه و پیشنهادهای طرف مقابل را پیش‌بینی کنید تا آمادگی کافی و لازم را در روز جلسه داشته باشید.

اصل دوم: تقسیم وظایف کنید:

منبع: modirinfo

ضرورت تدوین پیوست فرهنگی پروژه‌های فضای سبز

قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گفت: پروژه‌های فضای سبز در شهر قم نیاز به پیوست فرهنگی دارند. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم، سید موسی حسینی کاشانی با اشاره به اینکه بوستان کتاب می‌تواند به یک الگو برای فضای سبز کل شهر تبدیل شود بر ضرورت تدوین پیوست فرهنگی برای پروژه‌های فضای سبز تأکید کرد. مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم با اشاره به عملکرد شهرداری قم در توسعه فضای سبز و بوستان‌های موضوعی، اظهار داشت: در سال‌های اخیر اقدامات خوبی در تقویت زیرساخت‌های خوبی در فضای سبز قم شده است و می‌شود حرکت‌های خوبی را مشاهده کرد. حسینی کاشانی افزود: با توجه به آمار و ارقامی که خود مجموعه شهرداری ارائه می‌دهد به نظر می‌رسد که شاهد جهش خوبی در حوزه توسعه فضای سبز در شهر قم هستیم. وی ادامه داد: اگر بتوانیم پیوست فرهنگی که برای برنامه‌های مختلف شهر کار می‌شود در نظر بگیریم قطعاً خروجی بهتر و مناسب‌تری خواهد داشت و یکی از این کارها این است که بتوانیم در فضاهای مختلفی که در شهر ایجاد می‌شود پیش‌بینی به‌منظور مجموعه نیازهای شهروندان داشته باشیم. مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم تصریح کرد: استفاده صرف از فضای سبز موضوع حسینی کاشانی نامگذاری بوستان‌ها را یکی از موارد این پیوست فرهنگی ارزیابی کرد و گفت: خود نام‌گذاری بوستان‌ها به نام‌های فرهنگی می‌تواند کمک بکند و در کنار آن برنامه‌های مختلف فرهنگی هنری است که در بوستان‌ها می‌تواند برگزار شود و رغبت مردم را نسبت به فضای سبز بیشتر کند. وی تصریح کرد: باید تلاش کنیم با همکاری دستگاه‌های مختلف که این نام‌گذاری از صرف اسم بوستان کتاب خارج شود و بوستان کتاب بتواند همه مؤلفه‌های بحث کتاب را بتواند در خودش داشته باشد که هر کس به این بوستان مراجعه می‌کند متوجه کتاب محور بودن آن بشود. مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم با اشاره به برنامه‌های پیش‌بینی‌شده برای توسعه این بوستان‌ها احداث کافه کتاب در بوستان کتاب را یکی از طرح‌ها دانست و تأکید کرد: در استان البرز نمونه این را دانشتیم این بوستان هم این قابلیت را دارد که با احداث کافه کتاب در آن علاوه بر تشویق بیشتر به حضور مردم امکان عرضه کتاب را هم فراهم کند. حسینی کاشانی با اشاره به اقدامات موسسه تبیان در حوزه بازی‌های مفهومی، تصریح کرد: چنین مؤسسه‌ای می‌تواند در بوستان کتاب با رویکرد کتاب فعالیت داشته باشند و شهرسازی با مفهوم کتاب را در بوستان کتاب داشته باشیم و اگر شهرداری قم این موضوع را پیگیری کند اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی هم در حد توان در کنار شهرداری خواهد بود.



ارسال همزمان سه محصول تولیدی پالایشگاه ایلام به واحد الفین پتروشیمی:

نقطه عطف تولید، در سال جهش تولید

ایلام - مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام از ارسال سه محصول تولیدی این پالایشگاه به پتروشیمی ایلام خبر داد و گفت: عملیات پیمایش و انتقال سه محصول گاز مایع خام، میعانات گازی و اتان تولیدی این پالایشگاه، با هدف تامین خوراک واحد الفین پتروشیمی ایلام، از اواسط آبان ماه سال جاری، از طریق خط لوله آغاز شده است. به گزارش روابط عمومی، دکتر "روح اله نوریان" با اشاره به اینکه از بدو راه اندازی این پالایشگاه بدلیل عدم راه اندازی واحد الفین پتروشیمی ایلام امکان دریافت این محصولات از سوسی آن مجتمع میسر نبود، افزود: خوشبختانه تلاش همکاران و پیگیری مسئولان در شرکت ملی گاز و پالایشگاه از سالیهای گذشته تاکنون، برای تکمیل بخش مهمی از زیرساخت‌ها، در سال جهش تولید به ثمر رسید و ارسال این محصولات با ارزش، ضمن تأثیرات قابل توجه در شاخص‌های تولیدی و درآمدی شرکت پالایش گاز ایلام، کاهش آلایندگی‌های زیست محیطی را در پی خواهد شد. وی با اشاره به اینکه تاکنون میعانات گازی توسط تانکر به مبادی مصرف در کشور ارسال می‌شد، اظهار داشت: در چند سال اخیر ضمن مصرف بخشی از گاز اتان تولیدی بعنوان سوخت بویلرهای فشار پایین و تزریق مایقی به خط سراسری گاز، بخشی از گاز مایع خام نیز پس از استحصال میعانات گازی به مجتمع گاز پارس جنوبی، در راستای کاهش عدم هدرفت این محصولات، ارسال شده است. وی با بیان اینکه ۲۵ آبان ۹۹ عملیات ارسال مستمر و همزمان هر سه محصول میعانات گازی، گاز مایع خام و اتان به پتروشیمی نقطه عطفی را در تاریخ تولید این شرکت از سال ۸۶ تاکنون رقم زده است، خاطر نشان کرد: تعهدات محصولات تولیدی فاز اول این پالایشگاه بعنوان خوراک پتروشیمی برای گاز اتان ۱۳۰ هزار تن، گاز مایع خام ۲۳۰ هزار تن و میعانات گازی یک و نیم میلیون بشکه در سال می‌باشد که انتظار می‌رود برنامه افزایش این خوراک به میزان ۵۰ درصد، در فاز دوم این پالایشگاه، محقق گردد.



همکاران و پیگیری مسئولان در شرکت ملی گاز و پالایشگاه از سالیهای گذشته تاکنون، برای تکمیل بخش مهمی از زیرساخت‌ها، در سال جهش تولید به ثمر رسید و ارسال این محصولات با ارزش، ضمن تأثیرات قابل توجه در شاخص‌های تولیدی و درآمدی شرکت پالایش گاز ایلام، کاهش آلایندگی‌های زیست محیطی را در پی خواهد شد. وی با اشاره به اینکه تاکنون میعانات گازی توسط تانکر به مبادی مصرف در کشور ارسال می‌شد، اظهار داشت: در چند سال اخیر ضمن مصرف بخشی از گاز اتان تولیدی بعنوان سوخت بویلرهای فشار پایین و تزریق مایقی به خط سراسری گاز، بخشی از گاز مایع خام نیز پس از استحصال میعانات گازی به مجتمع گاز پارس جنوبی، در راستای کاهش عدم هدرفت این محصولات، ارسال شده است. وی با بیان اینکه ۲۵ آبان ۹۹ عملیات ارسال مستمر و همزمان هر سه محصول میعانات گازی، گاز مایع خام و اتان به پتروشیمی نقطه عطفی را در تاریخ تولید این شرکت از سال ۸۶ تاکنون رقم زده است، خاطر نشان کرد: تعهدات محصولات تولیدی فاز اول این پالایشگاه بعنوان خوراک پتروشیمی برای گاز اتان ۱۳۰ هزار تن، گاز مایع خام ۲۳۰ هزار تن و میعانات گازی یک و نیم میلیون بشکه در سال می‌باشد که انتظار می‌رود برنامه افزایش این خوراک به میزان ۵۰ درصد، در فاز دوم این پالایشگاه، محقق گردد.

رییس روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر :

رعایت نکات ایمنی در مصرف گاز ضروری است

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: رییس روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر گفت: استفاده درست از وسایل گاز سوز یک ضرورت دائمی بویژه در فصول سرد سال به شمار می‌رود. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر رییس روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر گفت: برای کاهش خطرات جانی و مالی، ضروری است شهروندان در استفاده صحیح از وسایل گاز سوز در منازل نکات ایمنی را رعایت کنند. عباسی افزود: در صورت رعایت نکات ایمنی در نصب و استفاده وسایل گاز سوز میتوان از هر گونه حادثه و اتفاق ناگواری جلوگیری کرد. وی حصول اطمینان از درست کار کردن وسایل گاز سوز را نکته ای قابل توجه دانست و ادامه داد: مصرف کنندگان باید حتماً وسایل گازسوز خود را به متخصصین امر و بازرسی جهت کنترل و رفع عیب نشان دهند. وی افزود: مشترکین می‌بایست از سلامت و استاندارد بودن دودکش و بخاری اطمینان حاصل کنند و با دقت در نصب اتصالات لوازم گازسوز، از خطر نشست گاز پیشگیری به عمل آورند. عباسی با بیان اینکه شهروندان قبل از نصب بخاری با رعایت نکاتی ساده می‌توانند از بروز حوادث جلوگیری کنند. ایراز داشت: آویختن وزنه ای نسبتاً سنگین به داخل دودکش و هدایت آن از دهانه خروجی دودکش به طبقات پایینی یکی، از راه‌های پیشنهادی برای کسب اطمینان از باز بودن مسیر لوله است. وی یکی دیگر از روش‌های صحیح برای کسب اطمینان از نصب وسیله گازسوز در دودکش وسیله گازسوز اعلام کرد و افزود: به منظور کسب اطمینان از کارکرد صحیح وسیله گازسوز، لوله بخاری خود را لمس کنید و در صورتی که گرمای آنرا احساس نکردید، فورا بخاری را خاموش و اشکال را برطرف کنید چرا که دودکش سرد، زنگ خطری است که نشان می‌دهد گازهای سمی وسیله گازسوز در خانه شما در حال انتشار است. عباسی در ادامه افزود: طول شیلنگ گاز نباید حداکثر از ۱۲۰ سانتی متر بیشتر باشد. استفاده از شیلنگ‌های بلند برای رساندن گاز به نقاط مختلف منزل بسیار خطرناک است و باید از این کار خودداری کرد. سردرد، ضعف جسمانی، سرگیجه و بی‌قراری، تهوع و استفراغ، خمیازه کشیدن بیش از حد و کاهش دید از علائم عمومی مسمومیت هاست. حالت خواب‌آلودگی شدید، کسلی، خستگی و کاهش قدرت عضلانی از نشانه‌های اولیه مسمومیت در افراد به شمار می‌رود.



بازدید استاندار گلستان و مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان از نصب پیلون بر روی رودخانه اترک

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: علی اکبر نصیری مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان در حاشیه بازدید و افتتاح پروژه های شهرستان مراوه تپه در معیت استاندار گلستان از پروژه های درحال اجرای و به اتمام رسیده مدیریت توزیع برق مراوه تپه بازدید و از نزدیک از روند پیشرفت فیزیکی این پروژه قرار گرفت. وی در این سفر یک روزه به شهرستان مراوه تپه که با حضور استاندار گلستان و برخی مدیران دستگاه‌های اجرایی صورت گرفت افزود: در سیل ابتدای سال ۹۸ خسارت‌های فراوانی به شبکه های برق این شهرستان وارد شد که جهت جبران این خسارت‌ها، اصلاح شبکه فشار متوسط بطول ۲۲۰۰ متر و نصب دو دستگاه سکسپونرگازی واقع در روستای فرقسر انجام گردید. نصیری گفت: پروژه پیلون بسطام دره (از پروژه های آسیب دیده از حوادث غیر مترقبه سیل) که بر روی رودخانه اترک با طول ۶۷۰ متر با اعتبار حدود ۲۰ میلیارد ریال در حال اجرا بوده و در نوع خود در استان گلستان بی سابقه است. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان اضافه کرد: در این سفر یکروزه به شرق استان از پروژه برقرار شده روستای قوشه تپه یکی از پروژه های برق رسانی به روستاهای بی برق، بازدید شد که خوشبختانه پیشرفت خوبی دارد و از نزدیک با اهالی روستا در خصوص رضایت از عملکرد همکاران شرکت توزیع و مدیریت برق مراوه تپه گفتگو انجام شد.

فدایی فر: ۱۱۱ مورد مراجعه مردمی در ناحیه آزادگان به ثبت رسیده است

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: مدیر منطقه دو شهرداری قزوین گفت: مهر ماه امسال ۱۱۱ مورد مراجعه مردمی در ناحیه شهری آزادگان منطقه دو شهرداری قزوین ثبت شده است. به گزارش روابط عمومی منطقه دو شهرداری قزوین، فدایی فر با اشاره به مهم ترین اقدامات انجام شده در ناحیه شهری آزادگان این منطقه در مهر ماه امسال اظهار کرد: یکی از رسالت های اصلی شهرداری منطقه دو تکريم آراب روج و بررسی مشکلات آنها در کوتاه ترين زمان و به بهترین شکل ممکن است. وی افزود: برای رسیدن به این هدف منطقه دو شهرداری قزوین همواره به دنبال ایجاد سازوکاری است که این امکان برای شهروندان به وجود بیاید. این مسوول گفت: بر همین اساس شهرداری منطقه دو چهار روش ارتباط حضوری، مکانبه ای، تلفنی و سامانه ۱۳۷ را برای بیان مشکلات شهروندان انتخاب کرده است که امیدواریم مورد استقبال مردم هم قرار گیرد. مدیر منطقه دو شهرداری قزوین با اشاره به تعداد مراجعات مردمی که در ناحیه شهری آزادگان به ثبت رسیده است، عنوان کرد: براساس آمارهایی که از طریق نرم افزار به دست رسیده است در مهر ماه امسال ۱۱۱ مورد مراجعه مردمی در ناحیه شهری آزادگان منطقه دو شهرداری قزوین ثبت شده است. وی با اشاره به شیوع بیماری کرونا افزود: همچنان تأکید مدیران و مسئولان منطقه بر این مطالبات شهروندان از روش‌های غیر حضوری است تا خطر بروز بیماری به حداقل برسد.

برای نخستین بار از سوی شرکت ملی حفاری ایران محقق شد

اجرای مراحل آنالیز و مطالعات زمین شناسی مغزه های حفاری در میدان های نفتی دارخوین و اروند

منجر به حذف مخاطرات، هزینه های بالاسری و بسته بندی و انتقال مغزه ها به سایر نقاط کشور یک دستاورد تلقی و موجب کسب امتیاز بسیار بالایی در مناقصات آتی می شود. حسین زاده دیگر مزایای این اجرای این پروژه برای شرکت را امکان آموزش تخصصی و عملی به کارشناسان شرکت های کارفرما و زمینه ساز درآمد زایی برای شرکت عنوان کرد و گفت: در صورت تداوم فعالیت ها در بخش مطالعات زمین شناسی مغزه ها، در آینده نزدیک شاهد تشکیل قطب مطالعاتی آنالیز و مطالعات مغزه در جنوب کشور با محوریت شرکت ملی حفاری ایران خواهیم بود. کارشناس ارشد اداره زمین شناسی شرکت ملی حفاری ایران افزود: این شرکت با توجه به در اختیار داشتن تمامی امکانات تخصصی و دانش فنی لازم، آمادگی انجام مشاوره و ارائه کلیه خدمات آنالیز زمین شناسی مغزه های حفاری را به شرکت های زیر مجموعه شرکت ملی نفت ایران و شرکت های بخش خصوصی دارا می باشد. وی در پایان از اهتمام و مساعدت های بی دریغ رئیس و مجموعه کارشناسان اداره زمین شناسی در تحقق اجرای موفق مراحل آنالیز و مطالعات زمین شناسی مغزه های حفاری در میدان های نفتی دارخوین و اروند قدردانی به عمل آورد.



دانشگاه صنعت نفت اهواز در خصوص تهیه مقاطع نازک به روش Blue Dye برای تعداد ۳۸۰ نمونه طبق زمانبندی دریافت تایید فنی دانشگاه مذکور اشاره کرد. وی با بیان اینکه پس از مغزه گیری از چاه ها لزوم شروع سریع و به موقع آنالیز نمونه ها، فاکتور بسیار تعیین کننده در کیفیت نتایج حاصله خواهد بود، اظهار کرد: از جمله مخاطرات پیش رو برای سلامت مغزه ها نحوه حمل و نقل در مسافت های طولانی می باشد که به طور قطع برای ملی حفاری با توجه به اتکا به مزیت های ذاتی نظیر استقرار در محل مغزه گیری

در نشست مدیر منطقه ۸ با نماینده مجلس مطرح شد:

امنیت و سلامت ساکنین جوار خطوط لوله گاز اولویت اصلی ماست

تولید کنندگان، چندین مورد تعویض کلاس خطوط لوله انتقال گاز با اخذ مجوز از مبادی ذیربط جهت تامین ایمنی ساکنین در برنامه عملیاتی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز قرار دارد. روح الله متفکر آزاد، نماینده مردم تبریز، آذرشهر و اسکو و عضو هیات رئیسه مجلس در ادامه تقسیم کار بین نمایندگان و مسئولین را نشان از همدلی و اتحاد دانست و افزود: گاز جایگاه خاصی در سبد انرژی کشور دارد و بدون شک این نعمت الهی با توجه به فرآورده های مختلفی که از آن حاصل می گردد و کاربردهای متنوع و فراوانی که دارد امروزه به عنوان محور توسعه در نظام مقدس جمهوری اسلامی قرار گرفته است. متفکر آزاد ضمن اشاره به تلاشهای همه مسئولین در جهت کاهش مشکلات مردم و تشکر از همت و فداکاری های کارکنان شرکت انتقال گاز و علی الخصوص منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، بر کاهش مشکلات واحدهای صنعتی و حمایت از تولید در مجاورت خطوط انتقال گاز را مورد تأکید قرار داد.



خطوط انتقال گاز می تواند از هدر رفت سرمایه و زمان و بروز تبعات نامطلوب آتی جلوگیری نماید. خدائی تأکید کرد: در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی، کاهش مشکلات ساکنین همجوار با خطوط انتقال گاز اعم از صنعتی و غیر صنعتی و همچنین حمایت از

با حضور معاون توسعه مدیریت و منابع انسانی استاندار مازندران در شرکت توزیع برق مازندران انجام شد :

برگزاری مراسم آغاز به کار پویش " این خانه روشن است "

است، بار اضافی که از ناحیه تولید و تامین برق استان بویژه در دوره پیک بر شرکت تحمیل می شود، کاسته خواهد شد. وی تعداد مشترکان بر مصرف استان را ۳۶ درصد مجموع مشترکان برق استان برآورد کرد. سیری همچنین از مشترکاتی که بین ۸۰ تا حدود ۴۰۰ مگاوات برق در فصولی غیر از تابستان مصرف می کنند به عنوان مشترکان خوش مصرف یاد کرد. طرح برق امید از اول آبان ماه در استان مازندران همزمان با سراسر کشور اجرایی شد. **اینترنتی شدن ۴۰ خدمت شرکت برق مازندران** مدیرعامل شرکت توزیع برق مازندران همچنین از اینترنتی شدن ارائه ۴۰ خدمت این شرکت به مشترکان در بستر اینترنت و در قالب اپلیکشن "برق من" از ۹ آذر ماه سال جاری خبر داد و گفت که مشترکان می توانند با نصب اپلیکشن برق من این خدمات را دریافت کنند. وی طرح "سیم به کابل" در حدود ۳۰۰ کیلومتر شبکه برق، درخواست اشباع خاموشی، تغییر نام و صورت حساب را از جمله طرح هایی دانست که در بستر اینترنتی شدن مشترکان داده می شود. سیری از بدهی ۲.۵ میلیارد ریالی به پیمانکاران و تولیدکنندگان و تحریم به عنوان مهم ترین مشکل پیش روی شرکت برق مازندران یاد کرد.



برق امید، مصرف برقشان رایگان خواهد بود. سیری با اعلام این میزان برق مصرفی مشترکان در مازندران در پیک مصرف بویژه در تابستان دو تا سه برابر میزان تولید برق استان است، گفت: با اجرای طرح امید، وزارت نیرو و شرکت های برق استانی از جمله مازندران به دنبال تغییر الگوی مصرف و تبدیل مشترکان پر مصرف به خوش مصرف و خوش مصرف ها به کم مصرف هستند. مدیرعامل شرکت توزیع برق مازندران اظهار داشت: با کاهش ۱۰ درصدی میزان مصرف برق توسط مشترکاتی که مصرفشان بیش از ۴۰۰ مگاوات

ساری_دهقان : رقیه صفری در آیین پویش " این خانه روشن است" در شرکت توزیع نیروی برق مازندران با اشاره به اینکه تحریم‌های ظالمانه و ویروس منحوس کرونا در اقتصاد کشور و لایه‌های اجتماعی تأثیر منفی گذاشته است، اظهار داشت: میز خدمت و دولت الکترونیک در راستای مراجعه کمتر مردم به سازمان‌ها را در استان تقویت کردیم. وی افزود: ارتقا بهره‌وری سازمانی و کاهش مصرف برق از طریق پویش این خانه روشن است دنبال می‌شود و در راستای بهره‌وری سازمانی باید این طرح‌ها حمایت شود. معاون توسعه مدیریت و منابع انسانی استاندار مازندران با اشاره به اینکه دسترسی مردم به امورات اداری در بستر دولت الکترونیک باید تقویت شود، تصریح کرد: اطلاع رسانی بهنگامی برای موفقیت سریع در تحقق این پویش باید صورت گیرد. فرامرز سپهری نیز در مراسم آغاز به کار پویش " این خانه روشن است"، آمار مشترکانشکرت توزیع برق مازندران را یک میلیون و ۴۰۰ هزار نفر اعلام کرد. وی با تشریح برنامه ها و اقدامات شرکت توزیع برق مازندران برای روزها و ماه های آینده، افزود: میانگین مصرف این مشترکان به جز فصل تابستان حدود ۴۰۰ مگاوات است که طبق طرح

با کسب گواهینامه مدیریت پسماند محقق شد:

شرکت گاز آذربایجان شرقی پیشرو در سطح دستگاه های اجرایی

۳۰ گرم در ساعت، خرید و نصب دستگاه کمپوستر برای تبدیل پسماند مواد غذایی به کود کمپوست، تامین بودجه برای احداث جایگاه مدیریت پسماند، جامنایی ظروف فلزیک و جمع آوری پسماند، انعقاد قرارداد فروش پسماندهای عادی با پیمانکار معتمد، جمع آوری و بوردایی شش ماهه شبکه های خالی مرکاپتان، پخش و توزیع آب ژاول و جامنایی آن در ایستگاه‌ها، اجرای مانورهای واکنش در شرایط اضطراری ریزش مرکاپتان، مدیریت صحیح پسماند روغن سوخته مواد غذایی، برگزاری دوره های آموزشی مدیریت پسماند، نمونه برداری از روغن های ترانس ضایعاتی شرکت و مدیریت صحیح آنها، جمع آوری پسماندهای الکترونیکی و تحویل به شرکت های مجوزدار، نمونه برداری از المنت فیلترها و ارائه برنامه مدیریت پسماند جدید برای آنها، تهیه نرم افزار مدیریت پسماند و تهیه گزارشات ۶ ماهه مدیریت پسماند از مهم ترین رویکردهای اجرایی در کسب این گواهینامه و ثبت افتخاری دیگر برای شرکت گاز استان آذربایجان شرقی بوده است.



گردد. مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی در خصوص اقدامات شاخص این شرکت در حوزه مدیریت پسماند، اظهار داشت: هر یک و تجهیز خودرو حمل مرکاپتان جهت نقل و انتقال بشکه های پر و خالی پسماند ویژه مرکاپتان در ایستگاه های شرکت برای اولین بار در سطح شرکت های گاز استانی، اجرای پایلوت موفق بوردایی بشکه های خالی مرکاپتان با از ن اشرای عملیاتی شرکت و ۵ و

نشست تعاملی مدیرعامل ذوب آهن اصفهان و مدیر کل صدا وسیما استان

اصفهان - **قاسم اسد:** بهرام عبدالحسینی مدیر کل صدا و سیما استان اصفهان و هیأت همراه ۲۶ آبان ماه ضمن حضور در ذوب آهن اصفهان با منصور یزدی زاده مدیرعامل و مسئولین روابط عمومی این شرکت در خصوص فعالیت های رسانه ای و فرهنگی مشترک، دیدار و گفتگو کرد. عبدالحسینی در این دیدار، ذوب آهن اصفهان را یکی از مراکز صنعتی مهم کشور دانست که نقش مهمی در تحقق جهش تولید دارد و گفت: انعکاس دستاوردهای این شرکت در شرایط سخت اقتصادی کنونی موجب امید بخشی است و از اهمیت بالایی برخوردار است. وی ذوب آهن را یکی از معدود صنایع کشور



صنعت کشور و همچنین بیان مشکلات صنایع، قدردانی کرد و اعلام آمادگی نمود که همچون گذشته، همکاری های مشترک ذوب آهن اصفهان با صدا و سیما و مرکز اصفهان، تداوم داشته باشد.

نگرش جدید دانشجویان بین‌المللی به کرونا



زندگی به حالت عادی برمی‌گردد، ۱۹ درصد معتقدند که سه تا شش ماه، ۱۲ درصد معتقدند که شش تا ۱۲ ماه و ۲۶ درصد طی یک تا دو سال آینده را مدنظر قرار دارند.

با توجه به اینکه بیش از ۶۰ درصد دانشجویان انتظار دارند تا ژانویه ۲۰۲۱ بتوانند به کشور مقصد سفر کنند، این نشان می‌دهد که اکثر آنها قبل از اینکه فکر کنند همه چیز به حالت عادی باز می‌گردد، از سفر به کشور انتخابی خود بسیار خوشحال هستند.

اما نظرات دانشجویانی که می‌خواهند در آینده تحصیل خود را در سایر کشورها آغاز کنند کمی با دانشجویان فعلی متفاوت است. این دانشجویان بیشتر از کشورهایمانند هند، ایالات متحده، پاکستان، نیجریه، بنگلادش، کانادا، اندونزی و انگلیس هستند و می‌خواهند در رشته‌های بازرگانی و مدیریت هستند. ۲۳ درصد در استرالیا، فرانسه و هلند تحصیل کنند.

۴۲ درصد این دانشجویان قصد دارند در کارشناسی تحصیل کنند. ۳۵ درصد قصد تحصیلات تکمیلی دارند. سایر دانشجویان در سایر دوره‌ها قصد تحصیل دارند. ۲۳ درصد این دانشجویان علاقه‌مند به تحصیل در رشته‌های مهندسی و فناوری، ۱۹ درصد در رشته‌های پزشکی و دندانپزشکی، ۷ درصد در رشته‌های آماری و ۵ درصد در رشته علوم اجتماعی می‌خواهند تحصیل کنند.

دانشجویان آینده در سراسر جهان مجبور شده‌اند به دنبال بحران کرونا برنامه‌های آموزشی و انتظارات خود را کاملاً تغییر دهند. ۷۳ درصد از دانشجویان آینده هنوز در مرحله تحقیق در مورد دانشگاه‌ها و دوره‌های مختلف هستند و جالب است که ۳۵ درصد دانشجویان در ابتدا قصد داشتند که تحصیلات خود را در سال ۲۰۲۰ آغاز کنند و ۵۵ درصد دیگر قصد ندارند ادامه تحصیل دهند. مهمترین دلیل برای این دانشجویان در عدم شروع تحصیل، ممنوعیت‌های سفر از جمله عدم صدور ویزا، نبود پرواز و محدودیت‌های ورود به کشور جدید در دوران کرونا بوده است.

۶۹ درصد از دانشجویان آینده گفته‌اند که کرونا برنامه آنها را برای تحصیل در خارج از کشور تحت تأثیر قرار داده است و ۵۷ درصد قصد دارند تحصیل خود را تا سال آینده به تعویق بیندازند. برای درک آرزوهای دانشجویان از آنها پرسیده شد که به طور ایده‌آل دوست دارند چه سالی تحصیل خود را شروع کنند ۷۲ درصد اکنون امیدوارند که تحصیلات خود را در سال ۲۰۲۱ شروع کنند، در حالی که ۱۶ درصد می‌خواهند از سال ۲۰۲۲ شروع به تحصیل کنند.

موسسات آموزش عالی نقش اساسی در کاهش اضطراب و استرس

تحصیل می‌کنند، پرسیده شد که برای ادامه تحصیل در دوران کرونا با چه موانعی روبرو شده‌اند و ۵۶ درصد گفته‌اند که اقدامات بیشتری برای رعایت سلامتی انجام شود.

از آنها خواسته شده است که فاصله‌گذاری اجتماعی را بیشتر رعایت کنند و همچنین از ۵۶ درصد خواسته شده است که تحصیلات خود را به صورت آنلاین آغاز کنند، در واقع از دانشجویان خواسته شده است تا با پیشرفت ترم، دامنه وسیع‌تری از اقدامات را رعایت کنند تا تأثیر ویروس کرونا در دانشگاه‌ها محدود شود.

جالب اینجاست که در میان اقدامات کنترل‌کننده دانشگاه‌ها، فقط ۱۳ درصد از دانشجویان گفته‌اند که از آنها خواسته شده که آزمایشات منظم COVID-۱۹ را انجام دهند.

اما دانشگاه‌ها برای انطباق با بحران کرونا ویروس و اطمینان از ایمنی دانشجویان چه کرده‌اند. مهمترین اقدام دانشگاه‌ها برگزاری هرچه بیشتر کلاس‌های آنلاین بوده (۶۶ درصد). اما در عین حال ۵۷ درصد دانشجویان گفته‌اند دانشگاه‌ها سعی کرده‌اند ژل ضدعفونی به طور گسترده در دسترس باشد و ۵۵ درصد استفاده از شیلد صورت را ضروری اعلام کرده‌اند.

وقتی از دانشجویان سوال شد که اقدامات دانشگاه‌شان در حمایت از دانشجویان بین‌المللی طی بحران کرونا تا چه حد تأثیرگذار بوده است، اکثریت اظهار داشتند که حمایت دانشگاه آنها تأثیرگذار بوده است. البته ۱۱ درصد هم گفته‌اند که حمایت دانشگاه آنها به هیچ وجه تأثیرگذار نبوده است.

بسیاری از دانشگاه‌ها حمایت مالی را مدنظر قرار داده‌اند و برخی نیز حمایت تغذیه‌ای هنگام قرنطینه را اجرا کردند و برخی از دانشگاه‌ها مشوق‌هایی از جمله بورسیه تحصیلی، تخفیف در شهریه و تخفیف در خوابگاه دوران قرنطینه ارائه داده‌اند.

با این حال، دو سوم پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که هیچ مشوقی از دانشگاه خود دریافت نکرده‌اند. این پاسخ‌ها نشان می‌دهد که دانشگاه‌ها برای جذب دانشجویان بین‌المللی باید مشوق‌های خود را ارتقا دهند. میزان نگرانی دانشجویان از بحران کرونا بار دیگر از آنها پرسیده شد. ۱۶ درصد از پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که به شدت نگران ابتلا به ویروس کرونا هستند که این میزان نسبت به نظرسنجی‌های گذشته کاهش یافته و جالب اینجاست که ۱۹ درصد پاسخ‌دهندگان گفته‌اند که اصلاً نگران نیستند.

از دانشجویان خواسته شد تا زمان بازگشت به زندگی عادی را پیش‌بینی کنند و بگویند تا چه اندازه نسبت به پایان بحران کرونا احساس خوش‌بینی دارند. ۱۵ درصد معتقدند که طی سه ماه آینده

نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد دانشجویان بین‌المللی که با بحران کرونا دچار مشکلات شده بودند، امیدهای تازه‌ای برای پیوستن به برنامه‌های درسی یافته‌اند.

نظرسنجی سایت کیواس از دانشجویان فعلی و دانشجویانی که قرار است در آینده تحصیل خود را شروع کنند پرسیده است که دانشجویان بین‌المللی چگونه با بحران کرونا ویروس انطباق پیدا کرده‌اند. کیواس در طول سال ۲۰۲۰ به طور مداوم گزارش‌هایی مربوط به بحران کرونا و آموزش عالی منتشر کرده است.

در تازه‌ترین نظرسنجی، نظر دانشجویان بین‌المللی فعلی و دانشجویان بین‌المللی احتمالی از دوره ۴ سپتامبر تا ۱۹ اکتبر بررسی شده است. در این نظرسنجی ۷۸۱ دانشجوی فعلی از ۱۲۵ کشور و ۶۹۵۸ دانشجوی آینده از ۱۷۳ کشور پاسخ داده‌اند.

از میان ۷۸۱ دانشجوی بین‌المللی فعلی، ۱۲ درصد از هند، ۴ درصد از ایالات متحده، ۴ درصد از نیجریه، ۴ درصد از چین، ۳ درصد از انگلیس، ۳ درصد از پاکستان و سایر نقاط دنیا بودند. این دانشجویان در دانشگاه‌های سراسر جهان از جمله انگلستان، استرالیا، ایالات متحده، چین، کانادا، هند و سایر نقاط در حال تحصیل هستند.

۵۲ درصد این دانشجویان در مقطع کارشناسی تحصیل می‌کنند، ۲۳ درصد در دوره کارشناسی ارشد و ۱۵ درصد در حال انجام تحصیلات تکمیلی هستند. ۳۰ درصد این پاسخ‌دهندگان در سال ۲۰۱۹ و ۴۲ درصد در سال ۲۰۲۰ در دانشگاه ثبت نام کرده‌اند.

۲۱ درصد از آنها در رشته‌های بازرگانی و مدیریت در حال تحصیل هستند، ۱۸ درصد در رشته مهندسی و فناوری، ۸ درصد در رشته علوم اجتماعی و ۶ درصد در رشته‌های پزشکی و دندانپزشکی تحصیل می‌کنند. ۵ درصد در سایر رشته‌ها در حال تحصیل هستند. ۶۰ درصد این افراد در کشوری که دانشگاه آنها در آن مستقر است و ۳۵ درصد از راه دور از کشور خود تحصیل می‌کنند.

اکثریت اظهار داشتند که یادگیری آنلاین را تجربه می‌کنند و برخی آموزش ترکیبی و حضوری را طی می‌کنند. تنها ۶ درصد از دانشجویان از آموزش حضوری بهره می‌برند. این تغییر نشان می‌دهد که دانشگاه‌ها بیشتر به سمت تجربه یادگیری آنلاین حرکت می‌کنند.

از بین پاسخ‌دهندگان که از راه دور و در کشور خود تحصیل می‌کنند ۸ درصد انتظار دارند که بتوانند به کشور محل دانشگاه خود سفر کنند، اما ۳۰ درصد از آنها ژانویه ۲۰۲۱ را انتخاب کرده‌اند که نشان می‌دهد دانشجویان در مورد امکان تحصیل در دانشگاه خود در سال جدید، احساس خوش‌بینی بیشتری پیدا کرده‌اند.

از پاسخ‌دهندگان که در همان کشوری که دانشگاه‌شان مستقر است



بررسی ۴ تکنیک کاربردی سئو

تکنیک‌های سئو ساده برای کسب و کارهای مختلف

به قلم: گاریت باث کرافین حوزه بازاریابی دیجیتال و کارشناس مدیریت سئو
ترجمه: علی آل‌علی

مدیریت کسب و کار به موازات توسعه فناوری ساده‌تر می‌شود. این امر در مورد فعالیت برندها در حوزه آنلاین به طور ویژه‌ای مصداق دارد. اگرچه استفاده از فضای آنلاین برای بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف ضروری است، اما برخی از برندها و کارآفرینان شیوه‌های مناسب در حوزه مدیریت سئو را نمی‌دانند. نتیجه این امر ناتوانی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف و حتی بهبود وضعیت آنلاین برند است. همین امر ایده اصلی مقاله کنونی را شکل داده است. در ادامه برخی از تکنیک‌های سئو ساده برای تمام کسب و کارها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. مزیت اصلی تکنیک‌های مورد بحث سادگی و امکان پیاده‌سازی در طیف گسترده‌ای از کسب و کارهاست.

۱. استفاده از مزیت ابزارهای گوگل

بسیاری از ابزارهای سئو رایگان هستند. همچنین کاربرد آنها برای کارآفرینان همراه با پیچیدگی‌های زیادی نیست. همین امر جذابیت آنها را افزایش می‌دهد. بدون تردید هر کاربر سئو ساده اینترنت دست‌کم یک بار نام گوگل را شنیده است. وقتی کارآفرینان در تلاش برای انتخاب یک ابزار مناسب به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند، ویژگی‌هایی نظیر برند توسعه‌دهنده ابزار اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. بدون تردید اعتبار برندی مانند گوگل موجب اعتماد بسیاری از برندها به ابزارهای آن خواهد شد. نکته جالب اینکه ابزارهای موردنظر به طور رایگان در اختیار بازاریاب‌ها و کارآفرینان قرار گرفته است. مهم‌ترین ابزارهای گوگل در زمینه مدیریت سئو به شرح ذیل است:

- گوگل بیزینس
- ابزار تحلیل گوگل (Google Analytics)
- کنسول جست‌وجوی گوگل (Google Search Console)

استفاده از گوگل بیزینس به برندها امکان توسعه جایگاه‌شان در فضای آنلاین و جلب نظر دامنه وسیع‌تری از کاربران را می‌دهد. وقتی کاربران در مورد یک برند در گوگل جست‌وجو می‌کنند، نمایش مشخصات دقیق کسب و کار موردنظر اهمیت بالایی دارد. این اطلاعات از طریق ابزار گوگل بیزینس در دسترس برندها قرار می‌گیرد. ثبت نام کسب و کار و درج اطلاعات در مورد برند موجب افزایش تمایل کاربران برای تعامل با برند می‌شود.

اغلب اوقات کسب و کارهای کوچک اقدام به ایجاد پروفایل رسمی در ابزار گوگل بیزینس می‌کنند. این امر موجب شناخت بهتر کاربران از برندهای کوچک می‌شود. بسیاری از برندهای تازه تاسیس و کوچک در عمل مشکل جلب نظر مخاطب هدف دارند. این امر با ایجاد جلوه‌ای معتبر از برند در گوگل تا حد زیادی حل خواهد شد.

ابزار تحلیل گوگل ماهیت حرفه‌ای‌تری در مقایسه با گوگل بیزینس دارد. استفاده از این ابزار برای افراد غیرحرفه‌ای بسیار دشوار خواهد بود. نکته مهم اینکه با یک بار همگام‌سازی سایت رسمی برند با ابزار موردنظر اطلاعات دقیقی در مورد میزان بازدید کاربران و کیفیت حضورشان در سایت در اختیارشان قرار خواهد گرفت. اگر تنظیم این ابزار در وهله نخست برای شما دشوار است، باید از طراح‌های حرفه‌ای سایت کمک بگیرید. این امر هزینه قابل ملاحظه‌ای برای کسب و کار شما در پی ندارد. کنسول جست‌وجوی گوگل نیز یکی دیگر از ابزارهای در دسترس برندهاست. این ابزار در ابتدا تحت عنوان وب مستر معرفی شده بود. کاربرد اصلی ابزار فوق ارزیابی میزان ترافیک ارگانیک سایت‌هاست. این امر اهمیت بسیار زیادی برای آگاهی از موفقیت استراتژی سئو کسب و کار دارد. ترافیک‌های ناشی از تبلیغات ماهیتی مقطعی دارند بنابراین باید حساب آن را از ترافیک ارگانیک جدا کرد.

۲. استفاده از پلاگین‌های سئو در وردپرس

استفاده از پلاگین‌های مناسب در وردپرس فرآیند مدیریت سئو را ساده‌تر از هر زمانی خواهد کرد. بسیاری از بازاریاب‌ها و کارآفرینان برای ارزیابی فرآیند سئو یا اعمال برخی از استراتژی‌ها در این حوزه نیاز به صرف زمان طولانی دارند. مزیت اصلی پلاگین‌ها کاهش زمان موردنیاز برای ارزیابی وضعیت سایت از نقطه نظر مدیریت سئو است بنابراین استفاده از آنها برای هر سایتی ضروری خواهد بود. بهترین پلاگین‌ها برای وردپرس شامل Yoast و Math Plugins است. این پلاگین‌ها امکانات گسترده‌ای در مقایسه با نمونه‌های مشابه در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهد. استفاده از پلاگین‌های وردپرس برای کارآفرینان علاقه‌مند به مدیریت سئو به صورت شخصی ایده‌آل خواهد بود. این امر نیاز شما به کارشناس‌های دیگر را کاهش خواهد داد. برخی از برندها در ابتدای راه‌اندازی سایت رسمی‌شان به دنبال استفاده از پلاگین‌های مناسب نیستند. این امر برندها را از دسترسی به تاریخچه سایت‌شان محروم خواهد کرد. توصیه اصلی در این بخش اقدام برای استفاده از پلاگین‌های مناسب از همان ابتدای راه‌اندازی سایت رسمی برند است.

۳. توجه به تحلیل‌های پیشرفته

اگر توصیه‌های فوق در مورد توجه به پلاگین‌های وردپرس برای کسب و کار شما بیش از اندازه ساده است، گزینه‌های حرفه‌ای‌تری نیز در دسترس خواهد بود. یکی از ابزارهای تحلیل پیشرفته وضعیت سایت‌ها Woopra است. این ابزار گزینه بسیار جذابی برای تحلیل عمیق وضعیت سایت و ترافیک برند است. بدون تردید استفاده از ابزارهای حرفه‌ای نیاز به پرداخت حق اشتراک دارد بنابراین فقط در صورت نیاز به ابزارهایی پیشرفته‌تر از گوگل اقدام به استفاده از Woopra یا هر نمونه دیگری نمایید. یکی از محدودیت‌های اصلی ابزار تحلیلی گوگل مربوط به داده‌های نمونه است. بر این اساس گزارش‌های ابزار موردنظر براساس داده‌های نمونه صورت می‌گیرد. این امر به معنای صرف نظر از تمام ترافیک یک سایت و توجه به بخش محدودی از کاربران است. انتظار از یک ابزار رایگان برای تحلیل دقیق و عمیق تمام بازدیدهای سایت بیش از اندازه رویایی خواهد بود بنابراین باید سطح انتظارات‌تان از ابزاری رایگان را پایین نگه داریم.

۴. نصب شتاب‌دهنده صفحات موبایل (AMP)

سرعت بارگذاری صفحات برای کاربران موبایل دارای اهمیت بسیار زیادی است. اگر صفحات سایت یک برند به صورت سریع بارگذاری نشود، کاربران به مرور زمان انگیزه‌شان برای بازدید از سایت موردنظر را از دست می‌دهند. امروزه اغلب کاربران برای جست‌وجوی محتوای آنلاین از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند بنابراین افزایش سرعت بارگذاری صفحات در گوشی‌های هوشمند نیاز ضروری هر کسب و کاری خواهد بود. نصب شتاب‌دهنده صفحات موبایل یکی از تکنیک‌های سئو حرفه‌ای محسوب می‌شود. این شتاب‌دهنده‌ها سرعت بارگذاری صفحات برای کاربران گوشی‌های هوشمند را به شدت افزایش می‌دهد بنابراین دیگر نیازی به نگرانی درباره سرعت بارگذاری صفحات سایت برند نخواهد بود. امروزه مدیریت سئو بدل به یکی از نیازهای اصلی کسب و کارها شده است. بسیاری از برندها در این میان مهارت‌های زیادی در زمینه سئو سایت و مطالب‌شان ندارند. استفاده از نکات مورد بحث در این مقاله نقطه شروع مناسبی برای چنین برندهایی خواهد بود.

منبع: smallbusinessbonfire.com



۵ ویژگی افراد با هوش هیجانی بالا را بدانید

۴. همدلی

همدلی یا توانایی درک احساسات دیگران نیز به طور مسلم برای داشتن هوش هیجانی از اهمیت بالایی برخوردار است ولی همدلی چیزی فراتر از توانایی شناسایی صرف حالات هیجانی دیگران است.

این ویژگی به نحوه واکنش شما نسبت به دیگران براساس این توانایی و همچنین اطلاعاتی بستگی دارد که در ذهن‌تان وجود دارند. اگر متوجه شوید فرد احساس ناراحتی یا درماندگی می‌کند، چه واکنشی از خود نشان می‌دهید؟ ممکن است نگرانش شوید و تا حساسیت بالایی از وی مراقبت کنید یا شاید هم تمام تلاش‌تان را برای بالا بردن روحیه و انگیزه در وی به خرج دهید.

همچنین، همدل بودن به شما امکان می‌دهد پویایی قدرتی را که معمولاً بر روابط اجتماعی، به خصوص در محیط‌های کاری، تأثیر می‌گذارند، به خوبی درک کنید. آنهایی که در این حوزه از توانایی بالایی برخوردار هستند، می‌توانند متوجه شوند قدرت در روابط مختلف دست چه فرد یا افرادی است، درک کنند این نیروها چگونه می‌توانند بر احساسات و رفتارها تأثیر بگذارند و موقعیت‌های مختلفی را که وابسته به چنین پویایی قدرت هستند، به طور دقیق تفسیر کنند.

۵. انگیزه

انگیزه درونی نیز نقش بسیار مهمی در هوش هیجانی ایفا می‌کند. انگیزه آدم‌هایی که از لحاظ هیجانی هوش بسیار بالایی دارند، با چیزهایی فراتر از پاداش‌های خارجی نظیر شهرت، پول، مقام و تحسین دیگران تقویت می‌شود. در عوض، این آدم‌ها برای برآوردن نیازهای درونی و اهداف خود شور و اشتیاق بسیار بالایی دارند. آنها به دنبال پاداش‌های درونی، تمرکز کامل و غرق شدن در فعالیت‌های خود و رسیدن به نوک قله هستند.

آدم‌هایی که در این حوزه نیز توانایی بسیار بالایی دارند، معمولاً افرادی عمل‌گرا هستند. آنها اهداف خود را تعیین می‌کنند، نیاز شدیدی به رسیدن به موفقیت دارند و همیشه به دنبال راه‌هایی برای بهبود عملکرد خود هستند. همچنین، این افراد معمولاً بسیار متعهد هستند و به خوبی می‌توانند ابتکار عمل را به دست بگیرند.

منبع: verywellmind/bazdeh

پذیرش اطلاعات و تجربه‌های جدید هستند و از تعاملات خود با دیگران درس می‌آموزند. گولمن معتقد است، آدم‌های دارای خودآگاهی به اندازه کافی شوخ‌طبع هستند، به خودشان و توانایی‌های‌شان اعتماد دارند و می‌دانند دیگران چه حس و نظری نسبت به آنها دارند.

۲. خودتنظیمی

علاوه بر آگاهی از هیجان‌های خود و تأثیر رفتارها و خلقیات‌تان بر سایر آدم‌ها، هوش هیجانی به توانایی شما برای تنظیم و کنترل هیجان‌های‌تان نیاز دارد. البته منظور ما این نیست که هیجان‌های‌تان را سرکوب و احساسات واقعی‌تان را پنهان کنید - بلکه این حرف صرفاً به این معنا است که برای بیان هیجان‌های‌تان باید منتظر زمان و مکان مناسب و صحیح باشید. خودتنظیمی صرفاً به معنای بیان هیجان‌ها به شیوه‌ای کاملاً مناسب و درست است. آنهایی که دارای مهارت خودتنظیمی هستند، معمولاً نسبت به تغییرات از انعطاف‌پذیری و سازگاری مناسبی نیز برخوردار هستند. آنها همچنین به خوبی می‌توانند درگیری‌ها را آرام کنند و به خوبی از پس تنش‌ها یا موقعیت‌های دشوار بر بیایند.

به علاوه، گولمن معتقد است، آنهایی که دارای مهارت‌های خودتنظیمی بسیار خوبی هستند، آدم‌های بسیار مسئولیت‌پذیر و وظیفه‌شناسی نیز هستند. آنها درخصوص نحوه اثرگذاری‌شان بر دیگران بسیار ملاحظه هستند و همواره مسئولیت اعمال خود را برعهده می‌گیرند.

۳. مهارت‌های اجتماعی

توانایی تعامل مناسب با دیگران یکی دیگر از جنبه‌های مهم هوش هیجانی است. درک هیجانی صحیح نیازمند چیزی فراتر از درک هیجان‌های خود و سایر آدم‌های اطراف‌تان است. شما همچنین باید قادر باشید این اطلاعات را در تعاملات و ارتباطات روزانه‌تان به کار بگیرید. مدیران در محیط‌های حرفه‌ای از توانایی خود در برقراری روابط و اتصال با کارمندان‌شان بسیار بهره می‌برند. کارکنان نیز از توانایی‌شان برای ایجاد روابط قوی با رهبران و همکاران‌شان به خوبی استفاده می‌کنند. مهارت‌های مهم اجتماعی عبارت هستند از گوش دادن فعال، مهارت‌های ارتباطی زبانی، مهارت‌های ارتباطی غیرزبانی، رهبری و قدرت متقاعدکردن دیگران.

آیا تاکنون با آدم‌هایی برخورد داشته‌اید که همیشه آرام و خونسرد به نظر می‌رسند، حتی در بدترین شرایط اجتماعی هم قادر هستند با موفقیت همه چیز را تحت کنترل خود دربیابند و ظاهراً همیشه می‌توانند به دیگران تسکین دهند و آنها را به آرامش برسانند؟ این قبیل آدم‌ها به احتمال زیاد دارای ویژگی بسیار مهمی هستند که روانشناسان به آن هوش هیجانی می‌گویند. در ادامه با ما همراه شوید تا ۵ ویژگی افراد با هوش هیجانی بالا را بدانید.

هوش هیجانی به توانایی درک و کنترل هیجان‌ها گفته می‌شود. متخصصان به اتفاق بر این باور هستند که این نوع از هوش نقش مهمی در موفقیت ایفا می‌کند، و برخی نیز معتقدند هوش هیجانی یا EQ شاید حتی از ضریب هوشی (IQ) نیز مهم‌تر باشد. در هر صورت، پژوهشگران نشان داده‌اند هوش هیجانی با هر چیزی در زندگی در ارتباط است؛ از تصمیم‌گیری گرفته تا موفقیت‌های آکادمیک.

بنابراین، برای اینکه از لحاظ هیجان به هوش بالایی برسیم، باید به چه ویژگی‌هایی دست پیدا کنیم؟ روانشناس و نویسنده‌ای به نام دانیل گولمن معتقد است هوش هیجانی دارای پنج جزو مهم است. این مقاله را تا پایان مطالعه کنید و ببینید آیا شما این پنج ویژگی افراد با هوش هیجانی بالا را در خود می‌بینید یا خیر.

۱. خودآگاهی

خودآگاهی یا توانایی شناسایی و درک هیجان‌های‌تان یکی از بخش‌های مهم هوش هیجانی است. با وجود این، اهمیت آگاهی از تاثیر اعمال، خلقیات و هیجان‌های‌تان بر سایر آدم‌ها از شناسایی و پذیرش صرف آن هیجان‌ها بیشتر است.

برای رسیدن به خودآگاهی، شما باید بتوانید هیجان‌های خود را تحت نظر بگیرید، واکنش‌های هیجانی مختلف را تشخیص دهید و سپس هر یک از هیجان‌های‌تان را به طور جداگانه شناسایی کنید. همچنین، آدم‌هایی که دارای خودآگاهی هستند می‌توانند به رابطه میان احساسات خود و نحوه رفتارشان را نیز پی ببرند.

همچنین، این آدم‌ها قادر هستند توانایی‌ها و محدودیت‌های خود را نیز به خوبی بشناسند، آماده