

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

قیمت بیتکوین به کمتر از ۵۰ هزار واحد رسید

سایه تردید در بازار ارزهای مجازی

فرصت امروز: بیت کوین شدیدترین ریزش روزانه تاریخ خود را تجربه کرد. ارزش بیت کوین که در این هفته به آستانه ۶۰ هزار دلار رسیده بود، در روز...

۴



کرنا چگونه و با چه مکانیزمی امنیت غذایی را تهدید می کند؟

امنیت غذایی پس از کرونا

آخرین گزارش فائو در سال ۲۰۲۰، زنگ هشدار برای امنیت غذایی جهان است. این گزارش با اشاره به دهها میلیون نفری که در پنج سال گذشته به شمار گرسنگان جهان افزوده شده، می گوید که تعداد افراد گرسنه و مبتلا به سوء تغذیه و فقر مزمن غذایی در جهان کماکان در حال افزایش است و این روند با شیوع...

۳

اینترنت گوی سبقت را از تلویزیون در عصر کرونا ربود

شهروندان آنلاین دهکده جهانی

۲

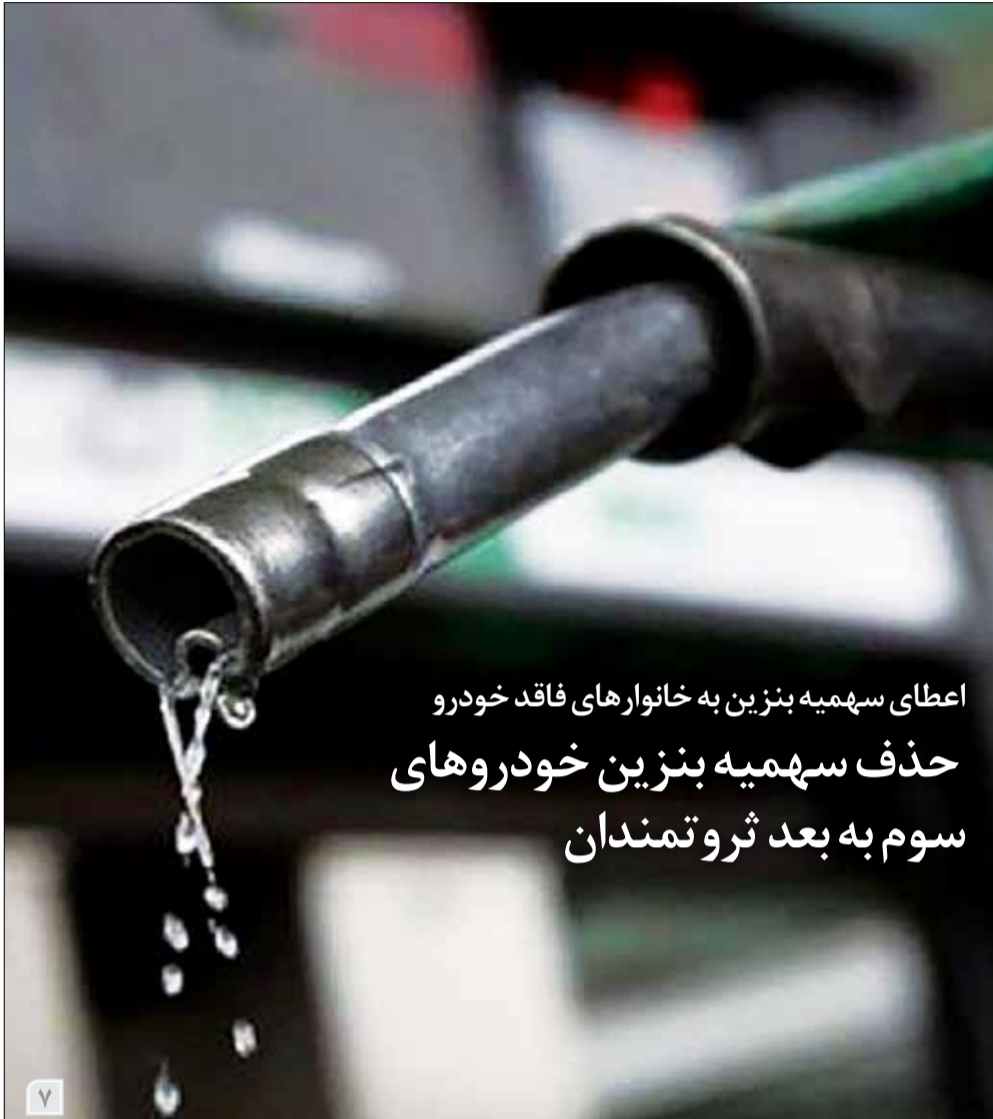
مدیریت و کسب و کار



ایلان ماسک: سرعت اینترنت استارلینک به ۳۰۰ مگابیت بر ثانیه خواهد رسید

- سقوط پادشاهی نوکیا
- ۸ نکته شگفت انگیز بازاریابی از زبان وارن نایت
- استراتژی روابط عمومی ها در دوران کرونا
- همکاری توئیتر و اسنپ چت
- چگونه با شوخ طبعی، دل مشتریان تان را ببرید؟
- ساعت فیس بوک در راه بازارهای جهانی

۸ تا ۱۶



اعطای سهمیه بنزین به خانوارهای فاقد خودرو حذف سهمیه بنزین خودروهای سوم به بعد ثروتمندان

یادداشت

دخالت دولت چه بر سر بازار سرمایه می آورد؟

عباس آرگون

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

حمایت بی سابقه ارکان اقتصادی کشور از بازار سرمایه، اقبال عموم مردم به حضور در این بازار، رکود نقدینگی به سمت بورس در سال ۹۹، موجب شد که از ابتدای سال شاخص کل که با رقم ۵۱۲ هزار واحد شروع شده بود در پایان بهار به رقم یکمیلیون و ۲۷۰ هزار و ۶۲۷ واحد برسد و بازدهی ۱۴۸ درصدی برای سهامداران رقم بخورد. در ادامه فرآیند رشد بازار به دلیل عدم عرضه های متناسب با تقاضای خرید سهام، در تابستان نیز شاخص به فرآیند رشد خود ادامه داد و در اواسط مردادماه شاخص کل به رقم بی سابقه ۲ میلیون و ۶۵ هزار واحد رسید و پس از آن با افزایش عرضه روند اصلاحی را تا پایان شهریورماه در پیش گرفت، به طوری که در پایان تابستان به رقم یکمیلیون و ۵۹۵ هزار و ۱۶۰ واحد رسید و در فصل دوم بازدهی ۲۶ درصدی و از ابتدای سال تا پایان شش ماه اول بازدهی ۲۱۱ درصدی را برای سهامداران رقم زد. اما بازار سرمایه در فصل سوم سال باز به روند اصلاحی خود ادامه داد تا به پایین ترین رقم یعنی یکمیلیون و ۲۱۵ هزار واحد رسید و پس از آن مجدداً رشد کرده و به رقم یکمیلیون و ۴۳۹ هزار و ۱۲۴ واحد در پایان فصل پاییز رسید.

ادامه در صفحه ۴

تکلیف برجام با خروج تهران از پروتکل الحاقی چه می شود؟

برجام در وقت اضافه

ایران پس از ۱۵ سال مذاکره با قدرت های جهانی و به سرانجام رسیدن برجام، روز گذشته رسماً از پروتکل الحاقی خارج شد. این خروج به چه معناست و با وجود اقدامات مجلس آیا دست دولت در ادامه راه برای لغو تحریمها باز است؟

به گزارش خبرنگار آنلاین، باامداد سه شنبه تهران رسماً از پروتکل الحاقی خارج شد که به موجب آن بازرسان آژانس دیگر حق بازدید سرزده از سایت های هسته ای را نخواهند داشت. ۱۲ آبان ماه امسال همزمان با روز انتخابات آمریکا بود که مجلس شورای اسلامی طرحی را با نام اقدام راهبردی برای لغو تحریمها در صحن علنی مطرح کرد و پس از تصویب کلیت آن از سوی شورای عالی امنیت ملی نیز به تصویب رسید. واشنگتن به موجب این طرح اعلام کرد که کار دیپلماسی با ایران سخت تر شده است اما همچنان درهای مذاکره باز است.

برخی تحلیلگران و کارشناسان از همان لحظه تصویب این طرح اعلام کردند که این طرح کاملاً گل به خودی و به ضرر ایران تمام خواهد شد. به این معنا که پس از سه سال مقاومت حالا که وقت برداشت میوه صبرمان هستیم مجدداً یا این سیاست خودتخریمی توپ را در زمین خودمان می اندازیم. ضمن اینکه بایدن دیگر ترامپ نیست. او از همین حالا هم با متحدان اروپایی خود مانند سابق در یک صف قرار گرفته اند. دیپلماسی ایران در سه سال گذشته سبب شد برای اولین بار اروپا و دیگر کشورهای جهان در کنار ایران مقابل آمریکا بایستند، اما این طرح سبب شد که بار دیگر کشورهای جهان مقابل ایران به صف شوند.

در این میان، به یمن درایت دیپلماسی و سازمان انرژی اتمی، اتفاقی که افتاد این است که تهران از پروتکل خارج شده است، اما سه ماه با ضبط تصاویر به طرف آمریکایی مهلت می دهد. اگر در این سه ماه دولت بایدن تحریمها را لغو کرد تصاویر ضبط شده به آژانس ارسال می شود در غیر این صورت تمام تصاویر پاک خواهد شد. هوش دیپلماتیک ایران مجدداً توپ را در زمین آمریکا انداخته و بار دیگر ایران مانند سابق دست پر را در چانه زنی دارد.

این سیاست از سوی ایران در حالی انجام شد که گام اول را آمریکایی ها برداشتند. چراغ سبزه های بایدن یکی پس از دیگری برای ایران روشن شد اما وزیر خارجه کشورمان این عقب نشینی ها را ناکافی می داند. بایدن در وهله اول سراغ حوئی ها رفت. انصارالله از لیست گروه تروریستی خارج شد. دوم؛ یک ماه نتانیاهو را پشت تلفن منتظر نگه داشت. سوم؛ رسماً به عربستان اعلام کرد که بن سلمان همتای بایدن نیست و با او وارد صحبت و مذاکره نمی شود چراکه همتای او شاه سعودی است. گام نهایی بایدن نامه رسمی او به شورای امنیت برای بازگشت نامی بازگشت تحریمها تحت عنوان مکانیسم ماشه بود. نامه ای که بلیکن آن را تحقیرآمیز و شکست مقتضانه فشار حداکثری خوانده بود. پس از آن در یک بیانیه مشترک با تروئیکای اروپا خواستار مذاکره با ایران شدند. مذاکره ای که بیش از این بایدن مدعی بود که اول ایران گام بردارد و به تعهدات خود بازگردد تا ما هم گام اصلی را برداریم. زبان اول تو بعد من به زبان مذاکره تغییر کرد. بلیکن وزیر خارجه آمریکا در واکنش به این بیانیه مشترک و میانجیگری اروپا میان تهران و واشنگتن گفت: بهترین اتفاق این بیانیه این بود که ما بار دیگر در کنار متحدان اروپایی در یک صف هستیم. بلیکن به مسئله ای اشاره کرد که ایران باید بسیار هوشیار باشد که دیگر دوره ترامپ نیست و امروز دنیا علیه اجماع دارد حتی چین و روسیه! پس از سه ماهی که ایران به طرف غربی مهلت داده است اگر اتفاقی از سوی دولت آمریکا نیفتاد ممکن است حتی

رجوع به صفحه ۵

آنچه توانیم لطف خدا بوده است

ولادت با سعادت حضرت علی (ع)

روز مردگرامی باد

کارت هدیه با طرح دلخواه مشتریان

شما می توانید با ورود به سامانه اینترنتی www.pep.co.ir و تکمیل مراحل خرید، کارت هدیه ای را با طرح انتخابی خود سفارش دهید تا پس از صدور به نشانی شما ارسال شود.

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰ | www.bpi.ir | @bankpasargad

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۰۹۸۱۲۷

مفتی جدید تهران

فراخوان مناقصه عمومی

یک مرحله ای با ارزیابی ساده

شماره مناقصه: ۹۹/۱۹۵

خرید نرم افزار پایش آب به همراه تهیه یا تطبیق دیتالاگر با الزامات فنی سازمان آب و برق خوزستان

روابط عمومی شرکت سهامی سازمان آب و برق خوزستان

رجوع به صفحه ۵

نگاه

از بودجه‌ریزی هوشمندانه تا رونق تجارت الکترونیک

چرا سال ۲۰۲۱ سال خوبی برای کار آفرینی است؟

سال گذشته میلادی برای همه ساکنان جهان، سال دشوار و چالش‌برانگیزی بود. زندگی و کار همه ما ساکنان کره خاکی از همه‌گیری ویروس کرونا اثر پذیرفت. پاندمی کووید-۱۹ باعث شد تا یک واقعیت را بپذیریم؛ اینکه هیچ کنترلی بر هیچ چیز در این جهان نداریم. در سال گذشته همچنین ابهامات زیادی درباره آینده مشاغل و اقتصاد جهانی مطرح شد. پس از غلبه بر آخرین رکود اقتصادی در سال ۲۰۰۷ میلادی، جهان ظاهراً به ثبات رسیده بود، تا اینکه اقتصاد جهانی با همه‌گیری کرونا تغییر کرد و پوست انداخت. اکنون رکود تازه‌ای در اقتصاد جهانی متولد شده که ناشی از همه‌گیری یک ویروس مهیب و ترسناک است که نوع جهش یافته انگلیسی آن در چند هفته گذشته نگرانی زیادی را برای شهروندان به وجود آورده است.

البته ما نمی‌خواهیم درباره ابعاد منفی این ماجرا فکر کنیم؛ کما اینکه اوپر، ایر بی اند بی، زالندو و واتس‌آپ، همه از کسب و کارهایی بوده‌اند که در دوره رکود قبلی در سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ میلادی ایجاد شده‌اند و در حال حاضر این شرکت‌ها از بزرگترین شرکت‌های جهان به شمار می‌روند. این امر ثابت می‌کند زمانی که مشکلات به سراغ اقتصادها می‌آید، یافتن راه حل برای غلبه بر موقعیت‌های منفی به ارزش آفرینی می‌انجامد. فرصت‌های کارآفرینی در موقعیت‌های نه چندان پایتاب است که ساخته می‌شود بنابراین سال ۲۰۲۱ میلادی، سالی است که کسب و کارهای بیشتری در آن با الهام از ایده‌های جدید راه‌اندازی می‌شوند، اما چرا و چگونه؟ در ادامه گزارش حاضر، ۵ دلیل برای پاسخ این سوال یافته‌ایم؛ دلایلی که از بودجه‌ریزی هوشمندانه و سیاره سبزتر زمین تا رونق تجارت الکترونیک و بهره‌مندی از استعدادهای برتر را دربر می‌گیرد.

* مشکلات تازه‌ای برای حل کردن ایجاد شده است

تغییر ابعاد مختلفی از زندگی در ماه‌های گذشته، یکی از چیزهایی بود که با همه‌گیری کرونا به ما تحمیل شد. یکی از مهمترین تغییرات، هرچه بیشتر انجام دادن کارها به طور آنلاین بوده است. برای به حداقل رساندن تعاملات اجتماعی، استفاده از خدمات و محصولات آنلاین در حال افزایش است. هرچند برای انجام آسان‌تر کارها راه‌حل‌های زیادی پیدا شده، اما همچنان راه‌حل‌های بسیاری هنوز خلق نشده است. انتظار داریم راه‌حل‌های فناوری‌محور بیشتری در اقتصاد دیجیتال در سال جاری میلادی مطرح شود که علاوه بر ساده کردن زندگی انسان‌ها سودآور خواهد بود.

* سازگاری بیشتر با تجارت الکترونیک

بررسی‌های «فورس» در سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد که تجارت الکترونیک در این سال معادل ۴ تا ۶ سال رشد کرده است. ماندن در خانه‌ها نقشی اساسی در این بین ایفا کرده است. خرید آنلاین رشد کرده و اعمال محدودیت‌های بیشتر در اغلب کشورها تجارت الکترونیک را رونق داده است. صدا البته خرید آنلاین چیز جدیدی نیست، اما رشد تقاضا در این بخش نکته مهمی است و فرصت‌های بسیاری برای توسعه برنامه‌ها، خدمات و راه‌حل‌ها در این زمینه فراهم شده است.

* سیاره‌ای سبزتر

در کنار همه ابعاد همه‌گیری کرونا در جهان که بیشتر منفی است، یک خبر خوب هم در این بین وجود دارد. اینکه قرنطینه آدم‌ها تا چه اندازه آثار مثبتی بر محیط زیست جهان برجای گذاشته است. هرچند مبارزه برای داشتن سیاره‌ای سبزتر با محیط زیستی پایدارتر سال‌هاست که شروع شده اما در سال گذشته، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران و حتی شرکت‌های بزرگ به مبارزه علیه گرم شدن زمین پیوستند؛ مبارزه‌ای که با حضور آنان متفاوت شده است.

* دسترسی بهتر به استعدادهای برتر

پیدا کردن حرفه‌ای‌ها یکی از مشکلات بزرگ استارت‌آپ‌هاست. در دوره همه‌گیری کرونا، بسیاری از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌ها مجبور به تعدیل بخشی از نیروی کار خود شدند. اکنون بعضی از نیروها به دنبال کار جدید هستند و بعضی دیگر می‌خواهند برای خودشان کار کنند بنابراین این فرصتی برای همه استارت‌آپ‌هاست که از فرصت استفاده کنند. با این حال همه‌گیری کرونا باعث شده است که رویکرد نیروهای بااستعداد هم تغییر کند. اگر پیشتر با قهوه رایگان زمینه جذب نیروهای خوب را فراهم می‌کردید، این روزها باید در ساعات کار و شرایط اشتغال، انعطاف بیشتری به خرج بدهید.

* بودجه‌ریزی هوشمندانه

در میانه یک بحران اقتصادی و سلامت قرار گرفته‌ایم. آنچه باید بیاموزیم، چگونه زندگی کردن در این بحران است. بودجه‌ریزی به دلیل کمبود دسترسی به پول اهمیت دارد چراکه در شرایط رکود، انتخاب است که ارجحیت پیدا می‌کند. این نه تنها نکته منفی نیست بلکه مثبت هم هست. پول کمتر به معنای سرمایه‌گذاری بر ایده‌های برجسته‌تر و پروژه‌هاست. وقتی شرایط سخت‌تر می‌شود، ذهن ما به تکاپو می‌افتد تا راه‌های غلبه بر سختی‌ها و دشواری‌ها را پیدا کند. اوپر، ایر بی اند بی و زالاندو محصول همین فرآیند هستند، شرکت‌هایی که به غول‌های اقتصاد دیجیتال تبدیل شدند. هرچند، دلایل بروز رکود امروز از رکود سال ۲۰۰۷ میلادی متفاوت است، اما به نظر می‌رسد که فرصت‌های تازه‌ای برای کار آفرینی ایجاد شده است.



اینترنت گوی سبقت را از تلویزیون در عصر کرونا ربود

شهروندان آنلاین دهکده جهانی



اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان استفاده کنند. همچنین مجموع جمعیت کاربرانی که از طریق گوشی هوشمند به شبکه‌های اجتماعی سر می‌زنند، ۴.۱۵ میلیارد نفر در جهان است که این رقم ۹۸.۸ درصد از کاربران شبکه‌های اجتماعی را شامل می‌شود.

اطلاعات این گزارش همچنین نشان می‌دهد امروزه ۵.۲۲ میلیارد نفر از تلفن همراه استفاده می‌کنند که این رقم معادل ۶۶۶ درصد از جمعیت جهان را پوشش می‌دهد. همچنین در یک سال گذشته مجموع ارتباطات موبایلی جهان افزایش ۷۲ میلیون نفری داشته و در ابتدای سال ۲۰۲۱ این رقم به ۸.۰۲ میلیارد عدد رسیده است. همچنین محققان معتقدند کاربران روزانه ۳ ساعت و ۳۹ دقیقه از اینترنت تلفن همراه خود استفاده می‌کنند درحالی که تماشای تلویزیون توسط آنان تنها به ۳ ساعت و ۲۴ دقیقه می‌رسد. بنابراین در میدان مسابقه اینترنت و تلویزیون، این اینترنت است که گوی سبقت را ربوده است. کاربران اینترنت روزانه بیش از ۲ ساعت از طریق تلفن همراه، تبلت یا لپ‌تاپ خود به طور متوسط در حدود ۱۷ اکانت در شبکه اجتماعی خود حضور می‌یابند.

اما کدام یک از شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۲۰ از همه محبوب‌تر بوده‌اند؟ گزارش دیجیتال ۲۰۲۱ نشان می‌دهد که در حال حاضر حداقل ۶ پلتفرم بیش از یک میلیارد کاربر فعال ماهانه دارند و در حداقل ۱۷ شبکه اجتماعی نیز بیش از ۳۰۰ میلیون کاربر فعال دیده می‌شود. همچنین برخی از این شبکه‌های اجتماعی از نظر کاربران با یکدیگر همپوشانی زیادی دارند به عنوان مثال ۸۵ درصد از کاربران ۱۶ تا ۶۴ ساله تیک تاک از فیس‌بوک هم استفاده می‌کنند و تقریباً ۹۵ درصد از کاربران اینستاگرام در این رده سنی در یوتیوب هم عضویت دارند.

براساس نتایج این گزارش، در ژانویه سال ۲۰۲۱ همچنان فیس‌بوک با ۲.۷۴۰ میلیارد کاربر صدرنشین پرکارترین شبکه اجتماعی به شمار می‌رود و پس از آن، یوتیوب با ۲.۲۹۱ میلیارد کاربر قرار گرفته است. واتس‌آپ با ۲ میلیارد کاربر فعال ماهانه در ردیف سوم و فیس‌بوک مسنجر با ۱.۳ میلیارد در رده‌های بعدی قرار دارند. اینستاگرام هم با ۱.۲۲۱ میلیارد کاربر پنجمین پلتفرم و شبکه اجتماعی پرکاربر جهان به شمار می‌رود. این گزارش نشان می‌دهد که ۴ مورد از ۵ پلتفرم اجتماعی برتر جهان به اپلیکیشن‌هایی اختصاص دارد که در مالکیت فیس‌بوک است. همچنین وی‌چت پس از اینستاگرام قرار گرفته است و تیک تاک با ۶۸۹ میلیون کاربر، QQ با ۶۱۷ میلیون و تلگرام با ۵۰۰ میلیون در رده‌های بعدی جای دارند. همچنین اسنپ چت با ۴۹۸ میلیون، پینترست با ۴۴۲ میلیون کاربر، ردیت با ۴۳۰ میلیون و توییتر با ۳۵۳ میلیون از دیگر شبکه‌های اجتماعی برتر محسوب می‌شوند. با توجه به این آمار، هیچ تعجبی ندارد که بشنوم کاربران جهان در سال ۲۰۲۱ در مجموع به اندازه ۴۲۰ میلیون سال معادل ۳.۷ تریلیون ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده خواهند کرد.

Hootsuite و از آنس We are Social، کاربران جهان از طریق وسایل مختلف در مجموع روزانه ۷ ساعت را در اینترنت سپری می‌کنند و به این ترتیب می‌توان گفت که حدود ۴۸ ساعت یعنی روز روز کامل را در هفته آنلاین هستند. اگر متوسط خواب روزانه فرد را ۷ تا ۸ ساعت در نظر بگیریم، این بدان معناست که کاربران جهان به طور متوسط ۴۲ درصد از زمان بیداری خود را آنلاین هستند و در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی پرسه می‌زنند. این ارقام که مربوط به ژانویه سال ۲۰۲۱ می‌شود، رشد ۴ درصدی سالانه را نشان می‌دهد که رقم مناسبی است.

در این گزارش میزان حضور کاربران در شبکه‌های اجتماعی نیز از چهار ماهه سوم سال ۲۰۱۵ تا چهار ماهه سوم سال ۲۰۲۰ به تفکیک بررسی شده است. ارقام این گزارش نشان می‌دهد که کاربران دنیا در چهار ماهه سوم ۲۰۱۵ روزانه یک ساعت و ۵۱ دقیقه در شبکه‌های اجتماعی حضور داشتند که این رقم در چهار ماهه سوم سال ۲۰۱۶ با ۴۸.۸ درصد افزایش به ۲ ساعت و ۸ دقیقه رسید. در نهایت این گزارش نشان می‌دهد به طور متوسط میزان حضور کاربران جهان در شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۲۰ رشدی چشمگیر داشته و این زمان به ۲ ساعت و ۲۵ دقیقه رسیده است.

البته باید گفت که میزان حضور کاربران جهان در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در مناطق مختلف جهان با یکدیگر متفاوت است و همگی از این الگو پیروی نمی‌کنند. به عنوان مثال در آمار ژانویه ۲۰۲۱ نشان داده شده است که کاربران فیلیپینی همچنان با ۴ ساعت و ۱۵ دقیقه حضور روزانه در شبکه‌های اجتماعی صدرنشین جهان هستند و بیش از مردم سایر نقاط جهان در اپلیکیشن‌ها و شبکه‌های اجتماعی وقت‌گذرانی می‌کنند. پس از فیلیپین نیز کلمبیا در رده دوم جهان قرار دارد که کاربرانش نیم ساعت کمتر از فیلیپینی‌ها در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند.

اما این سکه روی دیگری هم دارد و در سوی دیگر ماجرا کاربران ژاپنی کمترین میزان حضور روزانه در شبکه‌های اجتماعی را دارند. کاربران ژاپنی روزانه کمتر از یک ساعت یعنی ۵۱ دقیقه در شبکه‌های اجتماعی پرسه می‌زنند که البته این رقم ۱۳درصد بالاتر از رقمی است که در مدت مشابه سال گذشته توسط این مؤسسات پژوهشی برای کاربران ژاپنی اعلام شده بود. طبق پیش‌بینی محققان این مؤسسات پژوهشی، اگر میزان استفاده از اینترنت در جهان به همین منوال پیش برود و چیزی تغییر نکند، در طول سال ۲۰۲۱ کاربران اینترنت در جهان حدود ۱۲ تریلیون ساعت آنلاین خواهند بود که این رقم معادل بیش از ۱.۳ میلیارد سال است. پس بی‌دلیل نیست که برای بسیاری، تصور زندگی بدون شبکه‌های اجتماعی، تلفن همراه یا اینترنت غیرممکن است.

سوال دیگری که اینجا مطرح می‌شود، آن است که کاربران برای دسترسی به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی عمدتاً از کدام وسیله دیجیتال بهره می‌گیرند؟ نتایج این گزارش نشان می‌دهد که بیشتر کاربران دنیا ترجیح می‌دهند از گوشی‌های هوشمند خود برای فعالیت در شبکه‌های

فرصت امروز؛ شیوع کرونا در سال ۲۰۲۰ و به دنبال آن، قرنطینه شهرها و خانه‌نشینی مردم باعث شد تا تعداد بیشتری از مردم جهان در این سال آنلاین شوند و از قابلیت‌های مختلف اینترنت نظیر تجارت الکترونیک، شبکه‌های اجتماعی و پرداخت‌های موبایلی بهره‌مند شوند. محدودیت‌های ناشی از پاندمی کرونا و قواعد فاصله‌گذاری اجتماعی موجب شد در طول سال ۲۰۲۰ تعداد زیادی از کاربران به شبکه‌های اجتماعی پناه ببرند و تعداد کاربران این اپلیکیشن‌ها روند صعودی داشته باشد؛ تا جایی که گزارش Digital ۲۰۲۱ نشان می‌دهد تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۲۰ سریع‌ترین رشد را در سه سال گذشته داشته و روزانه ۱.۳میلیون کاربر جدید به عضویت شبکه‌های اجتماعی درآمده‌اند، یعنی شبکه‌های اجتماعی هر ثانیه ۱۵ کاربر جدید را پذیرا بوده‌اند.

چند روز پیش بود که مؤسسه پژوهشی کانادایی Hootsuite و همچنین از آنس شبکه اجتماعی We are Social گزارش وضعیت دیجیتال جهان در سال ۲۰۲۱ را منتشر کردند. یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد در ابتدای سال ۲۰۲۱ جمعیت جهان به ۷.۸۳ میلیارد نفر رسیده و گزارش‌های سازمان ملل نشان از رشد یک درصدی جمعیت دارد به این معنا که در یک سال گذشته، جمعیت جهان بیش از ۸۰ میلیون نفر افزایش یافته است. میزان استقبال مردم از اینترنت و حضور آنها در فضای مجازی هم در یک سال گذشته روند صعودی چشمگیر و مناسبی داشته که البته بسیاری، دلیل آن را پاندمی کرونا و لزوم رعایت فاصله اجتماعی، دور کاری، آموزش آنلاین، توسعه تجارت الکترونیک و خرید آنلاین می‌دانند.

براساس این گزارش، در ژانویه ۲۰۲۱ تعداد کاربران اینترنت در سراسر جهان به ۶.۶۶ میلیارد نفر رسیده که این رقم ۳۱۶ میلیون نفر بیشتر از ژانویه سال گذشته است و افزایشی ۷.۲ درصدی نشان می‌دهد که بدین ترتیب ضریب نفوذ اینترنت جهان به ۵۹.۵ درصد رسیده است. در سال ۲۰۲۰ همچنین علاوه بر کاربران اینترنت شاهد روند صعودی تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی هم بوده‌ایم به گونه‌ای که آمار نشان می‌دهد در ژانویه ۲۰۲۱ حدود ۴.۲ میلیارد نفر از جمعیت جهان روی شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند که این رقم نسبت به ژانویه ۲۰۲۰ افزایشی ۴۹۰ میلیون نفری را نشان می‌دهد که معادل رشد ۱۳.۲ درصدی است. این گزارش همچنین یادآور شده است که تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی اکنون با بیش از ۵۳ درصد کل جمعیت جهان برابری می‌کند. این بدان معناست که در حال حاضر بیش از نیمی از جمعیت کره زمین حداقل از یک شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند که البته این تعداد هر سال افزایش می‌یابد هرچند در سال ۲۰۲۰ به دلیل شیوع کووید-۱۹ و دردرسهایش، این رشد جهشی بوده است.

حال سوال این است که کاربران جهان چند ساعت از وقت خود را آنلاین هستند و در اینترنت به سر می‌برند؟ طبق گزارش مؤسسه پژوهشی

«کونومیست» از مهمترین رویدادهای سال گذشته میلادی گزارش داد

سال سرنوشت‌ساز ۲۰۲۰

بریتانیایی به چین بود. انتخابات هم به همین دلیل در هنگ‌کنگ متوقف شد، اما آشوب هنوز ادامه دارد و این اقدامات موفق نشد آشوب را متوقف کند. یکی از مهمترین رویدادها در سال ۲۰۲۰، برگزاری انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا بود. نامزدهای دموکرات یکی‌یکی از میدان خارج می‌شدند و برخی از آنها کاملاً غافلگیرکننده بود. در نهایت جو بایدن در سه‌شنبه بزرگ نشان داد که پیروز این نبرد است. او مقابل دونالد ترامپ ایستاد. البته ترامپ پیش از او باید با یک استیضاح هم دست‌وپنجه نرم می‌کرد. به هر حال ترامپ توانست از مهلکه استیضاح بگریزد، اما بازی را به بایدن باخت و اکنون بایدن به جای او بر صندلی ریاست‌جمهوری آمریکا تکیه زده است.

مرگ جورج فلوید، سیاه‌پوست آمریکایی نیز در شهر مینیاپولیس به دست پلیس سفیدپوست آمریکایی باعث شد آمریکا دچار آشوب شود. به دنبال این آشوب‌ها، جنبشی در جهان به راه افتاد که به آن جنبش «جان سیاهان مهم است» می‌گویند. با این جنبش، تندیس‌ها و مجسمه‌های افرادی که متهم به نژادپرستی بودند، در کشورها و شهرهای مختلف جهان به پایین کشیده شد. به این ترتیب، کل تابستان آمریکا با اعتراضات گسترده مردم سپری شد.

بریتانیا هم بالاخره تصمیم خود را درباره برگزیت قطعی کرد، هرچند بریتانیایی‌ها به صورت جدی به دنبال توافق با اتحادیه اروپا بر سر مسائل تجاری هستند. در ونزولا نیز ارتش حساسی درگیر بود و عده‌ای می‌خواستند نیکولاس مادورو را پایین بکشند. آمریکا تلاش می‌کند رئیس‌جمهوری دست‌نشانده خود را به ونزولا تحویل کند، اما موفق نشده است.

خبرخوان



روحانی در ستاد هماهنگی اقتصادی دولت مطرح کرد
از ناکار آمدی تحریم‌ها تا تعامل با اوراسیا

در دوپست و ششمین جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت که روز سه‌شنبه به ریاست حسن روحانی تشکیل شد، رئیس کل بانک مرکزی گزارشی از مذاکرت اخیر خود و توافقی‌های به دست آمده با نمایندگان کشورهای کره جنوبی، ژاپن، عراق و عمان درخصوص نحوه استفاده از منابع بانک مرکزی در این کشورها ارائه کرد.

رئیس جمهور در این جلسه با اشاره به گزارش رئیس کل بانک مرکزی از توافق انجام شده با کشورهای کره جنوبی، ژاپن، عراق و عمان درخصوص آزادسازی منابع ارزی ایران گفت: اکنون شاهد طلایعه‌های امیدبخش شکست دشمن در جنگ تحمیلی اقتصادی و ناکارآمدی تحریم‌ها هستیم و مقاومت حداکثری مردم در برابر این جنگ تمام عیار دشمن به ثمر نشسته است. از جمله این ثمرات آزادسازی منابع ارزی به ناحق و غیرقانونی بلوکه شده ایران است که بی‌تردید گشایش‌هایی را در فضای اقتصادی کشور فراهم می‌کند.

روحانی بر الزامات و اقتضانات مدیریت دوره بازآفرینی پس از جنگ تحمیلی اقتصادی تاکید کرد و افزود: انسجام و وحدت کلمه اولویت نخست دوره بازآفرینی و متمرکز کردن همه انرژی‌ها و اقدامات در جهت رفع آسیب‌ها و زیان‌های دوره جنگ است. هر نوع تنش و درگیری و هر اقدامی که به ثبات و استحکام و آرامش اقتصادی لطمه بزند، خیانت با هدف آسیب زدن به زندگی مردم و اقتصاد کشور است. در این جلسه همچنین وزارت صمت از وضعیت اجرا و اقدامات انجام شده در چارچوب اجرای توافقیانه تجارت ترجیحی با اتحادیه اوراسیا و میزان معاملات و تبادلات تجاری با کشورهای عضو این اتحادیه و آغاز مذاکرات توافقیانه تجارت آزاد با این اتحادیه گزارش داد. طبق این گزارش، صادرات ایران به منطقه اوراسیا، به دنبال اجرایی شدن موافقت‌نامه تجارت ترجیحی، ۳۰ درصد افزایش یافته است.

رئیس جمهور این توافق نامه را فرصت خوبی برای گسترش تعاملات و همکاری‌های منطقه‌ای و توسعه مناسبات تجاری و اقتصادی با کشورهای عضو این اتحادیه دانست و با تاکید بر لزوم ادامه این تلاش‌ها در حوزه‌های مختلف و متنوع گفت: جمهوری اسلامی ایران همیشه برای تحقق این هدف از تدابیر دیپلماتیک صلح‌آمیز و رفع تنش استفاده کرده و توافقیانه تجارت ترجیحی با اتحادیه اوراسیا از اقدامات بسیار سودمند و موثر در حوزه تجارت بین‌المللی در سال‌های اخیر بوده است.

به گفته روحانی، با توجه به مواضع جمهوری اسلامی در توسعه صلح و امنیت پایدار، اوراسیا فضای مناسبی است که ثمرات آن در دوره تحریم و کرونا نه تنها به سود ایران بلکه به سود همه کشورهای همسایه و منطقه آشکار شد.

او با بیان اینکه باید ایران را به عنوان کشوری قابل اعتماد و پیش‌بینی‌پذیر در حوزه تعاملات بین‌المللی و تجاری معرفی کنیم، تاکید کرد: باید با استفاده از تجربه موفق تجارت ترجیحی با اوراسیا حضور ایران را در بازارهای جدید و همکاری در زمینه سرمایه‌گذاری، حمل و نقل، تهارت و روابط بانکی، انرژی و ورود به دیگر تر تریات تجاری، منطقه‌ای و جهانی گسترش دهیم.

با مصوبه مجلس

قیمت بسته اپراتورها افزایش می‌یابد؟

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات از افزایش چشمگیر قیمت بسته‌های اپراتورها در صورت تصویب مصوبه کمیسیون تلفیق مبنی بر افزایش ۳۰۰۰ میلیارد تومانی مالیات اپراتورها و اختصاص آن به برخی دستگاه‌ها از جمله صداوسیما خبر داد.

محمدجواد آذری جهرمی در توییت خود نوشت: امیدوارم نمایندگان محترم مجلس با مصوبه کمیسیون تلفیق، مبنی بر افزایش ۳۰۰۰ میلیارد تومانی مالیات اپراتورها و اختصاص آن به برخی دستگاه‌ها از جمله صداوسیما برای امورات نظارتی، مخالفت کنند. تصویب این بند در تبصره ۶ بودجه باعث افزایش چشمگیر قیمت بسته‌های اپراتورها خواهد شد.

جهرمی تصویری از این مصوبه منتشر کرد که در آن عنوان شده است: حق‌الامتیاز و حق‌السهم دولت از اپراتورهای ارائه‌دهنده خدمات مخابراتی به میزان ۱۰ درصد افزایش یافته و به حساب درآمد عمومی ردیف ۱۳۰۴۴ نزد خزانه‌داری کل وارز می‌شود. منابع حاصل به میزان ۳۰ هزار میلیارد ریال با هدف حمایت از تولید محتوا و فعالیت‌های فرهنگی و نظارت در فضای مجازی هزینه می‌شود. مسئولیت صدور مجوز و تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر و نظارت بر آن، منحصرا به عهده سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر (ساترا) سازمان صداوسیما است.

وزیر نیرو و اعلام کرد

آبرسانی ۹ میلیون روستا در دولت تدبیر و امید

به گفته وزیر نیرو، طرح‌های آبرسانی در دولت تدبیر و امید تاکنون ۹ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر از هموطنان روستایی را بهره‌مند کرده است. رضا اردکانیان روز سه‌شنبه در مراسم افتتاح طرح‌های آبرسانی به ۲۵۶ روستا در ۹ استان کشور از طریق ویدئو کنفرانس گفت: طرح‌های آبرسانی ۱۲ هزار و ۵۰۰ روستایی کشور را دربر گرفته است.

او به طرح‌هایی که در روز سه‌شنبه افتتاح شد، اشاره کرد و افزود: با این طرح‌ها یک هزار و ۲۵۰ روستای کشور در پرتوی اجرای پویش هر هفته #الف ب-ایران با جمعیتی بالغ بر ۸۲۵ هزار نفر از نعمت آب پایدار و سالم برخوردار شده‌اند. برای رساندن آب پایدار به روستاهایی که در این روز بهره‌مند شدند حدود یک هزار و ۴۷ کیلومتر خط انتقال احداث شد.

اردکانیان ادامه داد: پویش هر هفته #الف ب-ایران، افتتاح ۲۵۰ طرح را وعده داده بود که با طرح‌های سه‌شنبه ۲۴۶ طرح بزرگ و مهم آب و برق و فاضلاب افتتاح شده است. این طرح‌ها با ۶۵ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری، اجرا شده و این روند تا پایان سال ادامه خواهد یافت. وزیر نیرو جمعیت روستایی را جمعیتی مولد دانست که ضروری است از همه امکانات آب و برق و گاز و دیگر خدمات بهره‌مند باشند و گفت: حفظ جمعیت روستایی در روستاها یکی از الزام‌های حکمرانی در جهان است و تامین آب در این میان از نقش و اهمیت بالاتری برخوردار است. این در حالی است که تا پیش از دولت یازدهم کمتر از یک میلیون نفر به شبکه آب پایدار دسترسی داشتند.



کرونا چگونه و با چه مکانیزمی امنیت غذایی را تهدید می‌کند؟

امنیت غذایی پس از کرونا

جهانی با افزایش قیمت مواد غذایی روبه‌رو می‌شوند که هر دو دسترسی فیزیکی و اقتصادی به غذا را با چالش روبه‌رو خواهد کرد.

شیوه‌های مواجهه با اثرات کرونا بر امنیت غذایی

به منظور پیشگیری و مواجهه با اثرات همه‌گیری کرونا و براساس تجارب کشورهای جهان در یک سال گذشته می‌توان مواردی را توصیه کرد. نخست اینکه در بخش تولید و فرآوری سیاست‌های حمایتی مناسب با مشارکت بازیگران زنجیره ارزش درخصوص چگونگی تامین سرمایه در گردش (منبع تامین مالی و میزان، نرخ بهره و زمان بازپرداخت و کاهش هزینه‌های تأمین مالی)، تخفیف مالیاتی و عوارض، تأمین نهاده‌ها با حداقل هزینه و در زمان مناسب (مکانیسم انتقال و توزیع اینترنتی، استراتژ آپ‌ها، بارانه به حمل‌ونقل و...) و عرضه محصولات جدید متناسب با تقاضای موجود تدوین شود.

در بخش تقاضا نیز بایستی راهکارهایی برای حفظ و افزایش تقاضا از طریق تبلیغ و فروش اینترنتی در فضای مجازی و فروش الکترونیک و دیگر روش‌های بازاریابی مجازی به‌صورت جدی حمایت و مهیا شود. تجربه چین به تنهایی نشان می‌دهد که با کمک فروش اینترنتی نه‌تنها میلیون‌ها کشاورز خرد در این کشور قادر به ادامه تولید شدند، دسترسی میلیون‌ها شهروند در دوران قرنطینه به مواد غذایی تازه فراهم و میلیون‌ها شغل در بخش جابه‌جایی مواد غذایی ایجاد شد.

همچنین پرداخت بارانه غذایی یا سبید کالایی یا اقسار آسیب‌پذیر برحسب گروه درآمدی به شدت توصیه می‌شود، این امر از یک سو از فقر غذایی و گرسنگی اقسار آسیب‌پذیر جلوگیری می‌کند و از سوی دیگر باعث به رونق افتادن بازار از طریق جلوگیری از کاهش تقاضا برای مواد غذایی می‌شود. از دیگر راهکارها، خرید دولتی و افزایش ذخایر استراتژیک و برداشتن محدودیت‌های صادراتی در سطح جهانی و منطقه‌ای است. حمایت از بازارهای محلی نیز نقشی بسیار تأثیرگذار در دسترسی مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان محلی به بازار در دوران قرنطینه داشته است. از این طریق خرید محلی و تقویت اقتصاد محلی تشویق می‌شود و این سیاست را می‌توان از طریق کاهش و تخفیف مالیات بر ارزش‌افزوده به خریدهای محلی تشویق کرد.

این توصیه‌ها پیشنهادهایی است برآمده از تجارب موفق جهانی در مواجهه با همه‌گیری کرونا، اما بدیهی است که مهمترین نکته در عملی کردن تدابیر و سیاست‌های فوق‌الذکر تطبیق آنها با شرایط محلی است. به‌منظور این تطبیق و هماهنگی در مواجهه با اثرات مستقیم و جنبی همه‌گیری کرونا تأسیس یک نهاد تصمیم‌ساز در سطح ملی بسیار ضروری است. این نهاد ملی که با حضور همه متصدیان و ذی‌نفعان، برای بررسی آخرین تحولات و تأثیرات کرونا بر اقتصاد و معیشت مردم و امنیت غذایی تأسیس می‌شود باید براساس آخرین اطلاعات و تحولات برای تصمیم‌سازی به‌موقع تدبیر و عمل کند. بی‌شک بهره‌گیری از رهیافت‌های خلاقانه و نوآورانه در مواجهه با مشکلات نقش اساسی در موفقیت هر کشور با مشارکت بخش خصوصی و نهادهای مدنی خواهد داشت.

خانوادگی را فراهم می‌آورند یا کارآفرینان خرد و خانگی هستند، با شیوع ویروس و کاهش فعالیت‌های اقتصادی در معرض تهدید امنیت غذایی به دلیل کاهش درآمدها و برخی مواقع توقف فعالیت و تولید قرار می‌گیرند. کارگران فصلی نیز که محصولات کشاورزی را برداشت می‌کنند با قرنطینه و محدودیت حرکت و تردد و نگرانی درخصوص خطرات سرایت بیماری با مشکل درآمد و معیشت زندگی روبه‌رو خواهند شد. همچنین کارگرانی که در جمع‌آوری، فرآوری، بازاریابی و توزیع مواد غذایی از جمله عمده‌فروشی و خرده‌فروشی فعالیت دارند، در معرض اختلال در اسرار معاش خود خواهند بود و فقرای روستایی که درآمد آنها به اقتصاد کشاورزی و مواد غذایی وابسته است، با محدودیت‌های دسترسی به مواد غذایی و خدمات بهداشتی اساسی روبه‌رو هستند.

کرونا چطور امنیت غذایی را تهدید می‌کند؟

با مروری بر تجربه یک سال گذشته به نظر می‌رسد به دلایل مختلف امنیت غذایی با پاندمی کووید-۱۹ تهدید شده و به دنبال محدودیت‌های جابه‌جایی، قرنطینه و رکود کسب‌وکارهای مرتبط با غذا که به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر تولید محصولات کشاورزی و غذا تأثیر دارند، کاهش تقاضا برای برخی مواد غذایی اتفاق افتاده است. همچنین رستوران‌ها و کسب‌وکارهای تأمین غذا و اغذیه، هتل‌ها و از این قبیل کسب‌وکارها با کاهش سطح فعالیت خود، تقاضای‌شان برای محصولات کشاورزی و مواد غذایی کم می‌شود که در کوتاه‌مدت و میان‌مدت اثر منفی بر تولید محصولات کشاورزی و غذا خواهد داشت و دسترسی فیزیکی به غذا را با مشکل روبه‌رو خواهد کرد.

از سوی دیگر، ممنوعیت یا محدودیت در صادرات محصولات کشاورزی و غذایی یکی دیگر از چالش‌هایی است که امنیت غذایی با آن روبه‌روست. الزام به رعایت استانداردها و پروتکل‌های بهداشتی درخصوص اطمینان بخشی به‌سلامت غذا ازجمله موضوعاتی است که از طرف کشورهای واردکننده مواد غذایی درخواست می‌شود که در صورت عدم رعایت موارد موردنظر، ممنوعیت ورود محصول کشاورزی و مواد غذایی به کشور واردکننده وضع می‌شود. هرچه تعداد کشورهای ممنوع‌کننده و زمان ممنوعیت طولانی می‌شود، هزینه ناشی از از دست‌دادن بازارهای صادراتی و سهم از بازار جهانی و بازار فروش بیشتر می‌شود. از دست‌دادن بازارهای فروش خارجی، انگیزه تولید داخلی را کاهش داده، اشتغال‌های مربوطه مختل و دسترسی به غذا را برای همه به خصوص کارگران ساده در صنعت غذا دچار مشکل می‌کند.

قیمت مواد غذایی نیز می‌تواند تهدیدی برای امنیت غذایی باشد. تورم و گرانی برخی مواد غذایی ممکن است منجر به کاهش تقاضای خانوار شده و میزان مصرف آن را کاهش دهد. به عبارتی دسترسی اقتصادی خانوارها به غذا را با مشکل مواجه می‌کند. این اختلال نیز وجود دارد که کشورها برای تأمین غذای مردم خود، عرضه محدود را در بازارهای جهانی کاهش دهند و از این‌رو کشورهای برای تأمین تقاضای داخلی به واردات غذا وابسته‌اند هم با کاهش دسترسی فیزیکی غذا و هم به دلیل کاهش عرضه

آخرین گزارش فائو در سال ۲۰۲۰، زنگ هشدار برای امنیت غذایی جهان است. این گزارش با اشاره به ده‌ها میلیون نفری که در پنج سال گذشته به شمار گرسنگان جهان افزوده شده، می‌گوید که تعداد افراد گرسنه و مبتلا به سوء‌تغذیه و فقر مزمن غذایی در جهان کم‌اکان در حال افزایش است و این روند با شیوع کووید-۱۹ سرعت حیرت‌انگیزی پیدا کرده است. به گفته فائو، جهان برای محو گرسنگی تا سال ۲۰۳۰ در مسیر پیش‌بینی شده و روند مطلوبی حرکت نمی‌کند و علی‌رغم برخی پیشرفت‌ها، بیشتر شاخص‌ها در دستیابی به اهداف تغذیه‌ای جهانی نامیدکننده است. بیماری کرونا در حالی متناسب با رکود شدید اقتصادی می‌تواند صدها میلیون نفر دیگر را تا سال دیگر به دام گرسنگی بکشد که اهدای جایزه صلح نوبل به برنامه جهانی غذا (WFP) در آذرماه گذشته پیامی آشکار از سوی کمیته صلح نوبل به جهانیان جهت توجه به ضرورت مقوله رو به رشد گرسنگی در سایه کرونا تلقی می‌شود.

تا پیش از شیوع کرونا، نابرابری اقتصادی در سطح کلان، درگیری‌های رو به رشد جهانی و پدیده تغییرات اقلیمی، روند مبارزه با فقر و گرسنگی را با موانع جدی روبه‌رو کرده بود و حالا با اضافه شدن کرونا، گرسنگی به یک بحران ماندگار تبدیل خواهد شد. در گزارش حاضر به چگونگی اثرگذاری کرونا بر امنیت غذایی و راه‌های مقابله با آن با توجه به تجربیات جهانی پرداخته‌ایم.

کدام گروه‌ها در معرض خطر گرسنگی هستند؟

از ابتدای شیوع کرونا، بازار عرضه و تقاضای مواد غذایی در سطح محلی، ملی و بین‌المللی دچار اختلال شد و این امر دسترسی به غذا را به خصوص برای کشورهای جنوب و طبقات آسیب‌پذیر با مشکلات جدی مواجه کرده است. بسیاری از افراد آسیب‌پذیر از منظر امنیت غذایی خود درگیر تولید مواد غذایی یا سیستم‌های غذایی بوده‌اند که هم در تولید غذا و هم در معیشت، آنان را در معرض خطر قرار داده است. در حال حاضر، بیش از ۲ میلیارد تولیدکننده کوچک، کارگر مزرعه، کارگران روستایی و خانواده‌های آنها که نماینده بخش بزرگی از جمعیت درگیر با ناامنی غذایی هستند، تحت تأثیر شوک اقتصادی قرار گرفته‌اند و درآمد آنان در معرض خطر است. همچنین به طور متوسط، زنان ۴۳ درصد نیروی کار کشاورزی را در کشورهای درحال توسعه تشکیل می‌دهند و تخمین زده می‌شود که دوسوم از ۶۰۰ میلیون فقرای جهان را دامداران تشکیل می‌دهند. در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، زنان حدود ۷۹ درصد فعالیت و معیشت‌شان از بخش کشاورزی تأمین می‌شود. در جهان ۴۸ درصد فعالیت زنان مربوط به بخش کشاورزی است. از این‌رو، فعالیت‌های بخش کشاورزی که تحت تأثیر شیوع کرونا با وقفه یا کاهش ظرفیت تولید به دلیل کاهش تقاضا و اختلال در زنجیره ارزش به دلایل مختلف مانند قرنطینه، منع حرکت، تردد و جابه‌جایی، ترس و واهمه از ابتلا به بیماری، افزایش قیمت نهاده‌ها و دست‌مزد و... حاصل می‌شود، معیشت و تأمین غذای زنان را با مشکل مواجه می‌کند. در این میان، جوانان روستایی که اکثر آنها در فعالیت‌های اقتصاد غیررسمی مشغول به کار بوده و نیروی کار

سبید معیشت کارگران به حدود ۷ میلیون تومان در ماه رسید

چالش تعیین دستمزد ۱۴۰۰

برهان علمی و آماری ثابت کردند که در سال ۱۳۹۹ به دلیل افزایش چشمگیر هزینه خوراک‌های خانوار، سهم خوراک‌ی‌ها در سبید افزایش یافته است؛ کما اینکه سهم خوراک‌ی‌ها در سبید معاش سال قبل حدود ۳۰،۹۶ درصد بود که امسال این نسبت به ۳۵،۶درصد رسیده است.

نماینده کارگران در کمیته دستمزد درباره جمع‌بندی این جلسه می‌گوید: برای اینکه به اجماع برسیم و سه‌جانبه‌گرایی برقرار باشد، این عدد رضایت‌دادیم ولی عدد اعلام شده به هیچ وجه مطلوب جامعه کارگری نیست. اما روز دوشنبه در شرایطی کمیته دستمزد درباره سبید معیشت به نتیجه نهایی رسید که سال گذشته (۱۳۹۸) سبید معیشت کارگران ۴ میلیون و ۹۴۰ هزار تومان محاسبه شده بود و سال پیش از آن (۱۳۹۷) هم این سبید ۳ میلیون و ۷۵۹ هزار و ۲۰۰ تومان تعیین شده بود. محاسبه سبید معیشت هر ساله به عنوان یکی از معیارها و ملاک‌های اصلی برای جدی شدن تعیین مزد سالانه کارگران طبق بند ۲ ماده ۴۲ قانون کار در نظر گرفته می‌شود. در تعیین میزان افزایش حقوق دستمزد کارگران طبق ماده ۴۱ قانون کار باید به دو عامل تورم و سبید هزینه معیشت خانوار توجه شود. طبق آخرین اعلام مرکز آمار ایران، میزان تورم در ۱۲ ماهه منتهی به بهمن ماه امسال ۳۴،۲ درصد بوده است و همچنین

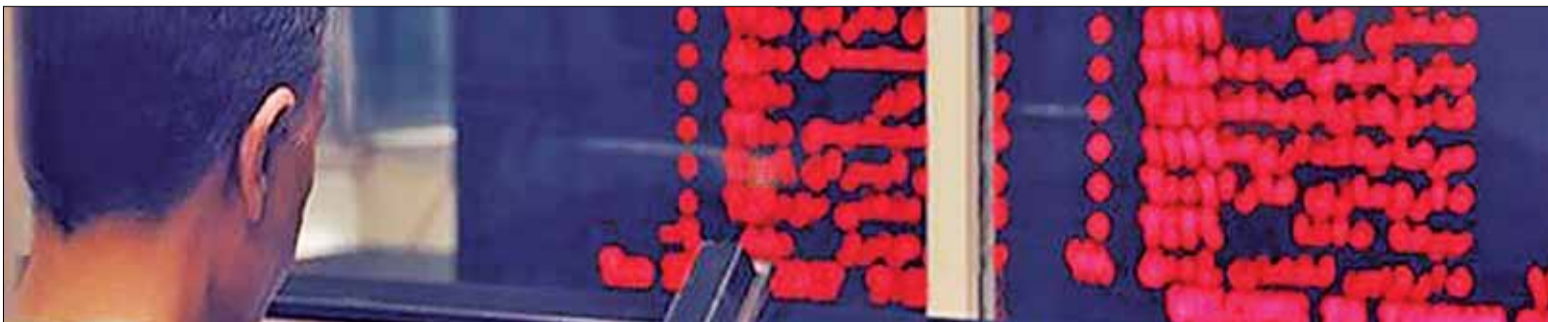
تعیین سبید معیشت کارگران اولین قدم برای تعیین حداقل مزد است که روز دوشنبه با محاسبه رقم ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومانی برای این سبید، مهمترین گام برداشته شد. حالا با محاسبه سبید معیشت کارگران و تصویب آن در کمیته سه‌جانبه نمایندگان کارگران، کارفرمایان و دولت، جلسات تعیین میزان افزایش دستمزد کارگران برای سال ۱۴۰۰ وارد مرحله جدی‌تری شد. فرامرز توفیقی، نماینده کارگران در کمیته دستمزد با اشاره به تعیین سبید معیشت کارگران در این جلسه می‌گوید: رقم سبید معیشت کارگران ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومان تعیین شده است.

او همچنین به عنوان نماینده کارگران در کمیته دستمزد درباره جلسه اخیر این کمیته می‌افزاید: عدد سبید معاش مورد قبول کارگران، بسیار از این رقم بالاتر است و این سبید ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومانی بسیار حداقلی است.

به گفته توفیقی، دو نکته در محاسبه این سبید دخیل بوده است؛ اول اینکه به دنبال سبید بسیار حداقلی که کمترین میزان هزینه‌های زندگی در سراسر کشور را مشخص کند، بودیم و بنابراین این سبید، کمینه هزینه‌های زندگی در سراسر کشور است؛ نکته دوم اینکه کارشناسان مرکز آمار ایران امسال به کمیته دستمزد بسیار کمک کردند. این کارشناسان با ادله و

بورس تهران در پنجمین روز اسفندماه ۲ هزار واحد افت کرد

بورس در مسیر نزول



فرصت امروز: روند نزولی بازار سرمایه در اسفندماه همچنان ادامه دارد و شاخص کل بورس در روز سه‌شنبه و در پنجمین روز اسفندماه بیش از ۲ هزار واحد افت کرد. شاخص کل بورس با این افت ۲ هزار و ۷۱۹ واحدی تا رقم یک میلیون و ۲۱۱ هزار واحد عقب رفت. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۹۹۷ واحد کاهش به ۴۳۵ هزار و ۹۶ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۶۵۱ واحد افت به ۲۸۴ هزار و ۳۰۰ واحد رسید. شاخص بازار اول ۴۱۴ واحد و شاخص بازار دوم ۱۰ هزار و ۹۹۸ واحد کاهش داشت. در معاملات روز سه‌شنبه بیش از ۶ میلیارد و ۶۷۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۶۶ هزار و ۱۳۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای ملی صنایع مس ایران (فملی)، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد)، پالایش نفت تهران (شتران)، سایپا (خسایا)، پالایش نفت بندرعباس (شبندر) و ایران خودرو (خودرو) از جمله نمادهای پرتراکنش بودند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۵۰۹ میلیون و ۶۰۳ هزار برگه سهم به ارزش ۷ هزار و ۴۸۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. در آن سوی بازار سرمایه هم شاخص فرابورس ۲۹ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۷ هزار و ۲۲۳ واحد ایستاد. در این بازار یک میلیارد و ۲۴۲ هزار برگه سهم به ارزش ۴۶ هزار و ۵۸۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

کاهش هیجان شرط لازم بهبود معاملات بورس

شاخص بورس تهران در چهار روز کاری که از شروع اسفندماه می‌گذرد هنوز رنگ صعود را ندیده و در روز شنبه بیش از ۵ هزار واحد، روز یکشنبه ۱۰ هزار واحد، روز دوشنبه بیش از ۸ هزار واحد و نهایتاً در روز سه‌شنبه بیش از ۲ هزار واحد افت کرد. در این بین، یک کارشناس بازار سرمایه، کاهش هیجان را شرط لازم بهبود روند معاملات بورس می‌داند و می‌گوید: در صورت ایجاد تعادل در معاملات بورس و کاهش هیجان، روند بازار سهام می‌تواند تا حدودی بهبود پیدا کند. با توجه به مولفه‌های موجود، ریسک کمی در میان مدت، بورس را تهدید می‌کند و معاملات این بازار می‌تواند به شرایط باثباتی برسد.

سلمان نصیرزاده به روند فعلی معاملات بورس اشاره کرد و گفت: انتظار می‌رود که شرایط بازار تا پایان اسفندماه رو به بهبود بود، در هفته‌های گذشته بازار با برخی از ابهامات همراه بود که تا حدودی شرایط بازار را تحت تاثیر قرار داد. یکی از مسائلی که به شدت بر روند بازار تاثیرگذار بود موضوع بودجه به خصوص مسئله افزایش حامل‌های انرژی و نرخ هزینه سوخت و برق بود.

به گفته وی، در لایحه بودجه ارائه شده از سوی دولت به موضوع افزایش

حامل‌های انرژی پرداخته نشده است که این مسئله می‌تواند به عنوان یکی از ابهامات منفی در بازار برطرف شده باشد و به عنوان اتفاقی مثبت برای معاملات بازار تلقی شود. در کنار این موضوع بحث مناقشات سیاسی و نرخ ارز مطرح است که این موضوع، کلیت بازار را بهم ریخت.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه به نظر می‌رسد مسائل سیاسی در شرایط کنونی به نتیجه نهایی نرسد، گفت: با توجه به چنین موضوعی ممکن است نرخ ارز در محدوده فعلی و در قیمت ۲۵ هزار تومان به ثبات برسد که این موضوع می‌تواند به عنوان اتفاقی مثبت برای بازار تلقی شود. براساس پیش‌بینی‌ها نرخ ارز فصل زمستان و بهار را با میانگین حدود ۲۵ هزار تومان به پایان خواهد رساند، در حالی که تا چند وقت گذشته انتظارها بر این اساس بود که نرخ ارز به قیمت‌های کمتر از ۲۵ هزار تومان برسد و حتی تا نرخ حدود ۲۲ هزار تومان کاهش یابد.

او با اشاره به اینکه با توجه به قرار گرفتن قیمت‌های جهانی در سطحی مناسب، عملکرد مطلوب شرکت‌ها و قرار گرفتن تحلیل‌های بنیادی و تکنیکالی می‌توان به آینده بازار خوش‌بین بود، افزود: البته این خوش‌بینی‌ها به این معنا نیست که موج جدیدی از صعود را در بازار شاهد خواهیم بود، اما انتظار این است که تا حدودی روند بازار به سمت تعادل برود. نصیرزاده با بیان اینکه در اسفندماه خطری معاملات بازار را تهدید نمی‌کند، گفت: تنها موضوعی که اکنون بازار را با مشکل همراه کرده، نوعی بی‌اعتمادی است که بر کلیت روند بازار حاکم شده است. صف‌های فروش ایجاد شده در بازار در دامنه نوسان منفی دو است بنابراین نمی‌تواند چندان تاثیری بر روند بازار داشته باشند و خطر زیادی را در بازار داشته باشند. به گفته وی، در صورت ایجاد تعادل در معاملات بورس و کاهش هیجان روند بازار می‌تواند تا حدودی بهبود پیدا کند. انتشار گزارش ماهانه شرکت‌ها در کنار دیگر عوامل می‌تواند کمک‌کننده به وضعیت بازار باشد و تا حدودی شرایط بازار را به سمتی پیش ببرد که معاملات بورس عملکرد بهتری را از خود نشان دهد.

این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: از جمله گروه‌هایی که بازار را تحت تاثیر منفی قرار داد گروه پالایشی بود، این گروه اصلاح زیادی را تجربه کرد، اما در عین حال گزارش سه ماهه این شرکت‌ها به گونه‌ای بود که تا حدودی زمینه نگرانی‌های بازار را کاهش داد. این موارد می‌تواند تا یک یا سه ماه آینده و تا زمان بازگشتی فصل مجمع بازار را فضای بهتر و باثبات‌تری قرار دهد، اما سهامداران نباید در انتظار رندهای غافلگیرکننده شاخص بورس همچون چند ماه گذشته باشند.

صف‌های فروش دسته‌جمعی در بازار سرمایه

فرصت امروز: روند نزولی بازار سرمایه در اسفندماه همچنان ادامه دارد و شاخص کل بورس در روز سه‌شنبه و در پنجمین روز اسفندماه بیش از ۲ هزار واحد افت کرد. شاخص کل بورس با این افت ۲ هزار و ۷۱۹ واحدی تا رقم یک میلیون و ۲۱۱ هزار واحد عقب رفت. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۹۹۷ واحد کاهش به ۴۳۵ هزار و ۹۶ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۶۵۱ واحد افت به ۲۸۴ هزار و ۳۰۰ واحد رسید. شاخص بازار اول ۴۱۴ واحد و شاخص بازار دوم ۱۰ هزار و ۹۹۸ واحد کاهش داشت. در معاملات روز سه‌شنبه بیش از ۶ میلیارد و ۶۷۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۶۶ هزار و ۱۳۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای ملی صنایع مس ایران (فملی)، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد)، پالایش نفت تهران (شتران)، سایپا (خسایا)، پالایش نفت بندرعباس (شبندر) و ایران خودرو (خودرو) از جمله نمادهای پرتراکنش بودند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۵۰۹ میلیون و ۶۰۳ هزار برگه سهم به ارزش ۷ هزار و ۴۸۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. در آن سوی بازار سرمایه هم شاخص فرابورس ۲۹ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۷ هزار و ۲۲۳ واحد ایستاد. در این بازار یک میلیارد و ۲۴۲ هزار برگه سهم به ارزش ۴۶ هزار و ۵۸۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

کاهش هیجان شرط لازم بهبود معاملات بورس

شاخص بورس تهران در چهار روز کاری که از شروع اسفندماه می‌گذرد هنوز رنگ صعود را ندیده و در روز شنبه بیش از ۵ هزار واحد، روز یکشنبه ۱۰ هزار واحد، روز دوشنبه بیش از ۸ هزار واحد و نهایتاً در روز سه‌شنبه بیش از ۲ هزار واحد افت کرد. در این بین، یک کارشناس بازار سرمایه، کاهش هیجان را شرط لازم بهبود روند معاملات بورس می‌داند و می‌گوید: در صورت ایجاد تعادل در معاملات بورس و کاهش هیجان، روند بازار سهام می‌تواند تا حدودی بهبود پیدا کند. با توجه به مولفه‌های موجود، ریسک کمی در میان مدت، بورس را تهدید می‌کند و معاملات این بازار می‌تواند به شرایط باثباتی برسد.

سلمان نصیرزاده به روند فعلی معاملات بورس اشاره کرد و گفت: انتظار می‌رود که شرایط بازار تا پایان اسفندماه رو به بهبود بود، در هفته‌های گذشته بازار با برخی از ابهامات همراه بود که تا حدودی شرایط بازار را تحت تاثیر قرار داد. یکی از مسائلی که به شدت بر روند بازار تاثیرگذار بود موضوع بودجه به خصوص مسئله افزایش حامل‌های انرژی و نرخ هزینه سوخت و برق بود.

به گفته وی، در لایحه بودجه ارائه شده از سوی دولت به موضوع افزایش

حامل‌های انرژی پرداخته نشده است که این مسئله می‌تواند به عنوان یکی از ابهامات منفی در بازار برطرف شده باشد و به عنوان اتفاقی مثبت برای معاملات بازار تلقی شود. در کنار این موضوع بحث مناقشات سیاسی و نرخ ارز مطرح است که این موضوع، کلیت بازار را بهم ریخت.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه به نظر می‌رسد مسائل سیاسی در شرایط کنونی به نتیجه نهایی نرسد، گفت: با توجه به چنین موضوعی ممکن است نرخ ارز در محدوده فعلی و در قیمت ۲۵ هزار تومان به ثبات برسد که این موضوع می‌تواند به عنوان اتفاقی مثبت برای بازار تلقی شود. براساس پیش‌بینی‌ها نرخ ارز فصل زمستان و بهار را با میانگین حدود ۲۵ هزار تومان به پایان خواهد رساند، در حالی که تا چند وقت گذشته انتظارها بر این اساس بود که نرخ ارز به قیمت‌های کمتر از ۲۵ هزار تومان برسد و حتی تا نرخ حدود ۲۲ هزار تومان کاهش یابد.

او با اشاره به اینکه با توجه به قرار گرفتن قیمت‌های جهانی در سطحی مناسب، عملکرد مطلوب شرکت‌ها و قرار گرفتن تحلیل‌های بنیادی و تکنیکالی می‌توان به آینده بازار خوش‌بین بود، افزود: البته این خوش‌بینی‌ها به این معنا نیست که موج جدیدی از صعود را در بازار شاهد خواهیم بود، اما انتظار این است که تا حدودی روند بازار به سمت تعادل برود. نصیرزاده با بیان اینکه در اسفندماه خطری معاملات بازار را تهدید نمی‌کند، گفت: تنها موضوعی که اکنون بازار را با مشکل همراه کرده، نوعی بی‌اعتمادی است که بر کلیت روند بازار حاکم شده است. صف‌های فروش ایجاد شده در بازار در دامنه نوسان منفی دو است بنابراین نمی‌تواند چندان تاثیری بر روند بازار داشته باشند و خطر زیادی را در بازار داشته باشند. به گفته وی، در صورت ایجاد تعادل در معاملات بورس و کاهش هیجان روند بازار می‌تواند تا حدودی بهبود پیدا کند. انتشار گزارش ماهانه شرکت‌ها در کنار دیگر عوامل می‌تواند کمک‌کننده به وضعیت بازار باشد و تا حدودی شرایط بازار را به سمتی پیش ببرد که معاملات بورس عملکرد بهتری را از خود نشان دهد.

این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: از جمله گروه‌هایی که بازار را تحت تاثیر منفی قرار داد گروه پالایشی بود، این گروه اصلاح زیادی را تجربه کرد، اما در عین حال گزارش سه ماهه این شرکت‌ها به گونه‌ای بود که تا حدودی زمینه نگرانی‌های بازار را کاهش داد. این موارد می‌تواند تا یک یا سه ماه آینده و تا زمان بازگشتی فصل مجمع بازار را فضای بهتر و باثبات‌تری قرار دهد، اما سهامداران نباید در انتظار رندهای غافلگیرکننده شاخص بورس همچون چند ماه گذشته باشند.

صف‌های فروش دسته‌جمعی در بازار سرمایه

نماگر بازار سهام

دولت مجاز به استفاده از ظرفیت بازار سرمایه در پروژه‌های عمرانی شد

نمایندگان مجلس شورای اسلامی به دولت اجازه دادند از ظرفیت بازار سرمایه به منظور اجرای پروژه‌های عمرانی استفاده کنند. نمایندگان مردم در روز سه‌شنبه و در چهارمین جلسه رسیدگی به جزئیات لایحه بودجه ۱۴۰۰، با پیشنهاد سیدشمس‌الدین حسینی، عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس برای الحاق به تبصره ۵ ماده واحده لایحه بودجه ۱۴۰۰ با ۲۰۲ رأی موافق، ۶ رأی مخالف و یک رأی ممتنع از مجموع ۲۲۲ نماینده حاضر در صحن موافقت کردند. براساس پیشنهاد سیدشمس‌الدین حسینی، به دولت اجازه داده می‌شود نسبت به تامین مالی طرح‌های تملک دارایی‌های سرمایه‌ای که اهمیت و کارکرد راهبردی آنها با پیشنهاد دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط به تأیید سازمان برنامه و بودجه کشور می‌رسد، از طریق ابزارها و روش‌های بازار سرمایه اقدام نماید. سقف منابع موضوع این بند حداکثر ۳۰ درصد اعتبارات تملک دارایی‌های سرمایه مصوب در هر فصل تعیین شده است.

براساس این پیشنهاد دولت مکلف است به منظور حفظ جریان نقدینگی موردنیاز، ضمن در اولویت قرار دادن تخصیص طرح‌های موضوع این بند، برای پرداخت سود و حساب مورد بازپرداخت اصل منابع مالی، پیش‌بینی اعتبار لازم در سال‌های بعد را به عمل آورد. مواردی همچون تعیین حداکثر سود قابل پرداخت، نرخ کارمزد، نحوه تضمین و بازپرداخت تعهدات توصیه نهایی و نحوه تقسیم ریسک، حداکثر دو ماه بعد از ابلاغ قانون با پیشنهاد مشترک سازمان برنامه و بودجه کشور و وزارت امور اقتصادی و دارایی به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.

سیدشمس‌الدین حسینی در جریان طرح پیشنهاد خود گفت: یکی از دغدغه‌های نمایندگان اصلاح ساختار بودجه است که یکی از موارد موردنیاز این اصلاح نحوه تامین مالی پروژه‌ها و جبران کسری بودجه است.

رئیس کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس با اشاره به اینکه روش تامین پروژه‌های عمرانی باید اصلاح شود، ادامه داد: در حال حاضر برای اجرای پروژه‌ها از سیستم بانکی یا منابع بودجه استفاده می‌شود، تامین مالی پروژه‌ها بانک محور شده که افزایش نقدینگی را به همراه دارد.

او با تأکید بر اینکه بازار سرمایه فرصت مناسبی است که باید از آن برای اجرای پروژه‌های عمرانی استفاده کنیم، ادامه داد: پروژه‌های عمرانی که دارای اهمیت بالایی هستند، می‌توانند تا ۳۰ درصد از سقف هر فصل از بازار سرمایه تامین مالی شوند، کارگروهی نیز ساختار تعیین سود منابع استفاده شده از بازار سرمایه را مشخص می‌کند.

همچنین به اعتقاد یک کارشناس دیگر بازار سرمایه، مهمترین مشکل بورس در حال حاضر نبود نقدینگی و پول در بازار است. این دامنه نامتقارن هم به این وضعیت دامن زده و حالا چند روز است که بازار قفل شده است. جریان فروش در بازار سهام نیز شکل تجمعی به خود گرفته و هر سهامداری که در یک روز موفق به فروش سهام خود نمی‌شود مجدداً در روز بعد به صف فروش اضافه می‌شود.

محمد خبری‌زاده در رابطه با تاثیر توافق ایران و آژانس بر بازار سرمایه نیز گفت: بازار آنقدر مشکلات داخلی دارد که دیگر خیلی ریسک سیاسی داخلی موثر نیست. اگر بخواهیم تقسیم‌بندی کنیم بزرگترین معضلات بازار در وهله اول نبود پول و بی‌اعتمادی است. بخش دوم سیاست‌های خارجه و توافقات و بخش آخر هم اتفاقات سیاسی داخلی است.

او با اشاره به اینکه تداوم تغییر دامنه نوسان، بازار را در همین روند نگه می‌دارد، گفت: شاید مسئولان بورس می‌خواستند بازار را در همین شرایط نگه دارند که بازار فقط روزی یک درصد افت کند، تا که در پایان سال اتفاقات دیگری بیفتد. چون با این تغییر دامنه نوسان اتفاق خوبی برای بازار نیفتاده است و بدتر به صف‌های فروش دامن زده است. تنها خوبی که این محدوده نوسان داشته این است که به جای اینکه بازار ۵ درصد منفی بخورد یک تا یک و نیم درصد منفی می‌خورد.

خبری‌زاده در توصیه به سیاست‌گذاران بورسی گفت: مسئولان بورس می‌توانند از تجربیات کشورهای دیگر استفاده کنند و احتیاجی نیست چرخ را از اول اختراع کنیم. یک اصل در بازار سرمایه وجود دارد به اسم اصل تقدشوندگی. این اصل نخست بازار است. در شرایط کنونی با دامنه نامتقارن این اصل کلاً نابود شده است. لازم به توضیح است اگر منابع کافی برای اجرای دامنه نامتقارن وجود داشت سیاست خوبی بود، ولی با توجه به نبود منابع کافی، امیدوارم به زودی دامنه نامتقارن را بردارند، اما اگر اصرار به تداوم نگهداری دامنه نوسان نامتقارن وجود دارد باید منابع برای حمایت از بازار فراهم شود.

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی



کارخانجات نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران
کارخانجات نداجا بندرعباس

مناقصه گزار: کارخانجات نداجا، بندرعباس
سال مالی: ۱۳۹۹

کارخانجات نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد ساخت یا تامین ۴ عدد ونیچ های بالاآوردنه (Lift Dock Hoist) خود برابر مشخصات جدول ذیل را از طریق مناقصه عمومی تامین نماید.

LIFT- DOCK-HOIST	
NO. 115415	TYPE 4200
2800 KN	LIFTING CAPACITY
1.6 m/min	ROPE SPEED AT DRUM
0.2 m/min	LIFTING SPEED AT LOWER SHEAVE BLOCK
1 BMDIN 15020	MACHINERY GROUP
38 mm	ROPE DIAMETER
1900N/mm2	ROPE STRENGTH

لذا از کلیه متقاضیان دعوت می‌شود: جهت بازدید از نمونه های مشابه و دریافت اوراق شرایط و مشخصات مناقصه، با در دست داشتن معرفی نامه شرکت مربوطه، از ساعت ۸ الی ۱۳ روز یکشنبه مورخه ۱۳۹۹/۱۲/۱۰ به آدرس: «بندرعباس، جاده اسکله شهید باهنر، منطقه یکم نیروی دریایی ارتش ج. ا. ا. کارخانجات نداجا» مراجعه و تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخه ۱۳۹۹/۱۲/۲۳ نسبت به تحویل مدارک اقدام نمایند.

- جهت هماهنگی بازدید و به منظور اخذ مجوز تردد با شماره تلفن ۰۹۱۷۳۶۴۹۲۵۲ مهندس قنبری نژاد تماس حاصل نمایند.
- هزینه چاپ آگهی مناقصه، بعد از برنده مناقصه خواهد بود.
- (میزان و نوع تضمین شرکت در مناقصه) واریز مبلغ ۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب شماره ۵۱۵۱۵۷۵۴۵۸۰۰۴ نزد بانک سپه، بنام وجوه مشخص دارایی منطقه یکم نداجا و ارائه اصل فیش واریزی و یا مبلغ یاد شده را بصورت ضمانتنامه بانکی در وجه کارخانجات نداجا، بندرعباس اخذ و به همراه مدارک مناقصه تحویل نمایند.
- (مبلغ اوراق شرایط و مشخصات مناقصه) شرکت در مناقصه مستلزم واریز مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب شماره ۵۱۵۱۷۹۵۴۱۵۰۰۳ نزد بانک سپه، بنام عواید غیرقابل برداشت کارخانجات نداجا، بندرعباس و ارائه اصل فیش واریزی می باشد.
- زمان بازدید و دریافت اوراق شرایط و مشخصات مناقصه: ۱۳۹۹/۱۲/۱۰
- پایان مهلت تحویل مدارک و پاکت های پیشنهادی: ۱۳۹۹/۱۲/۲۳
- زمان بازگشایی پیشنهادات در صورت به حد نصاب رسیدن تعداد شرکت کنندگان: مورخه ۱۳۹۹/۱۲/۲۴
- شرکت در مناقصه و ارائه پیشنهاد به منزله قبول اختیارات و تکالیف دستگاه مناقصه گزار می باشد.
- نداجا در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات یا تمام آنها مختار است.
- معامله و عقد قرارداد طبق شرایط مندرج در برگ شرایط و مشخصات مناقصه و با ارائه ۲۵٪ ضمانت نامه پیش پرداخت + ۱۰٪ ضمانت نامه حسن انجام کار + ۵٪ ضمانت نامه حسن انجام تعهدات صورت خواهد پذیرفت.
- ارائه صورت های مالی (ترازنامه، سود و زیان جامع، سود و زیان، گردش وجوه نقد)، اظهارنامه مالیاتی، گواهی مالیات بر ارزش افزوده، رزومه و روکش قراردادها الزامی است.
- در صورت وجود هرگونه ابهام و سوالات تخصصی با شماره تلفن ۰۹۱۷۳۶۴۹۲۵۲ مهندس قنبری نژاد تماس حاصل فرمایند.
- پاکت های پیشنهادی شرکت کنندگان:
- الف: سپرده/ ضمانتنامه شرکت (مطابق بند ۲)
- ب: شرایط و مشخصات فنی و مدارک مناقصه (اساتمامه، آگهی روزنامه، آخرین تغییرات، گواهینامه ستار، رزومه، رزگرفت کارت ملی و شناسنامه و عکس و آدرس و شماره تلفن های در اختیار مدیرعامل، رئیس هیئت مدیره، اعضای هیئت مدیره و نفرت درگیر در عملیات، نحوه آشنایی با آجا، آدرس سایت و پست الکترونیکی شرکت، بیمه نامه مسئولیت مدنی)
- پاکت ج: قیمت پیشنهادی (حتما مدت اعتبار پیشنهاد قیمت تا پایان فروردین ماه ۱۴۰۰ درج و ارائه گردد + کسورات قانونی (نوع مالیات و بیمه و...) برعهده پیمانکار می باشد+ پیشنهاد قیمت الزاما در سر برگ شرکت درج و ارائه گردد.)
- قانون منع مداخلات کارکنان دولتی در مناقصات مدنظر قرار گیرد، برنده مناقصه حق هیچگونه همکاری مستقیم و غیرمستقیم با کارکنان دولتی و نداجا جهت انجام موضوع مناقصه را نخواهد داشت.

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۲/۰۶

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۲/۰۵

نوبت دوم

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای با ارزیابی ساده

شناسه آگهی: ۱۰۹۸۱۲۷



نشان آب و برق خوزستان

شرکت سهامی سازمان آب و برق خوزستان به شناسه ملی ۰۱۰۴۲۰۰۷۱۹۴۰، کد اقتصادی ۴۱۱۳۱۹۷۱۸۸۹۸ و کد پستی ۶۱۳۴۸۱۳۹۵۶ در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی ساده، با مشخصات ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

شماره مناقصه	شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	موضوع مناقصه	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)
۹۹/۱۹۵	۲۰۹۹۰۰۱۵۹۷۰۰۰۱۳۶	خرید نرم افزار پایش آب به همراه تهیه یا تطبیق دیتابیس با الزامات فنی سازمان آب و برق خوزستان	---	۱/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰

- زمان، مهلت، مبلغ و محل دریافت اسناد مناقصه: متقاضیان می توانند از تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۰۴ لغایت ۱۳۹۹/۱۲/۰۹، به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و با پرداخت مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال از طریق درگاه پرداخت اینترنتی سامانه برای خرید اسناد مناقصه فوق اقدام نمایند.
- زمان و محل تحویل پاکت مناقصه: مناقصه گران می باید ضمن بازگشایی تصویر کلیه مدارک و اسناد مناقصه در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت حداکثر تا ساعت ۱۸:۰۰ مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۹، نسبت به تحویل اصل مدارک مطابق شرایط درج شده در اسناد مناقصه، در یک پاکت لاک و مهر شده حداکثر تا ساعت ۹:۰۰ صبح مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۰ به نشانی: خوزستان، اهواز، بلوار گلستان، ساختمان ۵ طبقه سازمان آب و برق خوزستان، طبقه همکف دبیرخانه مرکزی اقدام و رسید دریافت دارند.
- تاریخ بازگشایی پاکت (الف، ب و ج): مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۰ ساعت ۱۰:۰۰ صبح
- تاریخ سایت ویزیت: سایت ویزیت راس ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۳ به نشانی تاسیسات آب رسانی کوت امیر انجام خواهد شد.
- سایر شرایط:

- داشتن گواهینامه تأیید صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی الزامی است
- به پیشنهادهای فاقد اصل امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از مدت مقرر واصل شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- شرکت های متقاضی، بایستی پاکت حاوی اسناد مناقصه (الف، ب و ج) را ضمن بازگشایی، در یک پاکت لاک و مهر شده تحویل نمایند.
- علاقه مندان به شرکت در فراخوان مناقصه عمومی در صورت عدم عضویت قبلی، می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی اعضای الکترونیکی (توکن) با شماره تلفن ۰۲۱-۴۱۹۳۴-۰۲۱ تماس حاصل نمایند. (اطلاعات تماس ثبت نام سایر استان‌ها در سایت www.setadiran.ir بخش « ثبت نام / پروقایل تامین کننده / مناقصه گر» موجود است)

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۲/۰۶

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۲/۰۴

اخبار



عقد ۲ قرارداد به ارزش ۷ میلیارد ریال در حوزه فناوری گیاهان دارویی در اصفهان

دو قرارداد و ۱۰ تفاهم‌نامه همکاری در حوزه فناوری گیاهان دارویی به منظور حل مشکلات و چالش‌های فناوری گیاهان دارویی میان بخش خصوصی و دولتی در اصفهان به امضا رسید.

ایران ۱۱ اقلیم از ۱۲ اقلیم شناخته شده جهانی را داراست و با غنای گیاهی و تنوع زیستی بالا از دیرباز یکی از پیشگامان علم طب و گیاهان دارویی در جهان بوده است. کشورمان از نظر تنوع زیستی جزو ۸ کشور برتر دنیا در تولیدات گیاهی به حساب می‌آید.

تنوع اقلیمی ایران و به تبع آن پوشش متنوع گیاهی ظرفیت بسیار گسترده‌ای را برای ورود ایران به عرصه تجارت بین‌المللی گیاهان دارویی و داروهای گیاهی فراهم کرده است. براساس نظر گیاه‌شناسان و پژوهشگران، تعداد گونه‌های گیاهی ایران حدود ۸۰۰۰ گونه است که از نظر تنوع گونه‌ای حداقل دوبرابر قاره اروپاست. تحقیقات نشان داده است که بیش از ۲۳۰۰ گونه از گیاهان کشور دارای خواص دارویی، عطری، ادویه‌ای و آرایشی-بهداشتی هستند. به علاوه ۱۷۲۸ گونه از این گیاهان به عنوان گیاهان بومی ایران هستند که منحصراً در سرزمین ایران رویش کرده و به عنوان یک ظرفیت انحصاری در کشور محسوب می‌شوند. با توجه به ظرفیت‌های کشور در این حوزه و استفاده از این پتانسیل، رویداد «چالش فناوری گیاهان دارویی در اصفهان» با مشارکت «فن بازار منطقه‌ای» اصفهان وابسته به شرکت شهرک‌های صنعتی استان اصفهان و سرای نوآوری گیاهان دارویی وابسته به دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان با حضور سرمایه‌گذاران، پژوهشگران، شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای فنآور در محل دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان برگزار شد.

مدیر فن بازار منطقه‌ای استان اصفهان با اشاره به برگزاری این رویداد در گفت و گو با ایسنا، از عقد چند قرارداد و تفاهم‌نامه در این حوزه خبر داد و اظهار کرد: رویداد ملی چالش فناوری گیاهان دارویی در اصفهان به عقد ۲ قرارداد و ۱۰ تفاهم‌نامه به منظور حل مشکلات و چالش‌های فناوری گیاهان دارویی بخش خصوصی و بخش دولتی منجر شد. علیرضا وحدت‌پور با بیان اینکه در این رویداد، بخش‌های مختلف دولتی و خصوصی، نیازها و مشکلات خود را در عرصه گیاهان دارویی مطرح کردند، خاطر نشان کرد: پس از بررسی این نیازها توسط دفتر فن بازار منطقه‌ای استان اصفهان و ارجاع نیازهای متقاضیان به شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای فنآور، راه‌حل‌های فناورانه برای آنها ارائه شد که برخی از آنها در قالب قرارداد همکاری پیگیری می‌شود. وی با تأکید به فرآیند برگزاری رویداد یادشده، تصریح کرد: در فراخوان این رویداد ۶۰ نیاز فناورانه مرتبط با گیاهان دارویی دریافت و پس از بررسی اولیه، ۴۴ چالش از بین آنها انتخاب شد که ۲۷ مورد مربوط به بخش خصوصی و ۱۷ مورد مربوط به بخش دولتی بود. مدیر فن بازار منطقه‌ای استان اصفهان گفت: نیازهای فناورانه منتخب، به شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای فنآور فعال در این عرصه، معرفی و ۱۷ جلسه برخط (آنلاین) بین متقاضیان و فناوران برای بررسی آنها برگزار شد و در نهایت در روز رویداد ۲۰ چالش از ۷ شرکت ارائه و به عقد ۲ قرارداد قطعی شامل ساخت دستگاه‌های خشک‌کن انجمادی تحت خلأ و دستگاه خشک‌کن هوشمند به ارزش مجموعاً ۷ میلیارد ریال و ۱۰ تفاهم‌نامه میان شرکت‌های فنآور و سرمایه‌گذاران و متقاضیان منجر شد.

واردات موز تسهیل شد

ستاد تنظیم بازار با واردات موز در مقابل صادرات محصولات کشاورزی ایلافی از سوی وزارت جهاد کشاورزی موافقت کرد. به گزارش ایسنا، براساس مصوبات جلسه روز گذشته کارگروه ستاد تنظیم بازار، برای تنظیم بازار موز در ایام پایانی سال، با واردات این محصول در ازای صادرات سایر محصولات کشاورزی مجازای ایلافی از سوی وزارت جهاد کشاورزی در قبال ارز متقاضی/اشخاص و با از محل سایر ارزهای مجاز(ارز غیر) امکان‌پذیر شد. این در حالی است که از اردیبهشت ماه امسال واردات موز به دلیل محدودیت‌های ارزی به نوعی ممنوع و در ادامه واردات آن مشروط به صادرات سیب شده است. در میانه بهمن ماه، قیمت هر کیلو موز وارداتی در خرده‌فروشی‌های سطح شهر تهران به ۵۰ تا ۶۰ هزار تومان رسید. براساس گزارش مرکز آمار از تغییر قیمت کالاهای خوراکی، در دی ماه امسال قیمت هر کیلو موز در دی ماه پارسال به طور متوسط ۱۳ هزار و ۹۰۰ تومان بوده است که در همین ماه در سال جاری به متوسط قیمت ۳۳ هزار و ۴۰۰ تومان رسیده و افزایش ۱۴۰۳ درصدی داشته است.

خرمای ماه رمضان با قیمت و کیفیت مناسب عرضه می‌شود

براساس مصوبه کارگروه تنظیم بازار مقرر شد که در ماه رمضان خرما با کیفیت و قیمت مناسب با همکاری سازمان میادین میوه و تره بار، فروشگاه‌های زنجیره‌ای، سازمان صمت استان‌ها و اتاق اصناف در بازار توزیع شود. به گزارش ایسنا در مصوبه ستاد تنظیم بازار آمده است: با توجه به تولید محصول خرما و انباشت این محصول در سردخانه‌ها مقرر گردید به منظور عرضه خرما با قیمت و کیفیت مناسب در ایام ماه مبارک رمضان مراتب همکاری در جذب و تخصیص کالاها با محوریت مدیر پروژه تعیین شده و با همکاری سازمان میادین میوه و تره‌بار شهرداری تهران فروشگاه‌های زنجیره‌ای، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان‌ها و اتاق اصناف در شبکه گسترده با قیمت مناسب توزیع گردد.

خوزستان در تأمین کالای اساسی شب عید مشکلی ندارد

معاون اقتصادی و بازرگانی سازمان صنعت، معدن و تجارت خوزستان گفت امیدواریم با برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده، برای شب عید با کمبود کالاهای اساسی در استان خوزستان مواجه نشویم. عبدالرحمان ناصریان در گفت‌وگو با ایسنا، درخصوص وضعیت تأمین کالاهای اساسی اظهار کرد: استان خوزستان در مقایسه با سایر استان‌ها برای تأمین کالاهای اساسی مشکل خاصی ندارد؛ واردات کالاهای اساسی به استان انجام می‌شود و امیدواریم با برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده، برای شب عید با کمبود کالاهای اساسی در استان خوزستان مواجه نشویم. وی افزود: واردات کالاهای اساسی از بندر امام و بندر خرمشهر صورت می‌گیرد و از مرزهای شلمچه و چذابه بیشتر کار صادرات به خارج از کشور انجام می‌شود.



زبان هر یک از دو خودروساز اصلی، بالغ بر ۳۰ هزار میلیارد تومان است. وی ادامه داد: در سال ۱۳۹۹ با تغییراتی که در گزینه‌های وزارت صمت رخ داد، «حسین مدرس‌خیابانی» که سرپرست وزارت صمت شد، اولین کاری که کرد، قیمت فولاد را به قیمت جهانی رساند. بنا بر ورود وزارت صمت به قیمت‌گذاری فولاد، تولید کاهش یافت و این کاهش اثر خود را بر صنعت خودرو نشان داد چراکه شرکت‌های فولادی تصمیم گرفتند با کاهش عرضه وزارت صمت را ناگزیر از اصلاح قیمت کنند. در همین حال فولادسازان عنوان کردند که تولیدکنندگان صنعت قطعه نسبت به دریافت ورق اضافی اقدام می‌کنند. بر این اساس ظرفیت‌سنجی مورد تأکید قرار گرفت؛ این در حالی بود که برون‌سپاری تولید در صنعت قطعه و سایر صنایع در سال‌های گذشته اجرائی شده بود و گرم به گرم مواد اولیه مورد بررسی قرار می‌گرفت.

این عضو هیأت مدیره انجمن سازندگان قطعات با بیان اینکه خواسته ما از شرکت‌های فولادی و دولت این است که دست از صنعت و تولیدکنندگان داخلی بردارند، اظهار کرد: از شخص رئیس جمهوری، وزیر صمت و از مجلس می‌خواهیم که به این موضوع ورود کنند. یک سیکل پیچیده‌ای برای تولیدکننده داخلی و صنعتگران ایجاد شده است که برخلاف جهش تولید است. در سالی که به اسم جهش تولید نامگذاری شده است، انتظار می‌رفت اقداماتی صورت گیرد و شرایطی فراهم شود که در پایان سال شاهد جهش تولید باشیم؛ لذا می‌خواهیم دست از سر تولیدکنندگان داخلی علی‌الخصوص قطعه‌سازان بردارند، چراکه شرایط بسیار خطرناک است و همین روند منجر به افزایش قیمت، کاهش تولید و در نهایت نابودی صنعت خواهد شد.

اجرای آن وجود دارد و مشخص نیست که قرار است، چگونه خودرو در بورس عرضه شود؛ لذا امیدوار هستیم که این ابهامات در طرح نهایی واضح شده و نقاط ضعف آن برطرف شود. نایب رئیس انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو با بیان اینکه در دوره دوم دولت فعلی، تغییر چهار وزیر صنعت، معدن و تجارت، لطمه‌های بسیاری به صنایع کشور، به ویژه صنعت خودرو داشت، تأکید کرد: انتظار داریم که در سطح وزارتخانه، اتاق فکری برای صنعت خودرو با هدف تعیین راهکارها و سازوکارها تشکیل و استراتژی‌ها از آن ناحیه مشخص شود. امیدوار هستیم در سال آینده باتوجه به شناختی که وزیر صمت طی مدت وزارت خود در سال جاری به دست آورده‌اند به تشکیل این اتاق فکر اقدام کنند.

تصمیماتی که صنعت را دچار عواقب ناخوشایند کرد در ادامه این نشست فرهاد به‌نیا- سخنگوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو- ضمن تأکید بر اینکه هرگونه تصمیم‌گیری در صنعت بایستی منجر به کاهش قیمت‌ها شود، اظهار کرد: طی سال جاری در دو زمینه شاهد تصمیماتی بودیم که نتیجه آن عواقب ناخوشایندی را برای صنعت خودرو و صنعت قطعه‌سازی کشور رقم زد است. فولادسازان کشور از سال ۱۳۹۶ تا اوایل سال ۱۳۹۸ با خرید مواد اولیه این صنعت با قیمت پایین که در حدود نصف قیمت جهانی بود، تسوذهای هنگفتی کسب کردند. این تولیدکنندگان فولاد که عمدتاً دولتی نیز هستند، سال‌ها مواد اولیه موردنیاز صنایع را با نصف قیمت جهانی خریداری می‌کردند و با ۵۰ درصد سود، به قیمت صادراتی در بورس کالا فروختند؛ لذا طی چندین سال بیش از ۲۰ هزار میلیارد تومان سود کردند؛ این در حالی است که

نایب رئیس انجمن سازندگان قطعات ضمن تأکید بر اینکه تغییر چهار بار وزیر صمت در دوره دوم دولت فعلی، لطمه زیادی به مجموعه صنایع کشور، به‌ویژه صنعت خودرو وارد کرد، خواست تا اتاق فکری در وزارت صنعت، معدن و تجارت برای تعیین راهکارها و استراتژی‌ها تشکیل شود. به گزارش ایسنا، صبح روز دوشنبه در آخرین نشست خبری سال جاری انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو به منظور بررسی وضعیت صنعت قطعه‌سازی، موانع و مشکلات و همچنین ارائه راهکارهای موثر در محل هتل اسپیناس پالاس با حضور اعضای این انجمن برگزار شد. ابتدای این نشست، اصغر خسروشاهی- نایب رئیس انجمن، ضمن اشاره به اینکه در سال جهش تولید علی‌رغم همه تلاش‌ها و همت قطعه‌سازان برای تحقق جهش تولید که جای تقدیر نیز دارد، نسبت به سال گذشته، توانسته‌ایم بالغ بر ۲۰ درصد افزایش تولید داشته باشیم؛ هرچند که این روند مورد افزایش تولید مورد رضایت قطعه‌سازان نبوده است و بایستی بیش از اینها پیش می‌رفتیم، اما با توجه به مشکلات و موانعی که گریبانگیر مجموعه صنعت خودرو کشور شامل قطعه‌سازی و خودروسازی شد، نتوانستیم بیش از این میزان رشد تولید را محقق سازیم. وی ضمن یادآوری اینکه با توجه به تغییرات در مجلس شورای اسلامی، بحث تحول صنعت خودرو مطرح شد تا مشکلات این صنعت حل شود، گفت: در ابتدای بررسی طرح، کمیوبیش نظر انجمن پرسیده می‌شد، اما اکنون انجمن قطعه‌سازان کنار گذاشته شده و دیگر اطلاعات چندانی از آن در اختیار نداریم اما شنیده‌ایم که به تصویب رسیده است. طرح تحول صنعت خودرو، واقعاً طرح تحول نیست و بیشتر بر محور آزادسازی قیمت و عرضه در بورس کالا تمرکز دارد و دارای ابهامات بسیار به‌ویژه در نحوه

ترخیص برنج‌های وارداتی در گرو اصلاحیه سازمان استاندارد

برنج‌هایی که قرار است وارد کشور شود بیش از ۵۰ درصد شکستگی دارد و لسی ارزش غذایی کمی ندارد یا این وجود به دلیل کندی زودی وارد بازار کنیم.

فرآیند اخذ مجوز از استاندارد به نظر می‌رسد نتوانیم این برنج را به زودی وارد بازار کنیم.

آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ای ۹۹/م/۲۹
مدیریت مخابرات منطقه مرکزی
مدیریت مخابرات منطقه مرکزی در نظر دارد عملیات کابل کشی خاکی و کانالی فیبر نوری مسیر سه راهی خاندانه علیا _ مالمیر و بن گنبد و BTS مالمیر (USO) به مترای تقریبی ۱۲۰۰۰ متر طول را به اشخاص حقوقی واجد شرایط و اگذار نماید لذا از کلیه فعالان در این زمینه دعوت می‌شود جهت دریافت اسناد مناقصه به سایت مخابرات منطقه مرکزی برای دانلود مراجعه و یا با در دست داشتن فیش واریزی به مبلغ ۵۰۰.۰۰۰ ریال به شماره حساب جام ۱۶۶۰۸۶۰۸۹۲ نزد بانک ملت شعبه اراک بنام مخابرات منطقه مرکزی با کدشماره ۳۱۶۰۰۸۰۶۶۰۱۲۷ به نشانی ذیل مراجعه و پس از تکمیل اسناد مذکور پاکتهای پیشنهادی خود را حداکثر تا ساعت ۱۲ مورخ ۱۷/۱۲/۱۳۹۹ به واحد قرار دادها تحویل نمایند. شرکت در مناقصه الزامی است. اسناد را از طریق سایت دانلود می‌نمایند نیازی به پرداخت فیش ندارند. نوع تضمین شرکت در مناقصه : ضمانتنامه بانکی قابل تمدید دارای حداقل سه ماه اعتبار در وجه شرکت مخابرات ایران- مدیریت منطقه مرکزی چک تضمینی بانکی. مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : ۳۱۲.۰۰۰.۰۰۰ ریال تاریخ بازگشایی پاکات قیمت: پس از ارزیابی فنی و مالی مکان دریافت اسناد مناقصه و ارائه پیشنهادات (پاکتهای مناقصه) : اراک خیابان دانشگاه سه راه خانه سازی فئات انتهایی خیابان شقایق ساختمان شماره ۱ مخابرات طبقه همکف واحد قراردادهای. توجه : به پیشنهادهای فاقد امضاء، مخدوش و مشروط و پیشنهادهایی که بعد از انقضای مدت مقرر در فراخوان واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. شرکت مخابرات در قبول و یا رد هر یک با تمام پیشنهادات مختار می باشد. سایر اطلاعات و جزئیات مربوط ، در اسناد مناقصه مندرج است. به دلیل زمان بر بودن تشریفات قانونی مناقصه ، واگذارنده مناقصه مجاز به تغییر تاریخ شروع و پایان قرار داد خواهد بود داشتن گواهی صلاحیت پیمانکار از نهادهای قانونی مرتبط (وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی و سازمان مدیریت و برنامه ریزی و ...) جهت شرکت در مناقصه الزامی است. توجه : آن دسته از فروشندگان ، تأمین کنندگان و پیمانکارانی که شرکت های FCP در آنها دارای سهام می باشند امکان حضور در مناقصه را ندارند. ۲۰هزار تومان به مصرف کنندگان عرضه شود. تلفن تماس ۳۲۲۶۱۰۰۲ واحد قرار دادها جهت دانلود اسناد مناقصه به نشانی www.Markazi.teir مراجعه گردد.

مدیریت مخابرات منطقه مرکزی



نابودی در کمین صنعت خودرو

انجمن قطعه‌سازان با ارائه راهکارهایی به دنبال اصلاح قیمت مواد اولیه برای کاهش ۳۰ درصدی نرخ خودرو در کارخانه‌ها هستند آنها بر این باور هستند که در صورت عدم تامین نقدینگی نابودی در کمین صنعت خودرو است.

به گزارش گروه خودرو، در نشست خبری پایان سال انجمن سازندگان و قطعات و مجموعه‌های خودرو، قطعه‌سازان به گزارش عملکرد سال جاری و مشکلات سال آینده پرداختند. در این نشست برخی از موانع تامین مواد اولیه از سوی تامین‌کنندگان بررسی و درخواست‌هایی از وزیر صمت و مجلس شورای اسلامی برای بهبود فعالیت قطعه‌سازان مطرح شد. مواردی که هر یک با دغدغه مشتریان در بازار گره خورد و چالش جدی ادامه حیات صنعت خودرو در کشور نیز مطرح می‌شود.

علی رغم تکرار مکررات بخشی از نیازهای این صنعت، ظاهرا دولتمردان و متولیان امر کمترین توجهی به این مشکلات ندارند، شاید گلو شیرده صنعت خودرو در سال آینده به نظر کارشناسان، از پای درآید. برای پیشگیری از این مسئله تنها راه نجات تامین نقدینگی و اصلاح قیمت مواداولیه است.

در این گزارش بخشی از سخنرانی اعضای انجمن در نشست خبری را از نظر خواهیم گذراند:
اصغر خسروشاهی، نایب رئیس انجمن قطعه‌سازان به عنوان سخنران نخست با اشاره به گزارش عملکرد قطعه‌سازان گفت: در سال جاری قطعه‌سازان تلاش فراوانی داشتند که فرمایش مقام معظم رهبری را اجرایی کنند، افزایش تولید ۲۰درصدی نسبت به سال گذشته تحقق یافت. هرچند که این موضوع مورد رضایت ما نیست، زیرا به اهداف مذکور نرسیدیم.

وی با بیان اینکه مشکلات عدیده‌ای گریبان صنعت خودرو و قطعه‌سازان را گرفته، افزود: قطعه‌سازان همکاری مناسبی با خودروسازان داشتند. باتوجه به تغییراتی که در مجلس شورای اسلامی ایجاد شد، طرحی به نام تحول در صنعت خودرو اعلام و پیگیری شد. هدف اصلی این طرح بررسی مشکلات صنعت خودرو و ارائه راهکار بود.

وی با اشاره به اینکه در ابتدا بررسی طرح تحول صنعت خودرو نظرات قطعه‌سازان دریافت می‌شد، بیان کرد: چند ماه هست این طرح در حال بررسی صنعت خودرو بوده که متأسفانه اخیرا نظرات کارشناسی قطعه‌سازان را جویا نمی‌شوند و محور اصلی طرح نیز متمرکز بر قیمت‌گذاری خودرو است. مابقی موارد مربوط به صنعت خودرو در حاشیه این طرح قرار گرفته و دغدغه مجلس نحوه اجرای خودرو در بورس بوده که این مسئله نیز خالی از ابهام نیست.

نایب رئیس انجمن قطعه‌سازان ضمن پرداختن به موضوع تغییر چهار وزیر در دولت فعلی، گفت: تغییر وزرا سبب آسیب وارداشده به صنعت خودرو شده است. زیرا برنامه‌ها هر روز دستخوش تغییر قرار می‌گرفت. بارها پیشنهاد کردیم، در وزارت صمت مرکزی برای تعیین استراتژی در صنعت خودرو و ارائه راهکار ایجاد شود. خسروشاهی درخصوص همکاری صنعت خودرو با شرکای خارجی، افزود: شرط اصلی صنعت خودرو برای همکاری با خارجی‌ها، داخلی‌سازی خودروها با بالاترین سطح هست. از این رو شرکتهای چینی برای ورود به بازار کشور راغب‌تر هستند و احتمال ورود شرکتهای اروپایی به ویژه رنو و پژو به کشور بسیار کم است.

خودرو باید تک‌نرخ‌ی شود

عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی بر آزادسازی قیمت خودرو و ارتقای کیفیت آن با ورود بخش خصوصی به حوزه ساخت خودرو تاکید کرد.
علیرضا پاکفطرت در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت، دو نرخی بودن هر کالایی فسادانگیز است و اکنون نیز اختلاف قیمت کارخانه‌ای و بازاری خودرو یکی از مشکلاتی است که در حوزه خودرو می‌بایست نسبت به آن چاره‌اندیشی شود.

وی با تاکید بسر اینکه قیمت خودرو باید آزاد شود، گفت: وزارت صمت می‌بایست با بررسی کارشناسی و علمی در حوزه تعیین قیمت خودرو ورود کند و مانع از سررازشدن سود فروش خودرو به جیب دلان شود.

نماینده مردم شیراز در مجلس شورای اسلامی بیان کرد: قیمت خودرو باید واقعی شود البته نه به آن معنا که افزایش یابد بلکه می‌بایست پرداختی مصرف‌کنندگان در بازار مطابق با قیمت فروش خودرو از مبدأ کارخانه باشد.

پاکفطرت در ادامه با توجه به فراوانی سرمایه‌های سرگردان در جامعه به ضرورت ورود بخش خصوصی به حوزه ساخت خودرو اشاره کرد و افزود: بخش خصوصی در این حوزه توانمند است. همچنین می‌بایستت با بها دادن به قطعه‌سازان زمینه ورود این بخش را نیز به حوزه تولید خودرو فراهم کرد. به گفته وی قطعه‌سازان شاید نتوانند در حوزه خودروسازی و در بخش تیراژ به پای خودروسازان برسند، اما قطعاً کیفیت را بیش از آنچه که اکنون شاهد آن هستیم، ارتقا خواهند داد. عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی همچنین ورود وزارت دفاع به بخش خودروسازی را موجب شکست انحصار و ارتقای کیفیت دانست و اعلام کرد: صنعت خودرو سابقه دیرینه‌ای در خودروسازی دارد اما در مقایسه با سایر صنایع از پیشرفت بازمانه که یکی از دلایل آن، می‌تواند دولتی بودن این صنعت باشد، پاکفطرت در پایان خاطرنشان کرد، عدم صرفه اقتصادی تولید خودرو که مورد ادعای خودروسازان است، بخشی از آن ناشی از هدررفت هزینه‌های بالادستی به عنوان مثال نیروی مازاد انسانی در بخش کارگری و مدیریت است.

احتمال بازگشت رنو و پژو به ایران ضعیف است

نایب رئیس انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو با اشاره به احتمال گشایش‌های بین‌المللی در فضای سیاسی و رفع تحریم‌ها در آینده نزدیک، گفت پیش‌بینی می‌شود در این فضا خودروسازان جدیدی به بازار کشورمان وارد شوند، اما احتمال بازگشت رنو و پژو ضعیف است.

«اصغر خسروشاهی» روز سه‌شنبه در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: انتظار می‌رود وزارت صنعت، معدن و تجارت و همچنین خودروسازان بزرگ داخلی، برخلاف ادوار گذشته از انعقاد قراردادهای سی.کی.دی‌کری و مونتاژکاری کامل پرهیز کنند.

وی تاکید کرد: انتظار می‌رود قراردادهای جدید احتمالی با داخلی سازی بالای ۵۰ درصد همراه باشد تا به‌روزرسانی صنایع خودروسازی و قطعه‌سازی داخلی را به دنبال داشته باشد و باید سرمایه‌گذاران خارجی را به این سمت و سو سوق داده و مجاب کنیم.

خسروشاهی ادامه داد: اگر برنامه‌ای به جز این طراحی شود، به طور قطع به زیان قطعه‌سازان و خودروسازان داخلی خواهد بود.

وی با بیان اینکه تاکنون هیچ مذاکره‌ای برای ورود خودروسازان خارجی به کشورمان انجام نشده، یادآور شد: شرکت پژو که در سال‌های گذشته بازار بزرگی در کشورمان برای خود دست و پا کرده بود، با شرکتهای آمریکایی در حال همکاری است و به همین دلیل احتمال حضور مجدد آن در ایران بسیار ضعیف است، اگر هم خواستار حضور مجدد باشد به شیوه و قراردادهای گذشته مخلفیم

حذف سهمیه بنزین خودروهای سوم به بعد ثروتمندان



رسید که طرحی در قالب پیشنهادات هفت‌گانه در مجلس توزیع شده که قرار است همزمان با بررسی لایحه اصلاحی بودجه در معرض رأی نمایندگان قرار بگیرد؛ طرحی که گردآورندگان آن معتقدند، نقش دولت در قیمت‌گذاری را کاهش می‌دهد و بخشی از درآمدهای دولت در اعطای یارانه بنزین به ثروتمندان را به خزانه باز می‌گرداند. به گزارش خبرنگار پارلمانی اقتصادآنلاین ،در بخش نخست این پیشنهادات هفت‌گانه آمده است: «از ابتدای مهرماه سال ۱۴۰۰ به هر خانوار ایرانی مشمول دریافت یارانه که فاقد خودرو باشد، به ازای هر نفر، ۱۵ لیتر در ماه سهمیه بنزین یارانه‌ای اختصاص پیدا می‌کند. همچنین به خانوارهای دارای خودرو که تعداد اعضای آن بیشتر از ۴ نفر باشد، به ازای هر نفر بیشتر، ۱۵ لیتر در هر ماه سهمیه بنزین یارانه‌ای تعلق می‌گیرد.» در محور دوم این پیشنهادات تاکید شده: «از ابتدای فروردین ۱۴۰۰، سهمیه بنزین خودروهای دوم و بیشتر خانوارهای یک نفره و سهمیه بنزین خودروهای سوم و بیشتر سایر خانوارهای دارای خودرو حذف خواهد شد. همچنین سهمیه بنزین خودروهای وارداتی با حجم موتور بیشتر از ۲۰۰۰ سی سی حذف خواهد شد.» در بخش سوم این پیشنهادات تقنینی قید شده: «در سال ۱۴۰۰،

دلایل مخالفت با تعیین قیمت خودرو در بورس

است.» وی ادامه داد: «تولیدکنندگان داخلی اکنون فولاد را بالاتر از نرخ‌های جهانی خریداری می‌کنند و آلیاژ روی و سرب که در تولید قطعه‌سازی کشور کاربرد دارد و ۳۹ هزار تومان خریداری می‌شد اکنون به ۷۰ هزار تومان افزایش یافته است که به معنای افزایش ۱۰۰ درصدی آن است.»

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی همگن سازندگان قطعات خودرو خاطرنشان کرد: «زمانی می‌توان گفت که قیمت به صورت رقابتی تعیین می‌شود که شفافیت وجود داشته باشد و صنایع با رانت به تولید ادامه ندهند تا قیمت‌ها تحت ضابطه باشد.»

وی افزود: «اکنون بسیاری از قیمت‌ها از ضابطه تبعیت نمی‌کند و شرایط رقابت در میان صنایع وجود ندارد و بسیاری از مواد اولیه

در راستای گسترش عدالت اجتماعی و بهره‌مندی خانواده‌های فاقد خودرو از مزایای یارانه‌های بخش انرژی، گروهی از نمایندگان پیشنهاداتی را در هفت بند تدوین و در اختیار سایر نمایندگان قرار دادند تا در صورت اقبال مجلس به عنوان طرح پیشنهادی در صحن و در هنگام بررسی لایحه بودجه مورد بررسی قرار بگیرد.

برای نخستین بار، این نمایندگان مجلس دهم بودند که تلاش کردند در قالب طرحی موضوع عدم بهره‌مندی دامنه وسیعی از خانواده‌های ایرانی از یارانه پرداختی بخش انرژی را اصلاح کنند؛ تلاش‌هایی که در نهایت به سرانجام نرسید و مکانیسم سهمیه‌بندی بنزین براساس الگوی قبلی تداوم پیدا کرد. این روند بعد از تشکیل مجلس یازدهم توسط نمایندگان کمیسیون انرژی مجلس جدید نیز دنبال شد.

اعضای کمیسیون انرژی مجلس یازدهم با اشاره به این واقعیت که حدود نیمی از خانواده‌های ایرانی از جمله دهک‌های محروم تحت پوشش بهزیستی و کمیته امداد، بهره‌ای از این یارانه‌های پرداختی هنگفت نمی‌برند، موضوع اختصاص سهمیه بنزین برای همه خانواده‌های ایرانی را به عنوان یک اولویت روی میز بررسی‌ها قرار دادند. در نهایت خبر

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی همگن سازندگان قطعات خودرو با انتقاد از بحث‌های مطرح‌ درباره تعیین قیمت خودرو در بورس می‌گوید عملکرد بورس کالا در بسیاری از کالاهایی که با روش عرضه در بورس تعیین می‌شوند مناسب نبوده و موجب تعادل‌بخشی به قیمت‌ها نشده است و حتی تعیین قیمت خودرو می‌تواند به نابسامانی‌های قیمتی بیشتری منجر شود.

محمود نجفی سهی در گفت وگو با پانا، عنوان کرد: «بسیاری معتقد هستند که قیمت خودرو باید در بورس تعیین شود. حال این پرسش مطرح است که مگر بورس تاکنون توانسته است برای بازارهای کالایی و تعادل‌بخشی به کالاهایی که در بورس عرضه می‌شوند موثر باشد و باید گفت که یکی از مشکلات کنونی اقتصاد کشور عملکرد بورس

عضو هیأت مدیره انجمن تخصص صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور با تاکید بر آزادسازی قیمت خودرو، داخلی‌سازی را موجب کاهش قیمت و به نفع تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان دانست.

محمدعلی ذکریایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، با بیان اینکه متأسفانه نوع سیاست‌گذاری دولت در حوزه قیمت خودرو به نفع دلان است، اظهار داشت: قیمت خودرو به هر ترتیب باید آزاد شود چه تقاضا وجود داشته باشد یا نداشته باشد علاوه بر آن با آزادسازی قیمت‌ها، خودروساز ناچار به افزایش منطقی بهای محصولات است زیرا به وضوح می‌داند که در صورت افزایش بی‌قاعده قیمت، خریداری وجود نخواهد داشت.

وی افزود: دولت بدون ارائه سوبسید به خودروسازان سعی در پایین نگه داشتن قیمت‌ها دارد که این رویه تنها به سود واسطه‌گران و سفته‌بازان در بازار است. عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور با توجه به داخلی‌سازی به عنوان یکی از گزینه‌های موردنظر وزارت صمت در تحقق بسته جهش تولید گفت: توسعه داخلی‌سازی قطعات خودرو در ابعاد گوناگون برای صنعت کشور متمرکسر خواهد بود و یکی از نتایج آن رشد صنعتی است. ذکریایی با بیان اینکه نوسانات نرخ ارز و دلار و وابستگی صنعت خودرو داخلی به آن، نوسان روزانه قیمت خودرو را به دنبال داشته است، تصریح کرد: نرخ ارز همواره خودروسازان و قطعه‌سازان را در حوزه قیمت قطعات و مطالبات در تقابل با یکدیگر



ایلان ماسک: سرعت اینترنت استارلینک

هدف استارلینک این است که تا آخر سال کاربران قرار بدهد. در حال حاضر سرعت اینترنت تانیه است. سرعت ۳۰۰ مگابیت بر ثانیه چند کاربران اینترنت بیشتر است. ایلان ماسک

ایلان ماسک در توییتر اعلام کرد که سرعت اینترنت ماهواره‌ای استارلینک تا پایان سال ۲۰۲۱ به ۳۰۰ مگابیت بر ثانیه خواهد رسید. به گزارش ورج، سرعت اینترنت ماهواره‌ای استارلینک تا آخر سال ۲۰۲۱ دو برابر می‌شود و به ۳۰۰ مگابیت بر ثانیه می‌رسد. بر اساس پست ایلان ماسک در توییتر،

دانش‌بنیان‌ها زوائد نفتی را از محیط زیست دور کردند و روغن سبز ساختند

است تا در کنار تولید محصولات روغنی با فرآیندهای سازگار با محیط‌زیست و به‌کارگیری دانش و فناوری داخلی، در تولید روغن‌های فرآیند لاستیک سبز منطبق با استانداردهای روز دنیا ورود کند. به گفته مسعود حکیم داد،

مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، روغن‌های فرآیند لاستیک از محصولات عمده این شرکت است. بیشتر روغن‌های تولیدشده در شرکت ما به عنوان روغن فرآیند در صنعت تایرسازی مورد استفاده قرار می‌گیرد. وی افزود: محصول ما در حوزه تولید لاستیک انواع خودرو، کامیونت و ماشین‌آلات راهسازی، تولید ماکروویوها، اتصالات لوازم خانگی مانند ماشین‌های لباسشویی و ظرفشویی و غلتک‌های لاستیکی کاربردی است. این فعال فناوری ادامه داد: با تلاش متخصصان و پژوهشگران ما از مواد زائد نفتی و برخی محصولات جانبی پالایشگاه‌های روغن، محصولی تولید می‌کنیم که دوست‌دار محیط



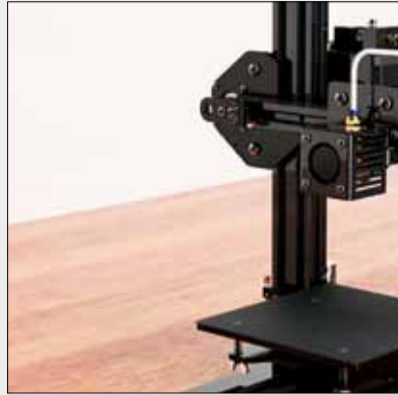
زیست است. این روغن‌های پایه، محصولی منطبق با استانداردهای روز دنیا و دوستدار محیط زیست هستند که در صنایع لاستیک و تایرسازی تحت عنوان روغن فرآیند لاستیک سبز شناخته می‌شوند.

زوائد نفتی آسیبی جدی برای محیط زیست هستند این آسیب‌ها با تلاشی دانش‌بنیان و تبدیل آنها به محصولات کاربردی در صنایع، کمتر شد. شرکت نفت میلاد پارس یکی از مجموعه‌های دانش‌بنیانی است که با

مطالعه و تحقیق بر روی انواع مواد روغنی و نفتی، محصولات جانبی پالایشگاهی، پتروشیمی، شیمیایی و همچنین ضایعات حاصل از این صنایع که در محیط رها شده و یا به صورت ناقص و نهایی نشده مانده‌اند؛ آنها را به محصولاتی کاربردی در صنایع نفت، روغن، پتروشیمی و شیمیایی تبدیل می‌کند. محصولات سبز به کالاهایی گفته می‌شود که دوستدار محیط زیست یا به عبارتی فاقد آلایندهایی برای محیط پیرامون ما هستند. روغن فرآیند لاستیک سبز نیز از جمله محصولات روغنی مورد استفاده در صنعت تایر و لاستیک است. این روغن‌ها برای اینکه دارای شاخصه‌های زیست‌محیطی بالایی هستند در کشورهای تراز اول جهان و اروپایی و برندهای معتبر لاستیک و تایر حال حاضر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و مورد استفاده قرار گرفته‌اند. شرکت نفت میلاد پارس به عنوان یک شرکت دانش‌بنیان صنعتی در حوزه روغن‌های صنعتی موفق شده

فناوران چاپگر سه‌بعدی کاربردی ساختند تا فعالیت پژوهشگران و دانش‌آموزان سرعت گیرد

محققان در مرکز نوآوری دانشگاه شهید بهشتی موفق شدند یک پرینتر سه‌بعدی کوچک و کاربردی بسازند. سید مجید محسنی ارمگی گفت: در دانشگاه شهید بهشتی با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت توانستیم یک پرینتر سه‌بعدی ارزان‌قیمت، کوچک و کاربردی تولید کنیم. در سال‌های قبلی، پرینترهای بزرگ در ابعاد صنعتی تولید شده بود که شاید برای محیط‌های صنعتی مناسب باشد. با این همه، این دستگاه به گونه‌ای است که پژوهشگران و حتی دانش‌آموزان نیز می‌توانند از آن استفاده کنند. این فعال فناور در ادامه گفت: این چاپگر سه‌بعدی، می‌تواند مواد و قطعات مختلفی را پرینت بگیرد.



دریچه

ستاری: تولید داخلی محصولات دارای واردات بیش از ۲ میلیارد دلار حمایت می‌شود تا بازار آنها گسترش یابد

بیان کرد: تلاش آنها ایران را به خودکفایی نزدیک و مشکلات جامعه را به روشی مطمئن و فناورانه رفع کرد. مسیر صنعتی شدن محصولات فناورانه زیستی هموار شد همچنین مصطفی قانع، دبیر ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به اینکه امروز تلاش فناوران کشور به نتیجه رسیده است، گفت: چند محصول شتاب‌دهنده ماد و پایافن ریاست جمهوری می‌شوند و به بازار می‌رسند؛ محصولاتی که ارزشی را میلیون‌ها دلار کاهش می‌دهند. وی افزود: همه این اتفاقات با تلاش دانشجویان و فارغ‌التحصیلان کشور میسر شده است. آنها به حوزه تولید مواد اولیه دارویی ورود کرده‌اند. واردات این محصولات حدود ۳۰۰ میلیون دلار ارز از کشور خارج می‌کند. به گفته قانع، تولید این مواد در کنار کاهش ارزشی کشور، امنیت را برای کشور به همراه دارد چون در شرایط تحریم‌ها انتقال پول از کشور و خرید این محصولات بسیار دشوار است.

دبیر ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: شتاب‌دهنده‌های فعال در این حوزه مسیر جدیدی را در حوزه تولید داروهای زیستی باز کرده‌اند و اشتغال‌زایی خوبی داشتند. محصولات تولیدی آنها ضد میکروبی هستند، اما نه از جنس آنتی‌بیوتیک‌ها، این تولیدات بسیار جدید و نوآورانه هستند. وی با تأکید بر ضرورت تعیین تکلیف صنعتی شدن این محصولات در کشور، گفت: معاونت علمی از این محصولات حمایت کرده است تا به بازار برسند و تکلیف صنعتی شدن آنها روشن شود. این محصولات به زودی به بازار می‌رسند.

محصولات رونمایی شده کدامند

واکسن کشته برونشیت ماساچوست یکی از محصولات رونمایی شده در برنامه امروز است. این واکسن برای ایمن کردن گله‌های گوشتی، تخم‌گذار و مادر در برابر برونشیت کاربرد دارد.

همچنین واکسن کشته شده نیوکاسل محصول دیگری است که در شتاب‌دهنده پایافن یاخته تولید شده است؛ محصولی کاربردی در صنعت دامپزشکی و طیور. رلتسمیود نیز دارویی است برای ارتقای سیستم ایمنی بیماران مبتلا به آسیب‌های حاد کلیوی و عفونت‌های ساختاری پوست. واکسن کووید-۱۹ با استفاده از سوش ویروس کرونا، اکسی توسین کاربردی در القا و تسریع زایمان، پکسیگانان برای درمان زخم پای بیماران دیابتی، تلاناسین برای درمان عفونت‌های شدید پوستی و امیکانان برای درمان عفونت‌های باکتریایی، درمانیت تولید دیگری بود که توسط شتاب‌دهنده پایافن یاخته به تولید رسید و رونمایی شد.

ماده اولیه دوزولامیدرولکراید، سولفیناسین سوکسینات، پرگابالین و مزالازین نیز محصولات تولید و رونمایی شده شتاب‌دهنده ماد است.

مسیر پیش روی صنعت داروهای زیستی با رونمایی از ۹ محصول دارویی نو ترکیب هموار شد.

با حضور سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری از ۵ محصول پدیدگی و ۴ بذر واکسن رونمایی شد. این محصولات توسط شتاب‌دهنده‌های ماد و پایافن یاخته به تولید رسیده که در حوزه مواد اولیه دارویی و داروهای زیستی کاربرد دارد. با این اتفاق بیماری‌ها با محصولات ایران ساخت درمان می‌شوند و داروها و واکسن‌های تولید داخل به کمک پزشکان می‌آید.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این مراسم، با اشاره به واردات یک میلیارد دلاری مواد اولیه دارویی به کشور، گفت: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از یک سال و نیم گذشته به حوزه تولید داخلی محصولاتی که واردات آنها بیش از ۲ میلیون دلار است ورود کرده و در تلاش است این کار را با کمک فناوران داخلی انجام دهد.

توانمندی علمی جوانان مان پاسخگوی نیازهای داخلی است

رئیس بنیاد ملی نخبگان ادامه داد: این تلاش‌ها به مرور زمان به نتیجه رسیده است و امروز با استفاده از توان علمی بالای کشور در حوزه زیست‌فناوری و شیمی می‌توانیم بخش بزرگی از نیازهای کشور در حوزه تولید داروها و مواد اولیه دارویی را تأمین کنیم. ایران در دنیا رتبه پنجم تولید مقالات مرتبط با حوزه شیمی را دارد.

ستاری با بیان اینکه هر سال مبلغ زیادی برای واردات ماده اولیه دارو هزینه می‌شود، بیان کرد: مبالغ سنگینی در این زمینه متحمل می‌شویم. این در حالی است که توانمندی دانشمندان کشورمان برای تولید این محصولات بسیار بالا است. رئیس

ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در ادامه با اشاره به اینکه زیست‌بومی از شرکت‌های دانش‌بنیان، شتاب‌دهنده‌ها و نخبگان شکل گرفته است تا اتفاقات بزرگی در حوزه تولید داروها و مواد اولیه دارویی رخ دهد، تأکید کرد: البته بخش بزرگی از این دستاوردها به مدد شکل‌گیری فرهنگ دانش‌بنیان در کشور به دست آمده است.

پژوهش‌های بخش خصوصی نتیجه‌بخش است

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، بزرگترین شرکت‌های دانش‌بنیان منطقه را متعلق به مجموعه‌های فناور زیستی دانست و بیان کرد: این شرکت‌ها سالی چند صد میلیارد تومان برای تحقیق و پژوهش هزینه می‌کنند؛ پولی که منتج به نتیجه شده و پژوهش‌های کاربردی را شکل داده است. این موضوع موید تفاوت سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی در حوزه پژوهش است.

ستاری ادامه داد: کیفیت سرمایه‌گذاری در حوزه پژوهش که توسط بخش خصوصی صورت می‌گیرد بسیار متفاوت‌تر از پولی است که دولت با سرمایه مردم در آن هزینه می‌کند.

رئیس بنیاد ملی نخبگان، فناوران، نخبگان و سرآمدان علمی کشور را سربازان مبارزه با تحریم‌ها و مشکلات موجود در جامعه خواند و

محصولی ایران ساخت تولید شد تا عمر تجهیزات دوار افزایش یابد

این فعال فناور، با اشاره به استفاده از تجهیزات ایران ساخت و فناوری‌های بومی این شرکت دانش‌بنیان در حوزه‌های گوناگون گفت: نیاز صنایع مختلف به ارتعاش‌گیری بسیار گسترده است و در حال حاضر به صنایع نیروگاهی، پالایشگاهی، پتروشیمی، لوازم خانگی، خودروساز، سیمان و فولاد، خدمات و محصولات فناورانه این حوزه را ارائه می‌کنیم.

از تولید تجهیزات تا ارائه خدمات ارتعاش احمدی از تولید تجهیزات ارتعاش‌گیری ارائه خدمات فناورانه این حوزه به عنوان دو محور اصلی فعالیت پارس رهاوردان غرب گفت و ادامه داد: برخی صنایع نیاز دارند تجهیزات بالانس را در اختیار داشته باشند و با سرمایه‌گذاری روی این حوزه، از تجهیزات بالانس ایران ساخت این شرکت استفاده می‌کنند، اما برخی دیگر از صنایع، نیازمند دریافت خدمات بالانس تجهیزات هستند که با استفاده از فناوری بومی و تجهیزات داخلی، در ارائه خدمات برای قطعات از ۲۵ گرم تا ۴۰ تن توانمند هستیم

کاهش ارتعاش قطعات متحرک که کاربرد فراوانی دارند از اهمیت بالایی برخوردار هستند و فناوری‌های پیشرفته در این حوزه کارآمد هستند.

پهنه گسترده دانش فناوری ارتعاش‌گیری یا بالانس قطعات دوار، از آشپزخانه‌ها تا فناوری هسته‌ای، پزشکی و هوافضا را دربر می‌گیرد. اگر این فناوری وجود نداشته باشد، بسیاری از صنایع مختل می‌شود و تجهیزات، با ارتعاش‌های نامتعارف، کارایی اصلی خود را از دست خواهند داد.

تجهیزات ایران ساخت و فناوری بومی شرکت دانش‌بنیان پارس رهاوردان غرب به پاری صنایع و ارتقای فناوری بالانس آمده است. مهدی احمدی مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان با اشاره به توانمندی در ارتعاش‌گیری و بالانس تمامی قطعات دوار مورد استفاده در صنایع گفت: ارتعاش موجب خرابی و ناکارآمدی تجهیزات و مختل شدن صنعت می‌شود. به‌طور مثال یک آسیاب یا سانتریفیوژ خون، در صورت وجود ارتعاش در تجهیزات دوار، کارایی خود را از دست خواهند داد. همچنین، علاوه بر افزایش هزینه‌های تعمیر و نگهداری، مصرف انرژی میانگین ۲۵ درصد افزایش خواهد یافت.



کرونا تعداد دانشمندان بین‌المللی ایالات متحده در سال ۲۰۲۰ را بیش از ۹ درصد کاهش داد

آمارهای منتشرشده از تاثیر همه‌گیری ویروس کرونا بر جابه‌جایی‌های بین‌المللی افت ۹٫۶ درصدی ورود نخبگان و پژوهشگران بین‌المللی به آمریکا را نشان می‌دهد. تازه‌ترین آمارها از وضعیت مهاجرت‌های بین‌المللی ایالات متحده آمریکا حاکی از آن است که شیوع ویروس کرونا بر مهاجرت‌پذیری این کشور تاثیری منفی داشته، به طوری که یک نظرسنجی از ۱۶۷۰ موسسه علمی، تحقیقاتی و فناورانه، کاهش ۱۳ هزار و ۵۵ دانشمند بین‌المللی را در سال تحصیلی گذشته نشان داد. نظرسنجی مؤسسه تحقیقاتی IIE Open Doors، که تغییرات رخ داده از ژوئیه ۲۰۱۹ تا ژوئن ۲۰۲۰ را بررسی و رصد کرده است، نشان‌دهنده اثر بهت‌آور ناشی از همه‌گیری است و منجر به افت تعداد دانشمندی شد که آمریکا را به عنوان مقصد پژوهشی، تحصیلی و کاری خود انتخاب کردند.



یادداشت



مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری:

خدمات ویژه به شرکت‌های خلاق و صنایع فرهنگی تعلق می‌گیرد تا سبد محصولات خود را متنوع کنند

خدمات مالی و اداری ارائه می‌شود

رئیس هیأت مدیره صندوق صنایع خلاق با بیان اینکه ارائه خدمات «مالیات و خدمات مالی و اداری» از جمله دیگر مسائلی است که ممکن است ذهن یک مدیر شرکت خلاق را به خود مشغول سازد، ادامه داد: در این راستا، این شرکت‌ها برای خرید بسته‌های نرم‌افزاری مالی، اداری و حسابداری تا سقف ۲۰۰ میلیون ریال کمک‌هزینه دریافت می‌کنند. کمک هزینه بسته جامع مالی، اداری و حسابداری نیز از جمله دیگر موارد گنجانده شده در این سبد توانمندساز است که تا سقف ۱۲۰ میلیون ریال قابل پرداخت است. این شرکت‌ها همچنین برای تنظیم قراردادهای حقوقی نیز تا سقف ۳۰ میلیون ریال کمک هزینه دریافت می‌کنند.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با تاکید بر ارائه آموزش و مشاوره توسط خبرگان و متخصصان هر رشته به تفکیک، افزود: مشاوره‌های تخصصی کسب و کار نیز عنوان خدمت دیگری است که به شرکت‌های خلاق کمک می‌کند تا مسیر خود را اصلاح کنند و براساس نظر خبرگان هر حوزه روند تولید و عرضه محصولات و خدمات خود را بهینه‌تر سازند. این خدمات شامل مشاوره‌های تخصصی عمومی و مشاوره‌های توسعه فنی محصولات است که برای هر کدام مبلغ ۶۰ میلیون ریال کمک هزینه، در نظر گرفته شده است.

رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، گفت: کمک هزینه توسعه بازار داخلی بر مبنای تدوین و اجرای برنامه بازاریابی، بازاریابی دیجیتال و تهیه برنامه بازاریابی نیز به شرکت‌های خلاق عرضه می‌شود. این شرکت‌ها نیز به رسم یک تصویر درست و منطبق با واقعیت از بازار داخلی دارند و بر این اساس، به آنها کمک می‌کنیم تا بخشی از هزینه تدوین استراتژی بازاریابی داخلی خود را تامین کنند.

کریمی همچنین بیان کرد: در نشست‌های مکرر و پرتعداد پرسش و پاسخ نیز به سوالات و چالش‌های مختلف مدیران شرکت‌های خلاق، پاسخ داده می‌شود. ستاد توسعه صنایع نرم و خلاق، به این شرکت‌ها در راستای تبلیغات و اطلاع‌رسانی، کمک‌های مختلفی، پیشنهاد می‌دهد که با استفاده از منابع بخش‌های مختلف معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و همکاری با رسانه‌ها و شرکت‌های بزرگ خصوصی و دولتی، تدوین شده است.

دبیر ستاد توسعه صنایع نرم و خلاق، در پایان گفت: تلاش ما این است که برای استفاده حداکثری از ظرفیت‌های قانونی موجود و امکانات در دسترس، شرکت‌های خلاق سراسر کشور را تشویق کنیم که هر چه بیشتر از این بسته‌های خدماتی بهره ببرند. شرکت‌های خلاق می‌توانند برای اطلاع و هماهنگی دریافت این خدمات به دبیرخانه برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق به آدرس www.ircreative.isti.ir مراجعه کنند.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق از ارائه ۷ خدمت و تسهیلات ویژه به شرکت‌های خلاق خبر داد.

پرویز کریمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق با اعلام این خبر، گفت: خدمات متنوعی مانند آموزش، تسهیلات، تخفیف‌ها به شرکت‌های خلاق ارائه می‌شود که همگی با هدف توانمندسازی این شرکت‌ها است. زیرا توانمندی بیشتر این شرکت‌ها، تضمین‌کننده توسعه اقتصادهای محلی با تکیه بر مزیت‌ها، ذخایر طبیعی و انسانی آن نقطه از کشور است.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ضمن توضیح جزئیات کلی سبد تسهیلات خدماتی عرضه شده به فعالان صنایع نرم و خلاق، ادامه داد: شرکت‌های خلاق ویژگی‌ها و مختصات خاص خود را دارند، بسیاری از این شرکت‌ها از سوی اهالی فرهنگ و هنر یا فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، تشکیل شده‌اند. به همین دلیل تدوین، ارائه و چینش خدمات توانمندسازی این طیف از فعالان زیست‌بوم نوآوری و خلاق کشور باید براساس این مختصات و ویژگی‌ها انجام گیرد.

کریمی همچنین افزود: هدف همه خدمات ارائه‌شده، توانمندسازی است. با این همه ۷ خدمت در میان سبد خدمات عرضه شده به شرکت‌های خلاق، به شکل هدفمندتری این هدف را دنبال می‌کنند. ستاد توسعه صنایع نرم و خلاق، تلاش دارد تا در یک کمپین سراسری، شرکت‌های خلاق را ترغیب کند تا از این خدمات و بسته‌های مختلف حمایتی به صورت هدفمند و موثر استفاده کنند.

شرکت‌های خلاق باید بازار را بشناسند و آنالیز کنند

رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با اشاره به دلایل و ابعاد این کمپین، بیان کرد: شناخت شرکت‌های خلاق از بازار هدف محصول یا خدمت، ارائه شده از سوی آنها می‌تواند به پایداری شرکت و ادامه فعالیت موثر آن کمک کند.

به گفته کریمی، شناخت از بازار موارد مختلفی مانند شناخت رقبا و نوع فعالیت آنها، حجم بازار، شناخت سلاقی و رویکردهای مصرف‌کننده و دورنمای منطقی بازار هدف را شامل می‌شود. برآورد و شناخت بازار هر نوع محصول و خدمتی نیاز به استفاده از روش‌های مدرن و علمی دقیق دارد و تنها براساس حدس و گمان نمی‌توان یک کسب و کار خلاق را پایه‌ریزی کرد.

شرکت‌های خلاق کمک هزینه تحقیقات بازار دریافت می‌کنند دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق همچنین گفت: بر این اساس، شرکت‌های خلاق در بسته ویژه‌ای تحت عنوان «تحقیقات بازار» کمک هزینه‌ای برای این موضوع دریافت می‌کنند. این کمک هزینه تا سقف ۲۰۰ میلیون ریال قابل پرداخت است. همچنین این شرکت‌ها، تا مبلغ ۴۰ میلیون ریال نیز کمک‌هزینه برای «گزارش مطالعه فرصت» دریافت می‌کنند.



س به ۳۰۰ مگابیت بر ثانیه خواهد رسید

سرعت ۳۰۰ مگابیت بر ثانیه را پیش روی رنت استارلینک بین ۵۰ تا ۱۵۰ مگابیت بر ثانیه شگفت‌انگیز نیست، اما از سرعت اکثر در ادامه به این موضوع اشاره کرد که قرار

است تاخیر این سرویس هم کاهش پیدا کند و به ۲۰ میلی‌ثانیه برسد. در حال حاضر تاخیر استارلینک بین ۳۴ تا ۴۴ میلی‌ثانیه است. این بهبودها برای افرادی که سرویس استارلینک را با قیمت ۱۰۰ دلار پیش خرید کرده‌اند جذاب خواهد بود.

شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق گیاهان دارویی راه و رسم صادرات را می‌آموزند

شرکت‌کنندگان در دوره آموزشی، بایدها و نیایدهای صادرات در حوزه گیاهان دارویی و فرآورده‌های طبیعی همچنین ضمن تسلط کامل به فرآیند صادرات، قوانین و مقررات در حوزه جایگزین‌های این حوزه را می‌آموزند و با سازوکارهای تجاری آشنا می‌شوند. این دوره آموزشی به صورت رایگان برگزار می‌شود و علاقه‌مندان می‌توانند از طریق لینک موجود، ضمن کسب اطلاعات بیشتر در این رویداد ثبت نام کنند. یکی از ضرورت‌ها برای تکمیل زنجیره ارزش و اثربخشی شرکت دانش‌بنیان یا خلاق، ایجاد زمینه‌ای برای ورود به بازارهایی فراتر از کشور مبدأ و توانمندی در رقابت با سایر محصولات در اندازه‌های بین‌المللی و جهانی است. حضور یک کسب و کار در بازار بین‌المللی، ضرورت‌ها و الزام‌هایی را طلب می‌کند که ممکن است تمامی فعالان این حوزه، به ویژه فعالان جوان شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و استارت‌آپ‌ها با این بایدها و نیایدها کمتر آشنایی داشته باشند؛ موضوعی که می‌تواند در مسیر ارزش‌آفرینی یک کسب و کار، چالش‌های جدی ایجاد و حضور در بازارهای خارجی را با مشکلاتی مواجه کند که در مواقعی به شکست منجر شود.



رویداد آموزشی با محوریت آشناساختن شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق فعال در حوزه گیاهان دارویی و فرآورده‌های طبیعی برگزار می‌شود. رویداد آموزشی «بایدها و نیایدهای صادرات در حوزه گیاهان دارویی و فرآورده‌های طبیعی» یکی از دوره‌های آموزشی است که به میزبانی ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بستر تعامل میان صاحبان دانش و تجربه و علاقه‌مندان ورود به بازارهای صادراتی را فراهم کرده است. در این دوره آموزشی ۴ ساعته که دوشنبه ۱۱ اسفندماه سال جاری برگزار می‌شود، فعالان کسب و کارهای دانش‌بنیان و خلاق با موانع موجود در صادرات کشور، بانک‌های اطلاعاتی در حوزه تجارت خارجی، مزایای صادرات و اسناد لازم در امر تجارت خارجی آشنا می‌شوند. ارائه جزئیات دقیق بایدها و نیایدهای صادراتی در ایران، چگونگی حل معضلات حادث شده در صادرات و آشنایی با سازمان‌های ذی‌نفع در امر تجارت خارجی و نحوه کار آنها از دیگر محورهای این دوره آموزشی است که توسط مظفر ناصری رئیس گروه تنظیم مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت به مخاطبان ارائه می‌شود.

ارائه خدمات آنلاین حراج؛ سامانه راه‌اندازی شد

یک شرکت خلاق توانسته است با ایجاد یک سامانه، خدمات محلی و سنتی حراجی را به صورت آنلاین به کاربران سراسر کشور عرضه کند. مهدی رسولی، مدیرعامل شرکت خلاق کسب و کارهای شمیم سپهر گفت:

کیف پول، می‌تواند در حراجی‌های مختلف شرکت کند و قیمت پیشنهادی خود را ارائه کند. کالای موردنظر در حراجی به بالاترین پیشنهاد عرضه می‌شود.

رسولی ضمن اشاره به لزوم توجه به خواسته‌های کاربران در کسب و کارهای فناوری‌محور، افزود: قیمت‌ها در ابتدا بسیار حداقلی تعیین می‌شود و در نهایت نیز حالا با نرخی بسیار پایین‌تر از نرخ معمولی در بازار ارائه می‌شود. البته از کاربرها، میزان مشخصی کارمزد نیز دریافت می‌شود. با این همه مجموع کارمزد و بهای پرداختی برای کالا، از نرخ بازار به شکل قابل توجهی کمتر است.

مدیرعامل شرکت خلاق کسب و کارهای شمیم سپهر، ضمن مهم برشمردن اجرای دقیق قوانین مرتبط با کسب و کارهای آنلاین، گفت: برخی حراجی‌ها با تخفیف ۹۰ درصد نیز به پایان رسیده است. تلاش کرده‌ایم با توجه به برآورد انجام گرفته از قدرت خرید عمومی، در حال حاضر کالاهای با بهای تمام شده کم در پنل حراج گذاشته شود.



این شرکت برای پاسخگویی به یکی از نیازهای جامعه، سامانه بیدزیلارا طراحی کرد. این سامانه حراجی‌های آنلاین برگزار می‌کند و در این زمینه توانسته است نظر تعداد قابل توجهی از کاربرها را به خود جذب کند.

مدیرعامل شرکت خلاق کسب و کارهای شمیم سپهر، در ادامه افزود: در این پلتفرم سعی شده است تا خدمات همراه با جذابیت و امتیازات قابل توجه به کاربر عرضه شود. یکی از این امتیازات قیمت مناسب و کمتر از نرخ معمولی است که توجه زیادی جلب کرده است. همچنین فرآیند حراج و تلاش برای برنده شدن نیز هیجان خاص خود را دارد و این تجربه بازخورد خوبی از سوی کاربر داشته است.

این فعال صنایع نرم و خلاق ضمن توضیح فرآیندهای شرکت در حراجی آنلاین گفت: کاربر ابتدا روند ثبت نام خود را کامل می‌کند و با تشکیل یک

کارگاه برندینگ



همکاری مایکروسافت و سامسونگ برای
به‌روز رسانی ویندوز ۱۰

به قلم: تام پیر تجار دکترشناس فناوری
ترجمه: علی آل‌علی

مایکروسافت و سامسونگ در طول سال‌های اخیر همکاری بسیار زیادی برای توسعه ویندوز ۱۰ و سازگاری‌اش با سیستم عامل اندروید، به ویژه دستگاه‌های هوشمند سامسونگ، داشته‌اند. این همکاری بیشتر در زمینه اتصال بهینه میان گوشی‌های هوشمند سامسونگ و ویندوز ۱۰ صورت گرفته است. تازه‌ترین دستاورد همکاری نزدیک میان مایکروسافت و سامسونگ در این میان «به اشتراک‌گذاری سریع» است. بر این اساس به اشتراک‌گذاری و جا به جایی اطلاعات میان ویندوز و گوشی‌های اندرویدی به طور قابل ملاحظه‌ای ساده‌تر خواهد شد.

نکته جالب در مورد اپ به اشتراک‌گذاری سریع ارائه نسخه اولیه‌اش برای محصولات شرکت سامسونگ است. بر این اساس کاربران گوشی و تبلت‌های سامسونگ با استفاده از این اپ امکان به اشتراک‌گذاری سریع داده‌ها میان دستگاه‌های دارای ویندوز ۱۰ و گوشی‌های‌شان را خواهند داشت.

شباهت میان اپ به اشتراک‌گذاری سریع در ویندوز ۱۰ به ایر دراپ شرکت اپل در طول روزهای اخیر سر و صدای بسیار زیادی به پا کرده است. اپل در طول سال‌های اخیر بر روی سرعت بالای انتقال اطلاعات میان مک بوک و دستگاه‌های هوشمند دیگر تأکید داشته است. اقدام تازه مایکروسافت و سامسونگ به نوعی حذف یکی از مزیت‌های اصلی اپل در حوزه توسعه سیستم‌های عامل محسوب می‌شود.

بدون تردید تجربه کاربران در زمینه استفاده از نسخه ویندوز و اندروید برای به اشتراک‌گذاری سریع تأثیر بسیار مهمی بر روی توسعه آن خواهد داشت. مایکروسافت در آینده‌ای نزدیک به دنبال سازگاری هرچه بهتر میان اندروید و ویندوز ۱۰ است بنابراین اقدامات اخیر در راستای توسعه ارتباط میان ویندوز و اندروید در آینده نیز ادامه خواهد یافت. این امر به معنای احساس خطر اپل در راستای توسعه سیستم عاملش خواهد بود. با این حساب در آینده باید شاهد رقابت بسیار نزدیک‌تر میان مایکروسافت و اپل باشیم. منبع: tomguide.com

همکاری توئیتر و اسنپ چت

به قلم: مت سو تون کارشناس حوزه سنو شبکه‌های اجتماعی
مترجم: امیر آل‌علی

در شرایطی که بسیاری از افراد تصور می‌کنند که شبکه‌های اجتماعی رقیب و دشمن یکدیگر محسوب می‌شوند، با این حال هر روز شاهد همکاری‌های بیشتری هستیم. در جدیدترین این موارد اکنون کاربران اسنپ چت می‌توانند توئیت‌ها را به صورت مستقیم در صفحه خود قرار دهند. در واقع این نخستین همکاری توئیتر و اسنپ چت محسوب می‌شود که بدون شک برای هر دو شبکه، نتایج بسیار خوبی را به همراه خواهد داشت. در این راستا برخی از شایعات حاکی از آن است که چنین طرحی با اینستاگرام نیز به اجرا درآورده خواهد شد. در این راستا برای نحوه انجام این امر، سایت‌های مختلف آموزش‌های لازم را قرار داده‌اند که کاملاً ساده است. حال باید دید که آیا این طرح زمینه همکاری‌های بیشتر خواهد بود و یا همه چیز به این طرح محدود خواهد شد. در واقع هنوز مشخص نیست که واکنش کاربران به این موضوع چه خواهد بود، با این حال اکثر تحلیلگران آن را کاملاً مثبت ارزیابی کرده‌اند. منبع: searchenginejournal.com

مرورگر مایکروسافت بستری امن برای
کودکان

به قلم: بار کلی بالارد خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از دغدغه‌های همیشگی والدین، آزادبودن بستر اینترنت است که می‌تواند تهدیدی برای کودکان محسوب شود. در این راستا مایکروسافت گامی جدی را برداشته و مرورگر خود را به حالت کودک‌محور مجهز کرده است. این امر باعث خواهد شد تا از نمایش سایت‌ها و تبلیغات نامناسب، جلوگیری شود. نکته جالب این طرح، تم‌های جذاب و متنوع برای کودکان است که بدون شک تجربه حضور در این بستر را برای خردسال‌ها، جذاب خواهد کرد. در این راستا خانواده‌ها می‌توانند تنها با یک کلیک، این حالت را فعال کرده و با خیال راحت، سیستم خود را در اختیار کودکان قرار دهند. در این راستا چند مانده قبل نقلی‌کس نیز طرحی مشابه را به اجرا درآورده که با واکنش بسیار مثبت کاربران همراه بود. به همین خاطر نیز پیش‌بینی می‌شود که از این طرح نیز به خوبی استقبال شود. تحت این شرایط باید دید که گوگل چه اقدامی را برای عقب نماندن از رقیب خود، انجام خواهد داد. منبع: techradar.com



استراتژی روابط عمومی‌ها در دوران کرونا



عمومی بلکه همچنان نقش مهم تبیین و تشریح و ساده‌سازی استراتژی سازمانی باید توسط این بخش پیگیری و اجرایی شود.

اطلاع‌رسانی رویکرد اصلی در گذار از بحران

«علی اصغر کیا» استاد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی با توجه به نقش اقناعی روابط عمومی‌ها و رسانه در این دوران کارکرد استراتژیک و کلیدی روابط عمومی در دوران بحران نیز بر مبنای کارکرد ذاتی اطلاع‌رسانی به افکار عمومی است.

در واقع رویکردی که سایر بخش‌ها کمتر می‌توانند وارد آن شوند، اما روابط عمومی به واسطه ارتباطاتی که با رسانه و از سویی با مخاطبان سازمان برقرار می‌کند بر حسب کارکرد ذاتی خود در تبیین و تشریح شرایط و انتشار ارقام و اطلاعات صحیح می‌تواند موثر باشد. قبلاً کارکرد تبلیغاتی روابط عمومی در امور مختلف برجسته بود، اما شاهد هستیم در دورانی که کرونا همه ابعاد زندگی مردم را تحت تأثیر قرار داد، رویکرد آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی بر جنبه‌های دیگر از فعالیت‌های روابط عمومی پیشی گرفته است، به شکلی که رسالت روحیه‌بخشی برای مخاطبان سازمان و همچنین پرسنل درون سازمان در برنامه‌های این بخش جایگاه ویژه‌ای به خود اختصاص داده و سبک تولید محتوا بر مبنای تقویت پیام‌های اقناعی بوده است.

در حوزه کار رسانه‌ای نیز روابط عمومی‌ها در تولید فیلم و برنامه‌هایی آموزش محور برای ارتقای ظرفیت‌های جامعه در شرایطی که اصلاً عادی نیست سهم بسزایی دارند که شاهد تحولات در این حوزه هستیم.

کرونا همانند رنسانس تحولات بی‌نظیر ارتباطی در روابط عمومی ایجاد کرد

«امیرضی پور» پژوهشگر رسانه‌های اجتماعی: بروز بحران کرونا برای روابط عمومی‌ها فرصت بی‌نظیری است که همانند رنسانس باعث بروز تحولات گسترده‌ای در نوع فعالیت‌های این بخش شده است.

طی حدود یک سال گذشته سازمان‌ها و ادارات دولتی و خصوصی مجبور به استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و خدمات الکترونیک شدند چنانچه در شرایط عادی شاید اگر این بستر ایجاد نشده بود، تا پنج سال آینده نیز مسیری که در راستای توسعه ارتباطات دیجیتال پیموده شده، هرگز به این مرحله از رشد و توسعه دست نمی‌یافت.

رشد استارت‌آپ‌ها و خدمات جست‌وجوی آنلاین و تولید محتوا توسط روابط عمومی‌ها ایجاد شده و علی‌رغم مشکلات متعددی که در شرایط کرونا با آن مواجه بودیم اما فرصت‌های بی‌نظیری در رابطه با شکوفایی فعالیت‌های روابط عمومی که حوزه‌هایی که سال‌ها نیازمند توسعه آن بود رخ داده است.

رویکرد مسئولیت اجتماعی روابط عمومی‌ها بیشتر بر پایه کمک به

پاندمی کووید-۱۹ در شرایطی همه جنبه‌های زندگی فردی و اجتماعی مردم سراسر جهان را تحت تأثیر قرار داده که در عصر ارتباطات، با شتاب غیرقابل تصور فناوری‌های نوین ارتباطی و دیجیتال مواجه هستیم، این بحران نیز به لحاظ محدودیت‌های ارتباطی که برای مردم جوامع ایجاد کرده زمینه‌های توسعه روزافزون ارتباطات دیجیتال و به‌روزی بالاتر از این فناوری‌های نوین ارتباطی را بیش از پیش تسریع کرده است.

روابط عمومی‌ها نیز مانند سایر بخش‌های جامعه در گذر این تحولات ناچار به ایجاد و خلق تکنیک‌هایی برای ورود به دورانی هستند که اطلاعات لحظه‌ای در دسترس افکار عمومی قرار می‌گیرد، استراتژی دوران کرونا برای روابط عمومی‌های سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی و خصوصی موضوعی بسیار قابل اهمیت است که تضمین‌کننده بقا و ادامه حیات آنها خواهد بود.

در همین رابطه با برخی از اساتید و مدیران روابط عمومی بخش‌های خصوصی و دولتی گفت‌وگویی داشتیم که در گزارش ذیل شرح آن را می‌خوانید:

کرونا هرگز بهانه‌ای برای توقف فعالیت‌های روابط عمومی نشد

«صیری قیداری» مدرس روابط عمومی، ضمن تأکید بر نقش ارتباطی روابط عمومی در درون و بیرون سازمان گفت: روابط عمومی‌ها در شرایط عادی از ابزارهای ارتباطی اثربخش و کارسازی استفاده می‌کرد، نظیر برپایی همایش‌ها و برگزاری جلسات و نشست‌ها و... که بهره‌برداری از این تکنیک‌ها می‌توانست در ایجاد نشاط سازمانی و ارتباطات موثر درون و بیرون سازمان نقش مهمی داشته باشد، اما پدیده کرونا امکان استفاده از برخی این ابزارها را از روابط عمومی گرفت و در مقابل خوشبختانه به لحاظ قرار گرفتن در عصر ارتباطات دیجیتال این عصر ویژگی‌های متمایزی در اختیار روابط عمومی‌ها گذاشت و همه ابزارهای ارتباطی در خدمت فعالیت‌های روابط عمومی قرار گرفته است.

روابط عمومی در بخش‌های مختلف با ترویج استفاده از پروتکل‌های بهداشتی در میان کارکنان و مشتریان سازمان کوشا بوده و مثلاً اگر کالایی توسط سازمان تولید می‌شود نحوه استفاده از آن کالا در شرایط کرونا و پیام‌هایی با مضمون مقابله با این ویروس درج شود.

از سویی با توجه به اینکه انسان موجودی اجتماعی است که ارتباطات او نقش مهمی در زندگی و حیاتش دارد، لذا روابط عمومی‌ها با استقرار امکانات آموزشی و بهداشتی امکان ملاقات‌های حضوری و دیدارهای اعضای سازمان و مدیران را به این شکل فراهم کنند و همچنین از ابزارهای ارتباطی دیجیتال برای برپایی جلسات و مباحث مختلف سازمانی و برون‌سازمانی بهره‌مند شوند.

در واقع کرونا نمی‌تواند بهانه‌ای باشد برای توقف فعالیت‌های روابط

گروه‌های آسیب‌پذیر در جنبه‌های مختلف نظیر: آگاهی‌رسانی، تولید محتوای آموزشی، هشدارهای بهداشتی و همچنین اقدامات خیرخواهانه در این مسیر بوده است.

اما بخشی که تاکنون در حوزه اقدامات روابط عمومی مغفول مانده و نیازمند توجه بیشتر است، ایجاد پلتفرم‌های داخلی برای ارتباطات راه دور است که در حال حاضر در این مورد متکی به نمونه‌های خارجی هستیم و مانند تولید ویدئو که آپارات توانست تا حدود زیادی در این زمینه نیاز داخلی را مرتفع کند و شاید اختصاص بودجه و اقدامات موثری برای این بخش نیز لازم باشد.

روابط عمومی نیازمند برنامه مدیریت بحران است

«منصور سماعی» استاد دانشگاه: با توجه به اینکه اساساً زندگی افراد جامعه آمیخته با ریسک‌ها و بحران‌های غیرقابل پیش‌بینی است، لذا روابط عمومی‌ها باید استراتژی مدیریت بحران را در مجموعه فعالیت‌های خود داشته باشند تا در مواقع ضروری و ایجاد بحران‌ها براساس برنامه و دستورالعمل اقدام لازم را انجام دهد تا دچار سردرگمی نشود.

درواقع روابط عمومی‌ها در رویدادهای مهم واکنشی رفتار می‌کنند درحالی‌که اگر بر مبنای مدیریت ریسک طراحی و برنامه‌ریزی داشته باشند، اقدامات‌شان کنش‌گرانه و بر مبنای برنامه قبلی پیاده‌سازی می‌شود. بسا توجه به اینکه کرونا اولین بحران نبوده و آخرین نیز نخواهد بود، لذا روابط عمومی باید به کمک سازمان آمده و برای حفظ سلامت و حیات مادی و معنوی مخاطبان درون و بیرون سازمان که تنها سلامت جسم را شامل نمی‌شود، بلکه ادامه حیات کسب و کارها و... را نیز دربر می‌گیرد، با برنامه‌ریزی ارتباطی و رسانه‌ای جهت روشن شدن چشم‌انداز شرایط بحران برای جامعه مخاطبان بستر ساز اقدامات و فعالیت‌های موثر سازمانی باشد.

به عنوان نمونه اگر خدمات آنلاین و غیرحضوری سازمان توسط روابط عمومی تبیین و اطلاع‌رسانی شود در واقع تجربه ریسک و بحران دوران کرونا به عنوان خط مشی و برنامه مدون سازمان‌ها در استراتژی‌ها و برنامه رسانه‌ای روابط عمومی قرار می‌گیرد.

همچنین انجمن‌های روابط عمومی و فعالان بخش خصوصی در این حوزه به عنوان نماینده روابط عمومی باید در ایجاد کمپین‌های ملی و همگرایی میان سایر سازمان‌ها در بخش‌های مختلف برای ایجاد پوشش در رفع و کاستن از اثرات این درد مشترک اقدامی صورت می‌داد درحالی که تاکنون شاهد بودیم اقداماتی که انجام شد شامل یکسری فعالیت‌های سازمان‌ها به شکل پراکنده و جزیره‌ای بود که باعث صرف وقت و هزینه بیشتری شده است.

منبع: mbanews

ایستگاه بازاریابی

مایکروسافت به شایعات شرکت پیرامون بیت کوین پایان داد

به قلم: تیم نویسندگان سایت bharat express

مترجم: امیرعلی علی

مایکروسافت به عنوان دومین برنده بزرگ آمریکا (بعد از اپل) تنها چند روز پس از انتشار شایعه برنامه این شرکت برای سرمایه گذاری عظیم در بیت کوین، این موضوع را حداقل در کوتاه مدت رد نمود. در واقع به نظر می‌رسد که این شرکت تمایل داشته باشد که استراتژی‌های مشابه تسلا را پیاده‌سازی نماید که سرمایه‌گذاری ۱.۵ میلیارد دلاری بر بیت کوین داشته و تبلیغات ایلان ماسک برای این ارز دیجیتال، باعث شده است تا با رشدی فوق‌العاده همراه باشد. در واقع این برند هم‌اکنون جایگاه ششم ارزشمندترین برندهای جهان را به دست آورده است که در اختیار تسلا قرار داشت. در این راستا حمایت عجیب ایلان ماسک باعث شده تا این نظریه قوت پیدا کند که خالق ناشناس بیت کوین همان ایلان ماسک است. در این فهرست اپل جایگاه اول را در اختیار دارد و سایر برندها شامل: آرامکو، مایکروسافت، آمازون و آلفابت هستند. حال باید دید که پس از تسلا، آیا ابربرند دیگری نیز بر روی این ارز دیجیتال سرمایه‌گذاری خواهد کرد؟ پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که در صورت تداوم این روند، بیت کوین حتی می‌تواند طی تنها یک سال دیگر، جایگاه اپل را نیز به دست آورد. همین امر می‌تواند باعث شود که اپل و سایر برندها به دنبال راهکاری برای کاهش سرعت رشد این برند نوظهور باشند.

منبع: thebharatexpressnews.com

ساعت فیس‌بوک در راه بازارهای جهانی

به قلم: ران آمدانو کارشناس حوزه فناوری

ترجمه: علی علی

فیس‌بوک به تازگی از برنامه‌ای برای طراحی و ساخت ساعت‌های هوشمند رونمایی کرده است. این ساعت هوشمند با سیستم عامل اندروید تا سال آینده در بازارهای جهانی در دسترس قرار خواهد گرفت. مهمترین نکته در مورد ساعت هوشمند فیس‌بوک بهره‌مندی‌اش از سیستم عامل اندروید مستقل است بنابراین نیازی به همگام‌سازی با گوشی‌های هوشمند ندارد. نگرانی‌ها نسبت به تولید ساعت هوشمند از سوی فیس‌بوک بیشتر در میان سهامداران این برند به وجود آمده است. فیس‌بوک پس از پروژه ناموفق تولید تلفن آکون با خوش‌بینی بسیار زیادی به سراغ تولید ساعت هوشمند رفته است. شاید این امر در نگاه نخست همراه با مشکل چندان مهم نباشد، اما بسیاری از سهامداران فیس‌بوک نگران تکرار حادثه‌های مشابه هستند. تجربه‌های قبلی فیس‌بوک در زمینه تولید تجهیزات هوشمند سابقه چندان درخشانی را نشان نمی‌دهد. پیش از این نیز در زمان عرضه اولیه هدست‌های واقعیت مجازی رقابت میان فیس‌بوک و HTC به شدت زیاد بود و هدست‌های فیس‌بوک در مدت زمان کوتاه عرضه‌شان شکست بسیار سختی در بازار متحمل شدند بنابراین برنده نهایی رقابت در زمینه هدست‌های واقعیت مجازی برند HTC بود. اکنون با رونمایی از طرح ساعت هوشمند بار دیگر تردیدها نسبت به موفقیت فیس‌بوک مطرح شده است.

استفاده از ساعت‌های هوشمند یک ترند در حال فراموشی است. بسیاری از کاربران دیگر از ساعت‌های هوشمند دارای اندروید یا iOS (اپل) استفاده نمی‌کنند. با این حساب ورود فیس‌بوک به این حوزه شاید بیش از اندازه دیر باشد. با این حال فیس‌بوک امیدواری بسیار زیادی به موفقیت این طرح دارد. اگر فیس‌بوک طرح بسیار نوآورانه‌ای برای ساعت‌های هوشمندش نداشته باشد، به احتمال زیاد شکستی دیگر در میان تجربه‌های قبلی‌اش جای خواهد گرفت. براساس اطلاعات منتشرشده از ساعت هوشمند فیس‌بوک هنوز هیچ ویژگی منحصر به فردی در محصول تازه این برند قابل مشاهده نیست. همین امر بسیاری از کارشناس‌ها را نسبت به آینده محصول موردنظر نگران کرده است. برندهایی نظیر LG، سامسونگ، هواوی و HTC از مدت‌ها قبل نسبت به توقف تولید ساعت هوشمند اقدام کرده‌اند. با این حساب شاید ایده اصلی فیس‌بوک در دست گرفتن یک بازار بدون رقبای سنتی‌اش است. بی‌تردید این ایده در صورت شکست خوردن همراه با بار مالی و شهرت منفی زیادی خواهد بود.

منبع: arstechnica.com



چگونه با شوخ‌طبعی، دل مشتریان‌تان را ببرید؟



همیشه این مشکل در بین برندها وجود دارد که آیا باید خودمانی و شوخ‌طبع باشند یا اینکه جدی و رسمی رفتار کنند. حرفه‌ای بودن و رفتار درست چگونه است؟

از اینکه مشتریان‌تان را با شوخی و خنده قانع کنید نترسید. شاید حتی توسط آنها تشویق شوید! اگر طنز به درستی استفاده شود، می‌تواند توجه مشتریان شما را جلب کند. شوخ‌طبعی برند شما را انسان‌گونه و ارتباط‌پذیر نمایش می‌دهد. این موضوع باعث ارتباط بهتر مشتریان با شما می‌شود. اما چگونه می‌توان در عین شوخ‌طبع بودن، حرفه‌ای به نظر آمد؟ باید توجه داشته باشید هر سخن جایی و هر نکته مکانی دارد! مسلماً نمی‌خواهید با شوخی‌های بیش از حد داخل وبسایت شرکت، تازه کار به نظر برسید. پس چگونه می‌توان میان شوخ‌طبعی و جدیت، تعادل ایجاد کرد؟ در این مقاله چند نکته مهم می‌گوییم تا بدانید چگونه می‌توانید با طنزپردازی دل مشتریان خود را برابریا!

مخاطبان خود را بشناسید

اگر شوخی شما مخاطب شما را نخنداند یا آنها متوجه جک شما نشوند و یا از همه بدتر، آن را توهین تلقی کنند، می‌تواند فاجعه‌بار باشد. به همین دلیل، شما باید مخاطبان خود را بشناسید، آنها را مطالعه کنید و بدانید آنها با چه شوخی‌هایی می‌توانند ارتباط برقرار کنند. از جک‌های سیاسی استفاده نکنید تا بتوانید با طیف وسیع‌تری از مخاطبان‌تان ارتباط برقرار کنید. قطعاً شما نمی‌خواهید، با یک شوخی نابجا مشتری خود را از دست بدهید. همچنین از شوخی‌هایی که مخاطبان شما متوجه آن نمی‌شوند پرهیز کنید. برای مثال اگر مخاطبان شما متولدین اواخر دهه ۷۰ هستند، یک جک راجع به کاست‌های دولبه اصلاً کارایی ندارد!

در شوخی کردن سخت‌گیر باشید

بعضی از شرکت‌ها همیشه شوخ هستند، اما تعداد آنها کم است. به اشتراک‌گذاری هر روزه مطالب خنده‌دار (در شبکه‌های اجتماعی و...) زیاد روی است بنابراین در استفاده از آنها سختگیر باشید. استفاده کمتر از شوخ‌طبعی می‌تواند جک‌های خنده‌دار شما را بیشتر در ذهن مخاطب ماندگار و دلپذیر کند.

مشتریان شما دوست دارند که انگیزه بگیرند و لذت ببرند. حتی بعضی وقت‌ها نیاز دارند که عصبانی شوند. به همین دلیل پیدا کردن لحن درست شوخی و زیاد روی نکردن در آن بسیار مهم است. برای مثال، در طنزهای خود توصیه‌های مفید بکنجانبند. روش بازاریابی شما می‌تواند مشتریان‌تان را بخنداند، اما همزمان می‌تواند به آنها راه حل‌هایی برای حل مشکلات‌شان نیز ارائه دهد.

جک‌های مرتبط بسازید

وقتی به بازاریابی خود چاشنی طنز اضافه می‌کنید، علاوه بر ایجاد رابطه عمیق‌تر با مشتریان، به دنبال فروش به آنها هم هستید. با یک جک بی‌ربط و تصادفی، می‌توانید مدتی آنها را بخندانید، اما این باعث خرید نمی‌شود. مشتریان می‌خواهند بدانند محصولات شما چگونه زندگی آنها را تغییر خواهد داد. پس شوخی‌های خود را به زندگی آنها و حتی به دردهایی مرتبط کنید که می‌توانند با محصولات شما بهبود یابند. به قول معروف: «یک جک، یک حقیقت است با روکش خنده». یکی از موثرترین راه‌ها برای ارتباط برقرار کردن با مشکلات و نقاط درد مشتریان، شوخی و شوخ‌طبعی است. برای مثال یک شرکت ساعت‌سازی را در نظر بگیرید که شما را به جای رنگ آرزو‌دهنده، با یک بوی عجیب بیدار

۵ ترند کلیدی برای تعریف داستان کسبوکار

صحبت می‌کنید. از همه مهمتر، آنها را آگاه کنید که چرا این داستان را برای‌شان تعریف می‌کنید.

انجام این کار باعث می‌شود که مخاطبان‌تان با داستان شما همراه شوند و آن را تا انتها دنبال کنند.

۲. اعتماد ایجاد کنید

داستان‌های واقعی و معتبر عامل کلیدی برای جلب اعتماد مشتریان است. سعی نکنید مخاطبان خود را با داستان‌تان فریب دهید. مشتریان متوجه داستان‌های دروغین شما می‌شوند و احساس خوبی با شنیدن آن به دست نخواهند آورد.

لازم نیست داستان کسبوکار‌تان کامل و با تمام جزئیات باشد. در حقیقت، اگر داستان شما زیاد هیجان‌انگیز و عجیب و غریب نبود، نیازی نیست که در آن هیجان ایجاد کنید. یک داستان واقعی در نسبت با یک داستان دروغین هیجان‌انگیز تأثیر مثبت به مراتب بیشتری را بر روی مشتریان می‌گذارد.

شفافیت و صداقت باعث تمایز کسبوکار‌تان از سایرین می‌شود و نیز بر جنبه انسانی برندان تأکید می‌کند. با بیان داستان‌های‌تان نشان دهید که هیچ چیز به آسانی به دست نمی‌آید. در این صورت می‌توانید ارتباط احساسی با مخاطبان برقرار کنید و نیز ویژگی‌های قابل تحسین برندان مانند نوآوری و مقاومت را به آنها نشان دهید. ممکن است بخواهید از رویکرد «کتاب باز» (Open Book) برای برقراری ارتباط با مشتریان استفاده کنید بنابراین در این روش توضیح دهید که چگونه کارها در کسبوکار‌تان تعریف و انجام می‌شود. برای مثال ممکن است بخواهید از مواد غذایی محلی در رستوران خود استفاده کنید. از این اطلاعات برای خلق داستان جالب کسبوکار‌تان بهره بگیرید.

۳. نتیجه داستان را مشخص کنید

یک داستان کسبوکار عالی، مخاطب شما را با چیزهایی روبه‌رو می‌کند. چه درسی را می‌توان از داستان آموخت؟ و مشتریان با شنیدن داستان چه چیزهایی را باید یاد بگیرند؟

داستان‌های کسبوکار باید یک نتیجه مشخص داشته باشند. به همین دلیل، یک پیام امیدوارکننده و تفکربرانگیز همراه با نکات عملی ایجاد کنید تا مخاطبان را به برقراری ارتباط با برندان ترغیب نماید.

به منظور درک بهتر این موضوع، شما را به شنیدن یک داستان دیگر دعوت می‌کنیم. در اواخر دهه ۸۰، مایک کپل «Mike Kappel» بنیان‌گذار شرکت نرم‌افزاری Patriot و دوستش قصد تولید یک نرم‌افزار را داشتند، اما در مورد موضوعی که می‌خواستند دنبال کنند، مطمئن نبودند. بعد از انجام تحقیقات بسیار زیاد در دفترچه تلفن و کتابخانه (در آن زمان اینترنت وجود نداشت)، یاد گرفتند که آژانس‌های کارایی نیاز شدیدی به راه‌حل شبکه‌سازی استخدا می‌دارند. بعد از گذشت ۲۰ سال

کند. این شرکت می‌تواند از یک صدای زنگ عجیب ساعت استفاده کند تا مشتریانی که از صدای زنگ ساعت عادی متنفر هستند را به سمت خود بکشاند. این طنز نه تنها مرتبط است بلکه باعث خرید مشتریان نیز می‌شود. مطمئن شوید که طنز شما همزمانی که با مشتریان ارتباط برقرار می‌کند، آنها را به سمت خرید سوق می‌دهد.

اما چگونه تجارت شما از طنز استفاده می‌کند؟

حال که شما قواعد اساسی استفاده از شوخی و طنز را در تجارت خود می‌دانید شاید با خود فکر کنید که چگونه باید مشتریان خود را بخندانید. لازم نیست که جک‌های تصادفی برای آنها بفرستید. همچنین شما یک کم‌دین نیستید، اما چند راه ساده وجود دارد که بتوانید تجارت و بازاریابی خود را با طنز ترکیب کنید.

اتفاق خنده‌داری که در دفتر کار شرکت اتفاق افتاده را به اشتراک بگذارید.

- در صفحه «برنامه ما» عکس‌ها یا حقایق جالب و خنده‌دار از اعضای تیم را بنویسید.

- استیکرهای خنده‌دار و معروف که به کار شما مربوط است را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید.

- صفحه ۴۰۴ هوشمندانه‌ای طراحی کنید.

- مسابقه‌ای میان مشتریان خود برای طنزپردازی برگزار کنید.

- دروغ ۱۳ جالبی را طراحی کنید و اشتراک بگذارید.

- شخصیت کارتون خنده‌داری برای شرکت طراحی کنید.

از اینکه مشتریان آن روی شوخ‌طبع شما را ببینند، واهمه نداشته باشید. این یک راه عالی برای ایجاد رابطه ماندگار بین تجارت شما و آنهاست.

منبع: inc/techrasa

از راهاندازی استارت‌آپ‌شان، در حال حاضر صدها شرکت استخدا می و میلیون‌ها نامزد شغلی در شبکه استخدا Echelon حضور دارند که به فرآیند استخدام افراد متخصص برای یافتن جایگاه‌های شغلی بهتر کمک می‌کند.

همانطور که می‌بینید این داستان به خوبی توضیح می‌دهد که بنیان‌گذاران چه کسانی هستند، از کجا شروع و چه مسیری را در کسبوکارشان طی کرده‌اند. داشتن نتیجه باعث ایجاد اطمینان در پیشنه‌ها و ارزش‌های کسبوکار می‌شود. شما می‌توانید از نتایج واقعی زندگی کاری خود برای انتقال پیام به مشتری استفاده کنید.

۴. از یک الگوی منظم و یکسان پیروی کنید

داستان برند نباید بدون نظم و قاعده باشد؛ زیرا باعث سردرگمی و بی‌علاقگی مشتریان می‌شود. مطمئن شوید که برندان در تمام کانال‌های ارتباطی از یک ساختار یکسان پیروی می‌کنند و در تناقض یا یکدیگر نباشد. از رنگ‌ها، لوگو و شعار یکسانی در تمام کانال‌های بازاریابی آنلاین و غیرآنلاین خودتان استفاده کنید. تکرار تصاویر و کلمات مرتبط با کسبوکار‌تان باعث افزایش آگاهی از برند شما خواهد شد. شما باید هنگام صحبت دربار برندان کاملاً جدی و استوار باشید. باید یاد بگیرید که چگونه داستان کسبوکار خود را تعریف کنید. قبل از ارائه داستان به مشتریان، آن را در ذهن خود و با دیگران مرور کنید. این به شما کمک می‌کند تا بتوانید به راحتی داستان خود را تعریف کنید.

۵. ذهن مخاطب را درگیر کنید

از داستان‌سرایی کسبوکار برای ارتباط احساسی و عاطفی با مشتریان خودتان استفاده کنید. درباره این صحبت کنید که حوادث مرتبط با کسبوکار‌تان چگونه بر روی شما تأثیر گذاشت و چه چیزی‌هایی از آن آموختید. این موضوع باعث می‌شود داستان شما جالب‌تر، به یادماندنی‌تر و شنیدنی‌تر شود.

مردم دوست دارند بخشی از داستان‌های شما باشند بنابراین در داستان کسبوکار می‌توانید مشتریان‌تان را به عنوان شخصیت‌های سازنده برندان در نظر بگیرید. به دنبال راه‌هایی باشید تا باعث تعامل و درگیری بیشتر مخاطبان‌تان شود.

به عنوان مثال، شرکت نرم‌افزاری Patriot برای شنیدن داستان‌های استارت‌آپ مشتریانش با برخی از آنها تماس گرفت. انتشار داستان‌های این کسبوکار مستقیماً مشتریان را به بخشی از داستان برند مرتبط می‌کند. تعریف کردن داستان برندان، یک فرآیند مستمر و تمام‌شدنی است؛ زیرا کسبوکار شما همیشه در حال رشد و تغییر است و بخش‌های جدیدی به داستان برندان اضافه می‌شود. داستان‌سرایی را به عنوان بخش ضروری فرآیند کسبوکار‌تان در نظر بگیرید؛ زیرا باعث جذب مشتری و حفظ آنها می‌شود.

منبع: forbes/techrasa

سقوط پادشاهی نوکیا



نویسندگان:سحر رایزن ورضایپهلوی

نوکیا، غول بزرگ و قدرتمند حوزه مخابرات، به خاطر سخت‌افزار و ساززدهی بالای باتری محصولاتش بسیار شناخته شده بود. سالیان سال، این شرکت بزرگ حرف اول را در صنعت موبایل می‌زد و محبوبیت بسیاری بین مردم جهان پیدا کرده بود؛ به طوری که در پایان سال ۲۰۰۷ ۲۰۰۷ نیمی از گوشی‌های هوشمند فروخته شده در جهان برای نوکیا بود. نوکیا اولین گوشی همراه خود را که مجهز به اینترنت بود در سال ۱۹۹۶ به بازار معرفی کرد و با شروع سسال ۲۰۰۰ گوشی همراه لمسی خود را ساخت و روانه بازار کرد که باعث تحول در صنعت موبایل شد. همچنین در سال ۲۰۰۳ گوشی ۱۱۰۰ را تولید کرد که با رکورد فروش ۲۵۰ میلیون توانست جایگاه پرفروش‌ترین گوشی موبایل را در جهان به دست آورد. به نظر می‌رسد که همه چیز برای نوکیا به خوبی پیش می‌رفت، اما چه اتفاقی می‌افتد که نوکیا جایگاه خودش را در بازار گوشی‌های هوشمند از دست می‌دهد و سهم آن به ۷۰درصد در سال ۲۰۲۰ می‌رسد، آن هم در زمانی که پیشرو بازار بود و داشت از تسلط خودش در بازار موبایل لذت می‌برد؟

رقابت شدید در بازار گوشی‌های هوشمند

برای پاسخ به این سؤال برمی‌گردیم به ابتدای سال ۲۰۰۰، زمانی که نوکیا مدل‌های گوشی سری N را به بازار معرفی کرد که به مدت ۶ سال، خط محصول مهم و اصلی نوکیا شناخته می‌شد. مدل N۹۵ نمونه و مثال بسیار موفق از این خط محصول بود که ویژگی‌های گوشی هوشمند مثل دوربین، جی‌پی‌اس، وای‌فای و اینترنت G۳ را داشت، اما از لحاظ تعامل بین انسان و ماشین دچار مشکل بود.

زمانی که این مدل در سال ۲۰۰۷ وارد بازار شد، مورد استقبال قرار گرفت، به طوری که در سال ۲۰۰۷ در اروپا لقب «بهترین دستگاه عکاسی با موبایل» (Best mobile imaging device) را به آن دادند، اما این محبوبیت زیاد طول نکشید و در سال ۲۰۰۷ صنعت موبایل با یک تکان ناگهانی مواجه شد.

در سال ۲۰۰۷، اپل اولین گوشی هوشمند خود را به نام «آیفون» به بازار معرفی کرد که ضربه بزرگی به نوکیا بود. گوشی آیفون یک صفحه تمام لمسی بود، درست شبیه LG Prada که قبل از آیفون ساخته شده بود، اما آیفون تفاوت‌هایی با این محصول داشت. در حقیقت، راز موفقیت آیفون صفحه نمایش لمسی منحصربه‌فرد آن بود که کاربران به راحتی می‌توانستند بدون کوچک‌ترین فشاری روی صفحه نمایش، با گوشی کار کنند. علاوه بر این، اپل توانسته بود سیستم‌عاملی قوی مشابه سیستم‌های عامل کامپیوتری به نام آی‌اواس (iOS) را در گوشی همراه جای دهد و آیفون را به گوشی کاربرپسند تبدیل کند.

این اتفاق باعث شد که مدل N۹۵ نوکیا دیگر جذاب و تحسین‌برانگیز به نظر نرسد، اما این پایان ماجرا نبود. یک سال بعد درست در سال ۲۰۰۸، اتفاق مهم دیگری رخ داد که باعث تغییرات مهم در صنعت موبایل شد.

مدل N۹۵ نوکیا

گوگل سیستم‌عامل اندروید را برای گوشی‌های همراه معرفی کرد و برای نخستین بار در مدل گوشیHTC Dream مورد استفاده قرار گرفت. در زمانی که گوشی‌های آی‌اواس و اندرویدی وارد بازار شد، نوکیا گوشی قدیمی تمام لمسی خود به نام «Xpressmusic ۵۸۰۰» را به بازار معرفی کرد. اگرچه این مدل گوشی نوکیا یک موفقیت تجاری بود و به خاطر قیمت پایین و قلمی که همراه آن بود، مورد تحسین قرار گرفت، اما از لحاظ سیستم‌عامل ضعیف بود و در نسبت با محصولات رقبایش استقبال چندانی از آن نشد، چرا نوکیا چنین محصولی را تولید کرد؟

پاسخ این سؤال به طرز تفکر مدیران شرکت نوکیا برمی‌گردد که در ادامه می‌خواهیم درباره آن صحبت کنیم.

طرز تفکر مدیران نوکیا

ذهنیت مدیران نوکیا این بود که تولید گوشی آیفون بسیار گران است و در مقایسه با گوشی‌های نوکیا که از تکنولوژی G۳ استفاده می‌کند، فقط برای شبکه‌های G۲ مناسب است. حتی آنها آیفون را مسخره کردند، زیرا نتوانسته بود از تست‌های مقاومت نوکیا موفق بیرون بیاد. مدیران نوکیا آنقدر به برند خود تعصب و غرور داشتند که محصول اپل را دست‌کم گرفتند.

علی‌رغم دیدگاه مدیران نوکیا، آیفون خیلی سریع به فروش رفت و در سال ۲۰۰۸ مدیران اجرایی نوکیا فهمیدند که سیستم‌عامل بسیار عالی گوشی اپل بزرگ‌ترین چالش آنها در آینده خواهد بود. به همین دلیل، ایجاد تغییر در سیستم‌عامل در اولویت اول برنامه‌های نوکیا قرار گرفت. به همین خاطر در داخل شرکت نوکیا دو تیم شروع به کار بر روی سیستم‌عامل کردند. یک تیم سعی کرد تا سیستم‌عامل قدیمی گوشی‌های نوکیا به نام «سیمبین» (Symbian) را اصلاح کند که در آن زمان اکثر گوشی‌های نوکیا با این سیستم‌عامل کار می‌کردند و تیم دیگر سعی داشت تا از ابتدا یک سیستم‌عامل جدیدی بسازد که در نهایت به می‌گو «MeeGo» معروف شد.

اما رقابت این دو تیم به جای اینکه سازنده باشد، باعث کشمکش و درگیری بسیار زیاد در داخل شرکت شد. به نقل از افرادی که درگیر این دو پروژه بودند، این دو تیم برای اینکه بتوانند حمایت و پشتیبانی شرکت و توجه مدیران ارشد را به دست آورند، تلاش می‌کردند که تیم مقابل را کنار بزنند.

در این زمان، شرکت نوکیا از ترس سازمانی رنج می‌برد. این ترس ریشه در فرهنگ رهبران دمدعی مزاج و مدیران میانی ترسو داشت. مدیران میانی و مهندسان حقیقت را پنهان می‌کردند، چون که می‌ترسیدند موقعیت شغلی‌شان را از دست بدهند. علاوه بر این، مدیران ارشد هم می‌ترسیدند با گفتن این حقیقت که تکنولوژی نوکیا در مقابل اپل ضعیف است، سرمایه‌گذاران، فروشندگان و مشتریان‌شان را از دست بدهند بنابراین افراد بیشتر وقت‌شان به بحث و دعوا بر سر سیاست‌های داخلی شرکت سپری می‌کردند. به گفته آلانستایر کورتیس (Alastair Curtis)، مدیر طراحی (Chief Designer) نوکیا از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۹، در این دوران بیشتر از آنکه زمان صرف طراحی شود، افراد بر سر سیاست‌های داخلی شرکت با هم بحث و دعوا می‌کردند.

شرکای کلیدی نوکیا هم از این اتفاق به ستوه آمده بودند. به عنوان مثال، پاول جاکوبز(Paul Jacobs)، مدیر اجرایی سازنده تراشه شرکت کوالکام (Qualcomm)، که همکاری خودش را با نوکیا در سال ۲۰۰۸ آغاز کرده بود، از این موضوع شکایت داشت که نوکیا زمان بسیار زیادی

را روی استراتژی‌های صرف می‌کند. او می‌گوید: «ما یک تکنولوژی جدید را به نوکیا ارائه می‌دادیم که به نظر می‌رسید فرصت عالی و بزرگی باشد، اما نوکیا به جای اینکه از این فرصت استفاده کند، بیشتر زمان خود (حدود ۶ تا ۹ ماه) را به ارزیابی آن می‌گذاشت. این مدت زمان باعث می‌شد که نوکیا به راحتی فرصت‌های خودش را از دست بدهد.»

در واقع نوکیا یک شرکت خیلی بزرگی بود که بیشتر از آنکه بر روی نوآوری برای به دست آوردن فرصت‌های جدید تأکید کند، به دنبال حفظ جایگاه خودش در بازار بود. همه فرصت‌ها پیش‌روی نوکیا بودند و روی آنها کار می‌کرد، اما نکته کلیدی که باید به آن اشاره کنیم این بود که هیچ موقع حس اضطرار و فوریت در شرکت احساس نمی‌شد. آنها همیشه به خودشان می‌گفتند که ما در نهایت این فرصت را به دست خواهیم آورد و به اهدافمان خواهیم رسید.

در حقیقت آنها نمی‌توانستند یک شرکت بزرگ چندملیتی را با سرعت نوآوری در صنعت همگام کنند. به همین دلیل، همیشه چند قدم از صنعت و رقبای‌شان عقب بودند. مثلاً نوکیا سال‌ها قبل از آنکه آی‌پد وارد بازار شود، اولین نمونه از تبلت‌های هشت اینچی را ساخت و وارد بازار کرد، اما در نهایت این اپل بود که توانست موفق‌تر عمل کند. همانطور که می‌بینید نوکیا خیلی آرام و کند حرکت می‌کرد و این باعث می‌شد که بهترین فرصت‌هایش را از دست بدهد.

آغاز سقوط نوکیا

در سال ۲۰۱۰، استیون ایلوپ کانادایی (Stephen Elop) به جایگاه مدیرعاملی نوکیا رسید. ایلوپ پیش از آنکه وارد نوکیا شود، در سال ۲۰۰۵ با شرکت ماکرومدیا (Macromedia) همکاری می‌کرد که این شرکت در زمان مدیرعاملی او توسط ادوبی (Adobe) خریداری شد. بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ نیز در شرکت مایکروسافت مشغول به فعالیت بود و در آنجا بر روی محصولات Microsoft Office کار می‌کرد.

در زمان ورود ایلوپ به نوکیا، شرکت حدود ۹/۵ میلیارد یورو را صرف تحقیق و توسعه کرد که معادل ۷درصد از کل ارزش گوشی‌های هوشمند بود و مدل‌های N۸۰۰ و N۹۰۰ را وارد بازار کرد. اگرچه این دو مدل از لحاظ سخت‌افزاری بسیار خوب بودند، اما به دلیل ضعیف بودن سیستم‌عامل فاصله بسیار زیادی با رقبای خودشان (گوشی‌های اندرویدی و آیفون) داشتند. این موضوع نشان می‌دهد که مدیران نوکیا به جای اینکه از هوش‌شان برای رسیدن به راهکارهای نوآورانه استفاده کنند، تلاش می‌کردند که با خرج کردن پول زیاد مشکلات‌شان را حل کنند، اما این تلاش‌ها به نتیجه‌ای نمی‌رسید، به طوری که با صرف هزینه ۱۸ میلیارد یورو روی تحقیق و توسعه بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ و عدم‌توانایی در تولید محصولی مشتری‌پسند، میزان سودآوری شرکت حدود ۵۴درصد کاهش پیدا کرد.

مدیرعامل جدید نوکیا از این شرایط خسته شده بود، به همین خاطر از تمام مراکز عملیات نوکیا در سراسر جهان بازدید کرد تا شخصاً پروژه‌هایی را که در اولویت اصلی نبودند خاتمه دهد، اما این کار به همین راحتی هم نبود، چون که ساختار سازمانی نوکیا بسیار پیچیده بود. به عنوان مثال، در سال ۲۰۱۰ نوکیا برای اینکه شرایط آسان‌تری را برای برنامه‌نویسان فراهم کند تا بتوانند اپلیکیشن‌های قابل استفاده برای همه گوشی‌های هوشمند

داشتند که به سرعت بعد از آنها، Lumia ۹۰۰ نیز وارد بازار شد.

در آوریل سال ۲۰۱۲ بخش‌های داخلی نوکیا بر سر موضوعات کم‌اهمیت به بحث با یکدیگر می‌پرداختند. همین باعث شد که سامسونگ بتواند از نوکیا به عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده گوشی همراه در جهان پیشی بگیرد و سهم بازار خود را از گوشی‌های هوشمند از ۴درصد در سه ماهه اول سال ۲۰۱۰ به ۲۳/۳۵درصد در سه ماهه سوم سال ۲۰۱۳ برساند. در حالی که عکس این اتفاق برای نوکیا افتاد، سهم بازار نوکیا کاهش یافت و از ۴۰درصد به زیر ۳درصد رسید.

در سال ۲۰۱۳، نوکیا مدل Lumia ۹۲۵ را که نسخه باریک شده Lumia ۹۲۰ و با روکش آلومینیومی بود به بازار معرفی کرد. بعد از آن، نوکیا Lumia ۱۰۲۰ را روانه بازار کرد که شامل یک دوربین ۴۱ مگاپیکسلی و سیستم‌عامل Windows phone ۸ بود. اگرچه این مدل به خاطر دوربین، طراحی و اجرایش به شدت مورد تحسین منتقدین قرار گرفت، اما هنوز مشکلاتی در نصب اپلیکیشن بر روی گوشی‌ها وجود داشت و بازار ویندوز برای استفاده در گوشی‌هایی با سیستم‌عامل ویندوز انقدر پویا و کارآمد نبودند. توسعه‌دهندگان اپلیکیشن نیز آشنایی چندانی با این سیستم‌عامل نداشتند و سرعت تطابق با این بستر برای آنها بسیار کند و آهسته پیش می‌رفت. در نهایت، همین عامل ضربه جدی را به نوکیا وارد کرد.

اگرچه مدل‌های لومیا توانستند فروش خوبی را تجربه کنند، اما همچنان نوکیا زیانده بود. در واقع، نوکیا در فاصله بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۳ با کاهش ۷۰درصد در آمد مواجه شده بود و نزدیک به ۵ میلیارد یورو ضرر کرده بود. در همین زمان، تعدیل نیرو به یک اتفاق همیشگی برای شرکت تبدیل شد، به طوری که در مدت یک سال تعداد کارمندان نوکیا از ۶۱ هزار نفر در سال ۲۰۱۲ به ۴۵ هزار نفر در سال ۲۰۱۳ رسید.

به نظر می‌رسد که کار برای نوکیا به پایان رسیده و کشتی در حال غرق شدن بود و حتی سیستم‌عامل ویندوز هم نتوانسته بود نوکیا را نجات دهد.

خرید نوکیا توسط مایکروسافت

در سوم دسامبر سال ۲۰۱۳، مایکروسافت بخش گوشی‌های همراه نوکیا را به قیمت ۲/۷ میلیارد دلار خرید. در همین زمان، استیون ایلوپ از سمت مدیرعامل نوکیا کناره‌گیری کرد و به عنوان سرپرست دستگاه‌های موبایل دوباره به مایکروسافت پیوست، اما آیا قصد و نیتی پشت این اتفاق بود؟ در گزارش‌ها اعلام شد بعد از آنکه ایلوپ نوکیا را به مایکروسافت فروخت و از سمت مدیرعاملی کناره‌گیری کرد، مبلغ ۱۸ میلیون و ۸۰۰ هزار یورو به عنوان پاداش دریافت کرد. در برخی از منابع گفته شده است که این توافقنامه درست در همان روز خبر خرید نوکیا انجام گرفته بود. آیا استفاده از موقعیت متزلزل مدیرعامل نوکیا بخشی از برنامه مایکروسافت برای ورود به بازار گوشی‌های هوشمند بود؟ به طور قطع نمی‌توان به این سؤال پاسخ داد.

در اکتبر سال ۲۰۱۴ کشمکش و درگیری شروع شده بود. مایکروسافت به طور رسمی اعلام کرد که برند نوکیا را در تبلیغ گوشی‌های هوشمند لومیا حذف می‌کند. در حال حاضر گوشی‌های هوشمند لومیا با نام «لومیا مایکروسافت» شناخته می‌شوند و این پایان غم‌انگیز همکاری نوکیا و مایکروسافت بود.

سر نوشت نوکیا بعد از مایکروسافت

بعد از آنکه نوکیا بخش تلفن همراه خود را به مایکروسافت فروخت، بر روی شبکه‌سازی داده و تجهیزات مخابراتی متمرکز شد. نوکیا برای تثبیت جایگاه خودش در بازار مخابرات یک شرکت چندملیتی ارائه‌دهنده تجهیزات مخابراتی را خرید و با واحد شبکه‌های نوکیا (Nokia Networks) که یکی از زیرمجموعه‌های شرکت نوکیا بود، ادغام کرد. در حال حاضر، واحد شبکه‌های نوکیا یکی از بزرگ‌ترین زیرمجموعه‌های شرکت نوکیا به حساب می‌آید که بر روی ارائه تکنولوژی G۵ کار می‌کند. واحد شبکه‌های نوکیا در سال‌های اخیر موفق به بستن قراردادهای بزرگ در کشور‌های چین، ژاپن، کانادا و ویتنام برای ارائه تکنولوژی G۵ شده است.

در سال ۲۰۱۶ شرکت اچ‌ام‌دی گلوبال (HMD Global) بخش تلفن همراه نوکیا را از مایکروسافت خرید. این شرکت فنلاندی که در حوزه تلفن همراه فعالیت می‌کند، در سال ۲۰۱۶ توسط مدیران اجرایی سابق نوکیا تأسیس شده بود. مدیران جدید بخش تلفن همراه نوکیا از اشتباهات قبلی خودشان درس گرفتند و به استفاده از سیستم‌عامل اندروید در گوشی‌های همراه روی آوردند. در سال ۲۰۱۷، اچ‌ام‌دی گلوبال به طور نمادین مدل گوشی ۳۳۱۰ نوکیا را روانه بازار کرد که با استقبال عموم مردم رومبو رو شد. در ۱۹ مارس ۲۰۲۰، نوکیا از محصول جدید خود به نام Nokia ۸،۳ با اینترنت G۵ خبر داد و شش ماه بعد آن را روانه بازار کرد. اچ‌ام‌دی گلوبال توانسته بود فروش گوشی‌های هوشمند نوکیا را تقریباً از صفر در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ به ۵/۱ میلیون در نیمه اول سال ۲۰۱۷ برساند. در واقع، این شرکت جان دوباره به بخش گوشی‌های نوکیا داد و در مدت یک سال (۲۰۱۷ تا ۲۰۱۸) توانست سهم بازار گوشی‌های هوشمند نوکیا را تقریباً از صفر به ۱درصد برساند. اگرچه اچ‌ام‌دی گلوبال شروع خوبی را در سال ۲۰۱۷ داشت، اما در گذر زمان، این شرکت نتوانست در این رقابت سخت و نفس‌گیر به رقبای خودش برسد، زیرا گوشی‌های نوکیا از لحاظ کیفیت و قیمت قابل مقایسه با محصولات رقبایش نبود. در نتیجه، سهم بازار گوشی‌های هوشمند نوکیا به کمتر از ۷/۰درصد در پایان سال ۲۰۲۰ رسید، اما آیا گوشی‌های نوکیا می‌تواند در آینده دوباره به اوج قدرت خودش برسد و یک رقیب جدی برای شرکت‌هایی مانند سامسونگ و اپل شود؟

سخن پایانی

نوکیا به اندازه مدل گوشی افسانه‌ای خود ۳۳۱۰ در برابر فشارهای مختلف مقاوم نبود و نداشتن چشم‌انداز، چابک و نوآور نبودن، دست‌کم گرفتن رقبای‌شان، غرور و تعصب مدیران به برند و … دست به دست هم داد تا نوکیا جایگاه اول خودش را در بازار موبایل از دست بدهد و در پایان دست‌کم بگیرد، همیشه آماده باشید و رقبای‌تان را به خوبی بشناسید و آنها را دوست‌کم نگیرید، همیشه آماده باشید و اجازه ندهید که غرور و تعصب مانع از تصمیم‌گیری درست شما شود و به دنبال ایجاد تغییرات مثبت باشید.

منبع: techrasa

با حضور فرماندار و مدیرعامل شرکت آبفای گیلان؛

مشکلات حوزه آب و فاضلاب شهرستان تالش بررسی شد



رشت - خبرنگار فرصت امروز: در جلسه‌ای با حضور فرماندار تالش و مدیرعامل شرکت آبفای گیلان، مشکلات حوزه آب و فاضلاب این شهرستان بررسی شد. به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آبفای گیلان؛ سید محسن حسینی در این جلسه با اشاره به اینکه از ۲۳۳ روستای بالای ۲۰ خانوار شهرستان تالش تعداد ۱۶۳ روستا تحت پوشش شبکه آبرسانی قرار دارند، گفت: شاخص بهره مندی روستاهای این شهرستان از نعمت آب شرب سالم و بهداشتی ۷۳،۶۲ درصد است. مدیرعامل شرکت آبفای گیلان افزود: هم اینک ۲۰ پروژه با اعتباری بالغ بر ۱۱ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان از ردیف تملک دارایی‌ها و صندوق توسعه ملی در شهرستان تالش در دست اجراست که ۴۳ درصد از اعتبارات مصوب این پروژه‌ها تخصیص یافته است. حسینی با اشاره به برنامه ریزی‌های انجام شده جهت حفر چاه در روستاهای ریگ، خطبه سرا، چوبر و کنده سر گفت: به منظور ارتقای کیفیت آب شرب روستای کنده سر، لایروبی چاه این روستا انجام شد. وی، با تأکید بر اینکه آب شرب تعدادی از روستاهای تالش از طریق چشمه‌های محلی تأمین می‌شود، افزود: به منظور تأمین پایدار آب شرب این شهرک هزینه خواهد شد. حسینی، همچنین از نصب و راه اندازی

بکچ تصفیه فاضلاب ۴۰۰ مترمکعبی در مسکن مهر تالش خبر داد و افزود: مجموع اعتبار مورد نیاز اجرای این دو پروژه نیز حدود ۱۴ میلیارد تومان برآورد شده است. وی گفت: از فرماندار محترم شهرستان تالش انتظار داریم نسبت به تأمین اعتبار مورد نیاز این دو پروژه فاضلاب همکاری لازم را با شرکت آبفای استان داشته باشند. وی، با بیان اینکه طرح جمع آوری و دفع بهداشتی فاضلاب شهر تالش جمعیتی بالغ بر ۲۸ هزار نفر را تحت پوشش قرار خواهد داد، گفت: در راستای این طرح ۱۰۲ کیلومتر لوله گذاری خطوط انتقال و شبکه جمع آوری فاضلاب و یک باب ایستگاه پمپاژ احداث خواهد شد که تاکنون بخشی از لوله گذاری شبکه شهر و خطوط انتقال تا محل تصفیه خانه فاضلاب اجرا شده است. حسینی، اعتبار مسود نیاز برای تکمیل طرح فاضلاب تالش را ۵۴۰ میلیارد تومان ذکر کرد. فرماندار تالش نیز در سخنانی گفت: این شهرستان دارای ۷۸ هزار نفر جمعیت شهری و ۱۱۲ هزار نفر جمعیت روستایی است که عمده مشکل ما در حوزه آب شرب روستایی است. محمد حسینی شاهکویی افزود: تعدادی از روستاهای تالش فاقد و یا با کمبود و ضعف فشار آب شرب مواجه اند که باید تدابیری برای رفع این مشکلات اتخاذ شود.

مدیرکل بنادر و دریانوردی امیرآباد خبر داد:

حمل ریلی ۵۰ TEU کانتینر لوازم خودرو از بندر امیرآباد به منطقه ویژه اقتصادی کرمان



ساری - دهقان: مدیرکل بنادر و دریانوردی امیرآباد، محمدعلی اصل سعیدی پور، اداره کل بنادر و دریانوردی امیرآباد، حمل ریلی ۵۰ کانتینر لوازم خودرو از بندر امیرآباد به منطقه ویژه اقتصادی کرمان مدیرکل بنادر و دریانوردی امیرآباد با اشاره به اینکه بسترهای لازم برای شقوق مختلف حمل و نقل کالا به خصوص حمل کانتینر، از طریق شبکه سراسری راه آهن در بندر امیرآباد فراهم می‌باشد، از حمل ریلی ۵۰ کانتینر لوازم خودرو از بندر امیرآباد به منطقه ویژه اقتصادی کرمان خبر داد. محمدعلی اصل سعیدی پور در گفتگو با واحد روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی امیرآباد با بیان اینکه تمام ظرفیت‌های لجستیکی و تجهیزات مدرن و راهبردی، توان ریلی، حمل ترکیبی و شقوق مختلف حمل و نقل کالا در بندر امیرآباد در جهت تأمین کالاهای اساسی مایحتاج مردم و لوازم اولیه صنایع کشور به کار گرفته شده است، اظهار داشت برای نخستین بار ۵۰ کانتینر لوازم خودرو

کالا اشاره کرد و یادآور شد زیرساخت‌های موجود در بندر امیرآباد از قبیل ۲۵ کیلومتر شبکه ریلی داخلی و اتصال آن به شبکه سراسری راه آهن، قرارگیری در مسیر کریدور بین المللی شمال - جنوب و همچنین با در اختیار داشتن تجهیزات مدرن و استراتژیک بندری، بازگشایی را جهت حمل و ترانزیت ایمن و ارزان کالا و کانتینر از مسیر بندر امیرآباد ترغیب می‌کند. مدیرکل بندر امیرآباد با اشاره به واردات رسمی حدود یک میلیارد دلار لوازم خودرو در سال به کشور و روند فزاینده تولید خودرو و نیاز بالای این نوع کالاها در بازار، بر افزایش واردات و ترانزیت این قبیل کالاها از بندر تأکید کرد. سعیدی پور در پایان، میزان رشد حمل ریلی کالاهای وارداتی از بندر امیرآباد به سایر نقاط کشور و همچنین ترانزیت به سایر کشورها را در سال جاری مناسب ارزیابی کرد و از برنامه ریزی‌های مدون جهت تبدیل شدن بندر امیرآباد به بندر کانونی حمل کانتینری کالا در شمال کشور خبر داد.

مراسم تقدیر و تجلیل از فعالان و خادمان نماز در شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: مراسم تقدیر و تجلیل از فعالان و خادمان نماز با حضور مدیر عامل، معاونین، مدیران همه جوامع و اعضای شورای اقامه نماز شرکت توزیع نیروی برق استان برگزار گردید. حجت الاسلام والمسلمین آزادی دبیر شورای فرهنگی و دینی شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین در این جلسه ضمن تجلیل و تقدیر از فعالان نماز و تریک حلال ماه رجب و میلاد حضرت علی (ع) اظهار داشت: نماز ستون دین است که همه اعمال ما در نماز تجلی پیدا می‌کند و این از خصوصیات منحصر به فرد نماز می‌باشد. وی ضمن تقدیر از فعالان و دست اندرکاران اقامه نماز، توجه و اهتمام ویژه مدیرعامل و مدیران شرکت را در مقوله نماز از عوامل اصلی ارتقاء مباحث دینی و فرهنگ سازمانی برشمرده و افزود: نتیجه این اقدامات باعث شده است که هر ساله در ارزیابی‌های سالیانه اقامه نماز امتیازات بالایی را کسب نماییم. در ادامه جلسه سعید بهادبوند چگینی مدیرعامل شرکت توزیع برق استان قزوین با اشاره به اهمیت و ضرورت اقامه نماز و توجه به ابعاد و فیوضات مادی و معنوی آن، تصریح کرد: اهتمام در انجام فعالیت‌های دینی و فرهنگی در کنار وظایف اصلی شرکت در امر خدمت‌رسانی شایسته به شهروندان رسالت اصلی ما است که آثار و برکات فراوان آن در تحقق اهداف و برنامه‌های شرکت مشهود است. بهادبوند چگینی ضمن قدردانی از ائمه جماعات شرکت در برگزاری باشکوه و منظم نماز جماعت توام با رعایت کامل پروتکل‌های بهداشتی در این شرکت اظهار داشت: ترویج و تعمیق فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر، حجاب و عفاف، سبک زندگی اسلامی و تقویت بنیان خانواده، ارتقای توانمندی علمی و فرهنگی فرزندان همکاران، تکریم ارباب رجوع و مصرف بهینه آب و برق از مهم‌ترین رتوس فعالیت‌های فرهنگی شرکت توزیع به شمار می‌آید. در پایان جلسه قدرت... علیخانی، دبیر اقامه نماز شرکت هم گزارش یکساله حوزه اقامه نماز را ارائه نموده و از فعالان و خادمان نماز شرکت توزیع برق استان قزوین تقدیر بعمل آمد.

بیش از ۲ میلیون و ۵۴۰ هزار خدمت در شرکت گاز استان گیلان انجام شد



رشت - خبرنگار فرصت امروز: شرکت گاز استان گیلان با ارائه کلیه خدمات گاز از طرق حضوری و غیرحضوری و ثبت بیش از ۲ میلیون و ۵۴۰ هزار خدمت در پاییز و زمستان امسال توانسته است موجبات رضایتمندی مشترکین گاز را فراهم نماید. روابط عمومی گاز گیلان - حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اعلام انجام بیش از ۲ میلیون و ۵۴۰ هزار خدمت گاز در پاییز و زمستان سال جاری در این شرکت اظهار داشت: این خدمات از راه‌های دفاتر پیشخوان، حضور در ادارات، سایت اینترنتی، نرم افزار

موبایلی و تلفن گویا به مشترکین ارائه شده است. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان گسترش درگاه‌های ارائه خدمات الکترونیک به مردم را ضروری دانست و گفت: با شیوع بیماری کرونا در استان، این شرکت کلیه خدمات مرتبط با گاز را به صورت الکترونیک و غیرحضوری به مشترکین محترم ارائه می‌کند و در همین راستا در پاییز و زمستان امسال بیش از ۱ میلیون و ۵۲۰ هزار خدمت از طریق سایت، نرم افزار موبایلی و تلفن گویا به ثبت رسیده است. وی همچنین با اشاره به افزایش روزافزون استفاده از تلفن‌های هوشمند توسط مردم، تصریح کرد: شرکت گاز استان گیلان با ساخت، اصلاح و به روزرسانی مستمر نرم افزار موبایلی (اپلیکیشن) خود و پاسخگویی به انجام بالغ بر ۵۰۰ هزار خدمت در مدت کمتر از ۶ ماه توانسته است به نیازهای مشترکین محترم پاسخ دهد. حسین اکبر با بیان این موضوع، اظهار داشت: مشترکین محترم می‌توانند با مراجعه به سایت اینترنتی گاز گیلان به آدرس www.nig-gil.ir یا از طریق اپلیکیشن بازار نسبت به دریافت نرم افزار خدمات گاز گیلان اقدام نمایند. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان بیان کرد: به جهت اهمیت ویژه موضوع خدمت‌رسانی به مردم، گزارش خدمات ارائه شده به مشترکین در بخش‌های دفاتر پیشخوان، حضوری و الکترونیک بصورت ماهیانه دریافت و مورد تحلیل و پایش قرار گرفته و نسبت به شناسایی مشکلات و رفع هرچه سریع‌تر آنها اقدام لازم صورت می‌گیرد.

کمک به تأمین ارزاق شب عید مددجویان بوشهری با شعار (عیدی برای همه)



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل کمیته امداد استان بوشهر با اشاره به تلاش برای تأمین بسته ارزاق شب عید مددجویان تحت حمایت گفت: بر اساس برنامه ریزی‌های صورت گرفته تلاش می‌شود در جشن نیکوکاری که در ماه پایانی سال برگزار می‌شود با استفاده از ظرفیت مردم خیر و نیکوکار ارزاق شب عید نیازمندان تأمین شود. به گزارش سایت خبری کمیته امداد، احمد لطفی، مدیرکل کمیته امداد استان بوشهر در نشست هم اندیشی ستاد خیر و نیکوکاری که با حضور خیران و مراکز نیکوکاری برگزار شد با تأکید بر ترویج فرهنگ انفاق و نیکوکاری اظهار داشت: یکی از وظایف مهم این نهاد ترویج فرهنگ انفاق و احسان در جامعه و استفاده از دریای عظیم مردمی در راستای خدمات‌رسانی افزون‌تر به ولی نعمتان جامعه اسلامی است. مدیرکل کمیته امداد استان بوشهر نقش خیران را به عنوان سفیران نیکوکاری در ترویج فرهنگ انفاق و احسان مهم عنوان کرد و گفت: افشار آسیب‌پذیر استان همواره نیازمند یاری‌رسانی خیراتی هستند که در این عرصه با گسترش و نهادینه‌شدن احسان و نیکوکاری در بین آحاد مختلف مردم می‌توان شاهد کاهش مشکلات و مسائل زندگی آنها باشیم.

در جلسه معارفه تعدادی از مدیران شرکت آب منطقه‌ای مازندران عنوان شد:

بهبود فعالیت‌ها و ارتقای خدمات، هدف اصلی جابه‌جایی مدیران



ساری - دهقان: به گزارش روابط عمومی آب منطقه‌ای مازندران دکتر محمدابراهیم یخکسی مدیرعامل آب منطقه‌ای مازندران در جلسه معارفه تعدادی از مدیران بخش‌های مختلف شرکت در ماه‌های اخیر که امروز در محل شرکت آب منطقه‌ای مازندران برگزار شد با بیان این مطلب گفت: این جابه‌جایی‌ها در سازمان با هدف بهبود فعالیت‌ها و ارتقای خدمات به ویژه به مردم صورت گرفته است که البته اهداف دیگری از جمله آینده‌نگری و ظرفیت‌سازی برای سازمان و همچنین توانمندسازی ساختار به ویژه در حوزه معاونت حفاظت و بهره‌برداری نیز مدنظر بوده است. یخکسی با بیان اینکه در این جابه‌جایی‌ها عمدتاً نیروهای جوانی بکار گرفته شده‌اند که شاید در نگاه اول تجربه نیروهای قبلی را نداشته باشند، اما این نیروها برای آینده سازمان قطعاً مفید خواهند بود. وی با بیان انتظارات خود از مجموعه مدیران گفت: انتظار ما از مدیران جامع‌نگری در کارها، اولویت‌گذاری و برنامه‌ریزی، همکاری بیشتر، توسعه‌نگری و دورشنی از روزمرگی و توسعه‌دانش فنی است. ایشان با تأکید بر ضرورت دلسوزی برای مردم و استفاده بهینه از منابع گفت: انتظار داریم تا جایی که ممکن است برای حل مشکل مردم با استفاده از قوانین و مقررات راه مناسبی پیدا کنیم. واقعیت این است که شرایط، شرایط سختی است و ما همه در مقابل این مردم و شهدایمان مسئول هستیم. مدیرعامل آب منطقه‌ای مازندران در پایان با قدردانی از تلاش مدیران در مسئولیت‌های قبلی‌شان تصریح کرد: یک مدیر باید آینده‌نگر باشد و با نگاه جامع استفاده بهره‌برانه در هر فعالیت‌های را رقم بزند. به عنوان نمونه مدیر دفتر فنی نباید فقط خود را محدود به مسائل طرح‌های توسعه کند بلکه پشتیبانی خود را در بحث‌های رودخانه، تاسیسات آبی در دست بهره‌برداری و آبنندان‌ها نیز داشته باشد. شایان ذکر است در این جلسه معارفه آقایان مهندس گنجیز افشار به عنوان مدیر امور هماهنگی شهرستان‌ها و جانشین معاونت حفاظت و بهره‌برداری، مهندس حامد عبداللهی به عنوان مدیر دفتر مهندسی رودخانه و سواحل، مهندس مجتبی فرهاد زاده مدیر دفتر فنی، مهندس جواد طوسی مدیر امور سدها و تاسیسات آبی و برقایی، مهندس قربانعلی خدابخشی مدیر دفتر برنامه‌ریزی، مهندس فرهاد ریزی، مهندس فرهاد مشهدی خلردی مدیر دفتر مطالعات پایه منابع آب، مهندس علی حبیب زاده رئیس گروه آب‌های سطحی و خاتم مهندس سمیه محمودی مدیر گروه آب‌های زیرزمینی بخش مطالعات برگزار و از زحمات سایرین از جمله مهندس کلانتری رئیس گروه آب‌های سطحی قدردانی به عمل آمد.

مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان:

گازرسانی به ۳ روستای کوهستانی مرکز استان با ۶۰ درصد پیشرفت در حال انجام است

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: با حضور مدیرعامل و روسای امور مهندسی و اجرایی طرح‌ها، برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های شرکت گاز استان گلستان روند اجرایی و پیشرفت عملیات گازرسانی به ۳ روستای کوهستانی شهرستان گرگان مورد بررسی قرار گرفت. علی‌طالبی مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان و همراهان با حضور در منطقه کوهستانی مرکز استان از عملیات اجرایی پروژه گازرسانی به روستاهای چهارباغ، شاهکوه علیا و شاهکوه سفلی بازدید کرد. مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان در این رابطه گفت: عملیات گازرسانی به روستاهای باقی‌مانده مرکز استان در مجموع با ۵۴ کیلومتر شبکه گاز، در حال حاضر با ۶۰ درصد پیشرفت فیزیکی در حال اجرا است. وی افزود: اجرای این پروژه در مجموع بالغ بر ۸۴ میلیارد ریال اعتبار کالایی و اجرایی در نظر گرفته شده است که تاکنون حدود ۵۰ میلیارد ریال آن جذب شده است. طالبی اظهار داشت: در حال حاضر شبکه داخلی روستاهای شاهکوه سفلی و چهارباغ به اتمام رسیده و برای روستای شاهکوه علیا نیز در شرف انجام می‌باشد. ضمن اینکه حدود ۵ کیلومتر از خطوط تغذیه فولادی نیز باقی‌مانده است که پیمانکار مربوطه مشغول اجرا می‌باشد. مدیرعامل گاز گلستان تصریح کرد: تلاش داریم تا این پروژه‌ها را تا پایان دولت تدبیر و امید به اتمام برسانیم که در این رابطه مرکز استان نیز به شهرستان سبز در زمینه گازرسانی به روستاهای مفتخر شود.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه شاهرود خبر داد:

۲۷۰۰ خودرو عمومی در سطح استان سمنان به صورت رایگان دوگانه‌سوز شدند



سمنان - حسین بابامحمدی: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه شاهرود گفت: با اجرای طرح رایگان دوگانه‌سوز کردن نفتی منطقه شاهرود، گفت: با اجرای طرح رایگان دوگانه‌سوز کردن خودروهای عمومی از ابتدای شروع طرح در مرداد ماه سال جاری تا کنون ۲۷۰۰ دستگاه خودرو مسافری شخصی (سمن، تپسی و...) و آزادسازهای زیر استان در حوزه عملیاتی این منطقه گازسوز شده‌اند. علی‌اکبر عربرامری افزود: در مجموع ۳۴۰۰ خودرو ثبت نام شده در سامانه، تعداد ۲۷۰۰ خودرو به صورت رایگان در سطح استان سمنان دوگانه‌سوز و مابقی نیز در حال انجام است. وی تصریح کرد: مالکان خودروهای عمومی (واتناب و تاکسی) می‌توانند با مراجعه به آدرس GCR.NIOPDCIR نسبت

به ثبت نام و دریافت نوبت تبدیل اقدام کنند. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه شاهرود با بیان اینکه هم‌اکنون در فاز نخست اجرای این طرح هستیم، تأکید کرد: فاز دوم این طرح شامل دوگانه‌سوز کردن خودروهای مسافری شخصی (سمن، تپسی و...) و آزادسازهای زیر پوشش نظارتی وزارت کشور با شهرداری‌ها می‌باشد، که امیدواریم از هفته آینده وارد این فاز شویم. عربرامری خاطر نشان کرد: در حال حاضر از پنج کارگاهی که به این امر اختصاص داده شده است، شامل سه کارگاه در سمنان و دو کارگاه در شاهرود، همگی فعال و آماده خدمت‌رسانی می‌باشند.

قم - ایجاد شغل بیشتر با تسهیلات کمتر و یک ماه زودتر از زمان تعیین شده

بهمین ۷ نفر هم بیشتر در کارگاه‌های تولیدی و مراکز خدماتی استان مشغول به کار شدند که این رقم نشانگر ۱۴۵ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال است. مدیرکل کمیته امداد استان قم ضمن قدردانی از همراهی بانک‌های عامل استان در کاهش فرآیند و تسهولت پرداخت تسهیلات به مددجویان این نهاد تصریح کرد: امسال با پرداخت ۶۸۵ میلیارد ریال تسهیلات به دو هزار و ۵۶۲ متقاضی وام اشتغال، ۶۱ درصدی نسبت به سال گذشته رشد داشته ایم. وی یکی از دلایل موفقیت این استان در اشتغال و خودکفایی افسران تحت حمایت را بهره‌گیری از ۴۰۰ راهبر شغلی عنوان و اظهار کرد: این کارآفرین حرفه‌ای پس از تأیید توسط این نهاد مددجویان را از زمان دریافت تسهیلات تا فروش محصولات تولید شده آنها هدایت و راهنمایی می‌کنند.



نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۴۵ درصد رشد را نشان می‌دهد. میرشکار با بیان اینکه برنامه ریزی اشتغال مددجویان توسط مراکز کارایی برای امسال ۳۲۴ شغل بوده است تصریح کرد: تا پایان

قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل کمیته امداد استان قم از ایجاد ۲۹۰۳ شغل در سال جهش تولید خبر داد که تحقق بیش از ۱۰۰ درصدی اشتغال را یک ماه قبل از برنامه پیش‌بینی شده، نشان می‌دهد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی کمیته امداد، اکبر میرشکار، مدیرکل کمیته امداد استان قم با اشاره به دغدغه رهبر معظم انقلاب در ایجاد اشتغال و جهش تولید در کشور گفت: امدادگران کمیته امداد استان قم امسال نیز مانند سالهای گذشته در جبهه مبارزه اقتصادی با دشمن خوش درخشیدند. وی از هدف‌گذاری دو هزار ۸۷۴ شغل در ابتدای سال ۹۹ خبر داد و گفت: علیرغم وجود ویروس محسوس کرونا و اختلال در کسب و کارها، نه تنها یک ماه زودتر به هدف پیش‌بینی شده رسیدیم بلکه توانستیم تا پایان بهمن امسال دو هزار و ۹۰۳ شغل ایجاد کنیم که این رقم

در جلسه معارفه تعدادی از مدیران شرکت آب منطقه‌ای مازندران عنوان شد:

بهبود فعالیت‌ها و ارتقای خدمات، هدف اصلی جابه‌جایی مدیران



ساری - دهقان: به گزارش روابط عمومی آب منطقه‌ای مازندران دکتر محمدابراهیم یخکسی مدیرعامل آب منطقه‌ای مازندران در جلسه معارفه تعدادی از مدیران بخش‌های مختلف شرکت در ماه‌های اخیر که امروز در محل شرکت آب منطقه‌ای مازندران برگزار شد با بیان این مطلب گفت: این جابه‌جایی‌ها در سازمان با هدف بهبود فعالیت‌ها و ارتقای خدمات به ویژه به مردم صورت گرفته است که البته اهداف دیگری از جمله آینده‌نگری و ظرفیت‌سازی برای سازمان و همچنین توانمندسازی ساختار به ویژه در حوزه معاونت حفاظت و بهره‌برداری نیز مدنظر بوده است. یخکسی با بیان اینکه در این جابه‌جایی‌ها عمدتاً نیروهای جوانی بکار گرفته شده‌اند که شاید در نگاه اول تجربه نیروهای قبلی را نداشته باشند، اما این نیروها برای آینده سازمان قطعاً مفید خواهند بود. وی با بیان انتظارات خود از مجموعه مدیران گفت: انتظار ما از مدیران جامع‌نگری در کارها، اولویت‌گذاری و برنامه‌ریزی، همکاری بیشتر، توسعه‌نگری و دورشنی از روزمرگی و توسعه‌دانش فنی

مدیران در مسئولیت‌های قبلی‌شان تصریح کرد: یک مدیر باید آینده‌نگر باشد و با نگاه جامع استفاده بهره‌برانه در هر فعالیت‌های را رقم بزند. به عنوان نمونه مدیر دفتر فنی نباید فقط خود را محدود به مسائل طرح‌های توسعه کند بلکه پشتیبانی خود را در بحث‌های رودخانه، تاسیسات آبی در دست بهره‌برداری و آبنندان‌ها نیز داشته باشد. شایان ذکر است در این جلسه معارفه آقایان مهندس گنجیز افشار به عنوان مدیر امور هماهنگی شهرستان‌ها و جانشین معاونت حفاظت و بهره‌برداری، مهندس حامد عبداللهی به عنوان مدیر دفتر مهندسی رودخانه و سواحل، مهندس مجتبی فرهاد زاده مدیر دفتر فنی، مهندس جواد طوسی مدیر امور سدها و تاسیسات آبی و برقایی، مهندس قربانعلی خدابخشی مدیر دفتر برنامه‌ریزی، مهندس فرهاد مشهدی خلردی مدیر دفتر مطالعات پایه منابع آب، مهندس علی حبیب زاده رئیس گروه آب‌های سطحی و خاتم مهندس سمیه محمودی مدیر گروه آب‌های زیرزمینی بخش مطالعات برگزار و از زحمات سایرین از جمله مهندس کلانتری رئیس گروه آب‌های سطحی قدردانی به عمل آمد.

۸ نکته شگفت‌انگیز بازاریابی از زبان وارن نایت



وارن نایت سخنران حرفه‌ای، متخصص تحول دیجیتال، نویسنده و کارآفرین برنده جایزه نوبل ۸ نکته شگفت‌انگیزی را که در سال ۲۰۱۸ در مورد بازاریابی فرا گرفته است را با ما به اشتراک می‌گذارد. تقریباً یک سال پیش بود که من یک مقاله در مورد رسانه‌های اجتماعی در سال ۲۰۱۷ نوشتم اما احساس می‌کنم که همین دیروز بود. زمان چه زود می‌گذرد، رشد و تکامل آنلاین نیز از همین قانون

پیروی می‌کند و من نیز در سال ۲۰۱۷ به عنوان یک متخصص تحول دیجیتال رشد کرده‌ام و چیزهای زیادی آموخته‌ام. من می‌خواهم ۸ حقیقت شگفت‌انگیزی را که در مورد بازاریابی آموختم و اهمیت آنها همان طور که به سال ۲۰۱۸ نزدیک می‌شویم را با شما به اشتراک بگذارم.

۱. بهترین عنوان‌های بازاریابی شامل کلمات وعده می‌شوند
در طول سال، تحقیقات زیادی انجام داده‌ام و تجزیه و تحلیل کرده‌ام تا ببینم چه چیزی برای مخاطبان در نوشتن مطالب بهتر عمل می‌کند. BuzzSumo طی سال جاری یک مطالعه انجام داد و با دقت بیش از ۱۰۰ میلیون عنوان را بررسی کرد. آنها دریافتند که برخی کلمات/عبارات در فیس‌بوک بسیار بهتر از دیگر کلمات عمل می‌کردند. برترین عبارات شامل «ما ... خواهیم کرد» می‌شدند. این نشان می‌دهد که کلمات / عبارات وعده داده شده برای حرکت به جلو در سال ۲۰۱۸ ضروری است. اطمینان حاصل کنید که عنوان‌های محتوای شما به گونه‌ای است که تأثیر مستقیم بر خواننده بگذارد.

آنها همچنین براساس LinkedIn دریافتند که عبارت برتر در یک عنوان «چگونگی» است. این امر باعث تعجب من نشد زیرا که LinkedIn یک شبکه تجاری است، بنابراین درک چگونگی انجام کاری یک عامل مهم به حساب می‌آید.

۲. ویدئو اکنون بهتر از همیشه عمل می‌کند
آیا می‌دانستید که ویدئوها دارای بالاترین سطح تعامل محتوا در فیس‌بوک هستند؟

همه ما می‌دانیم چقدر سخت بوده که در سال جاری به مخاطبان

خود در فیس‌بوک دسترسی داشته باشیم، چراکه الگوریتم آنها به طرز چشمگیری تغییر کرده است. مطالعات نشان می‌دهد که به طور متوسط پست‌های ویدئویی به میزان ۱۲،۰۵ درصد در صفحات مخاطبان قرار می‌گیرد.

در حالی که به نظر زیاد نمی‌آید، هنوز هم بهتر از عکس‌ها (۱۱،۶۳ درصد)، لینک‌ها (۷،۸۱ درصد) و به روز رسانی استاتوس (۴،۵۶ درصد) است.

در یک وضعیت مشابه، انواع مختلف محتوای ویدئویی بسیاری وجود دارند و پخش زنده هنوز هم بخش مهمی از اجرای یک کمپین بازاریابی موفق است. من متوجه شدم که بیش از ۶۵ درصد از مخاطبانم ترجیح می‌دهند اطلاعات را از طریق ویدئوهای زنده دریافت کنند.

۳. هوش مصنوعی نقش بزرگی را در ارتباطات خواهد داشت
هوش مصنوعی در سال ۲۰۱۷ موضوع جالبی بوده و اکنون که شرکت‌ها در حال استفاده از تکنولوژی ماشین هستند تا با مشتریان بالقوه ارتباط برقرار کنند می‌دانم که سال ۲۰۱۸ برای هوش مصنوعی و ارتباطات سال جالبی خواهد بود.

اوایل سال ۲۰۱۷ یک وبلاگ در مورد هوش مصنوعی و تکنولوژی‌ای برای طراحی لوگوام نوشتیم. در حالی که لوگو به نوعی کلی بود، ایدئولوژی هوش مصنوعی زمانی که توسعه یابد، می‌تواند بسیار قدرتمند باشد.

براساس گزارش Economist Intelligence، ۷۵ درصد از مدیران شرکت‌های تجاری در این مطالعه اعلام کردند که هوش مصنوعی در سه سال آینده در شرکت‌هایشان اجرا خواهد شد و ۷۹ درصد آنها معتقدند که هوش مصنوعی کار آنها را ساده‌تر و کارآمدتر می‌کند.

اگر هنوز مطمئن نیستید، گزارش شده است که تا سال ۲۰۲۰، ۸۵ درصد از تعاملات مشتری بدون انسان خواهد بود.

۴. زمان‌بندی مهم است
هنگامی که چیزی را توییت می‌کنید، طول عمر آن حدود ۱۸ دقیقه است. این بدان معناست که بیش از ۹۰ درصد از تعاملی که شما در توییت خود دریافت می‌کنید در ۱۸ دقیقه اول آن است بنابراین درک

بهترین زمان برای ارسال بسیار مهم است. زمانبندی در حال حاضر از هر زمان دیگری مهمتر است، زیرا محتواهای بیشتر و بیشتری در اینترنت ظاهر می‌شوند. شما باید تحقیقات خود را انجام دهید و روز و زمان تعامل بیشتر کاربران در محتوای شبکه مجازی را پیدا کنید تا مطمئن شوید حداکثر تعامل را دریافت خواهید کرد.

۵. کمتر می‌تواند بیشتر را شکست دهد

در مورد طول زمان و محتوای تولید، گفت‌وگوی بسیار متنوعی صورت گرفته است.

در طول سال گذشته، ما شاهد افزایش در قطعه‌های طولانی‌تر از محتوا و کاهش در قطعه‌های محتوا شده‌ایم. من شخصاً از استراتژی برای نوشتن یک قطعه از محتوای هر دو هفته در وب سایت وارن نایت پیروی کرده‌ام که بیشتر مورد تفکر است و قطعه طولانی‌تر محتوا را نمایش می‌دهد. همان‌طور که محتوای طولانی به تدریج افزایش می‌یابد، محتوای کوتاه کاهش یافته است.

۶. اتوماسیون بازاریابی از همیشه مؤثرتر است

آیا می‌دانید ۹۲ درصد از کسب و کارهای کوچک هر ماه پول از دست می‌دهند زیرا آنها از اتوماسیون بازاریابی چشم‌پوشی می‌کنند؟

در حالی که مربوط و شخصی بودن هنوز هم بخش مهمی از هر نوع ارتباط را تشکیل می‌دهند، باید گفت که اتوماسیون یک راه عالی برای افزودن ارزش، افزایش تعامل و صرفه‌جویی در وقت است. برای من این نقش مهمی در کاهش چرخه فروش دارد.

به نظر من، اتوماسیون بازاریابی در سال آینده قدرتمندتر خواهد شد و این چیزی است که من در زمینه بازاریابی ایمیل و PPC انجام داده‌ام.

۷. یک تصویر به جای هزاران کلمه سخن می‌گوید

مطالعه انجام شده توسط رسانه‌های اوربیت نشان می‌دهد که نویسندگانی که از تصاویر استفاده می‌کنند، تعامل بیشتری دریافت می‌کنند. این امر همین‌طور در مورد توییت‌ها نیز صدق می‌کند. Stone Temple Consulting ۴ میلیون توییت را بازمینی کرد و

متوجه شد که توییت با تصاویر بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. به اشتراک‌گذاری محتوای متنی بسیار ساده‌تر است، اما اینترنت پر از این چیزها است. برای منحصر به فرد بودن و تشویق تعامل شما باید تلاش کنید و این امر را می‌توانید از طریق ایجاد تصاویری عالی انجام دهید.

آیا می‌دانید که می‌توانید یک عکس را در توییت پست کنید و فالوورهای خود را در این عکس تگ کنید تا از طریق مطلع شوند؟ این برای من بسیار قدرتمند است، به ویژه هنگامی که یک رسانه اجتماعی را اداره می‌کردم.

من متوجه شدم که توییت با یک تصویر که در آن ۱۰ کسب و کار / افراد را تگ کردم ۱۵۰ درصد بیشتر در مقایسه با توییت متنی مورد توجه قرار می‌گیرد.

۸. به گوش دادن ادامه دهید

نکته نهایی که می‌خواهم با شما به اشتراک بگذارم، در مورد گوش دادن اجتماعی است. ما می‌دانیم که به اشتراک گذاشتن نظر منفی آنلاین آسان‌تر از به اشتراک‌گذاری نظر مثبت است.

همه ما به یاد داریم که هواپیمایی متحده ایرلاینز در سال جاری پس از بیرون کردن یک مسافر برای پوشیدن ساپورت و یک حادثه دیگر که در آن یک مسافر به زور از یک هواپیما بیرون انداخته شد.

بله، این یک مثال بسیار افراطی است، اما همیشه گوش دادن به آنچه در مورد کسب و کار شما در اینترنت گفته می‌شود ضروری است.

(مفقودی مدارک پزشکی)

پروانه مسئول فنی در مانگاه عمومی کیمیای شهریار بنام رضوان سپهری به کد ملی ۳۳۰۹۸۹۹۷۶۴ - تاریخ اعتبار پروانه بهره برداری ۱۴۰۰/۱۲/۱ و به شماره ۱۴۸۷۲۶ - ۴- مفقود و از درجه اعتبار ساقط است

شهریار

مدیریت بحران کسب و کار با نکات کلیدی

به قلم: جکت لارکی کارشناس کسب و کار / ترجمه: علی آل علی

بحران کرونا در بسیاری از بازارهای مختلف جهان مسئله مدیریت بحران را به طور جدی مطرح ساخته است. بسیاری از برندها در راستای ادامه فعالیت در بازار کسب و کار با مشکلات بسیار جدی مواجه شده‌اند. کارآفرینان و رهبران تجاری که آمادگی بحران‌ها و اتفاقات غیرقابل پیش‌بینی را نداشته‌اند، در زمینه مدیریت بحران کرونا بهتر از دیگران عمل کرده‌اند. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارهای مختلف است. برخی از کسب و کارها در طول سال‌های اخیر به طور مداوم با بحران‌های مختلف دست و پنجه نرم کرده‌اند. بنابراین مواجهه با بحران عظیم کرونا به معنای پایان دوران فعالیت‌شان، دست‌کم برای مدت زمانی طولانی، است.

کسب و کارها برای بقا در بازارهای مختلف نیاز به استفاده از شیوه‌های کلیدی برای مدیریت بحران دارند. بدون تردید بحران کرونا نخستین بحران پیش روی کسب و کارها نیست. نکته مهم اینکه آخرین بحران برندها نیز نخواهد بود. بنابراین آشنایی با برخی از تکنیک‌های مدیریت بحران در عرصه کسب و کار دارای اهمیت بسیار زیادی است. در ادامه برخی از نکات کلیدی در زمینه مدیریت بحران کسب و کار را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

آمادگی برای مشکلات قابل پیش‌بینی کارآفرینان در بازارهای مختلف امکان پیش‌بینی برخی از مشکلات را دارند. بسیاری از کارآفرینان برای مواجهه با مشکلات مختلف اقدام به استفاده از تجربیات قبلی‌شان می‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست کاربرد بالایی داشته باشد، اما به تندی برای موفقیت در بازارهای مختلف و مقابله با بحران‌ها کافی نیست. کارآفرینان به طور معمول دارای پیش‌بینی مشخصی از وضعیت هر بازار در سال‌های مختلف هستند. این امر به آنها برای آمادگی نسبی به منظور مقابله با مشکلات قابل پیش‌بینی کمک شایانی خواهد کرد بنابراین کسب و کارها باید نسبت به پیش‌بینی برخی از مشکلات پیش روی‌شان دقت نمایند.

وقتی صحبت از پیش‌بینی می‌شود، بسیاری از کارآفرینان نگاه مثبتی به این فرآیند ندارند تاکیه بر روی ماهیت غیرقابل پیش‌بینی کسب و کار برای بسیاری از برندها بدل به یک نکته اساسی شده است. با این حساب تلاش برای پیش‌بینی وضعیت کسب و کار و بازار امر غیرمنتظره‌ای خواهد بود. برندهای بزرگ همیشه دارای برنامه‌ای برای پیش‌بینی بازار هستند. درست به همین خاطر اغلب اوقات در برابر مشکلات واکنش‌های مناسبی نشان می‌دهند. وقتی برندها نسبت به مشکلات‌شان بی‌تفاوت باشند، به مرور زمان توانایی تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین بازار را از دست می‌دهند. کارآفرینان حرفه‌ای همیشه سناریوهای مختلف برای بهبود وضعیت کسب و کارشان را مدنظر قرار می‌دهند.

تمرکز بر روی بازار، مشتریان و توانمندی‌های برند برای مقابله با مشکلات امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای مقابله با مشکلات و بحران‌های مختلف فقط به توانایی برداشتن اتکا دارند. این امر موجب قطع ارتباط با بازار و مشتریان می‌شود. مشتریان همیشه اطلاعات مهمی برای برندها دارند. مهمترین مسئله در این میان اقدام برای استفاده از اطلاعات مشتریان است. در غیر این صورت وضعیت کسب و کار به شدت پیچیده خواهد شد.

حفظ آرامش مواجهه با بحران در عرصه کسب و کار امری غیرعادی نیست. کسب و کارهای بزرگ در طول دهه‌های متعددی با بحران‌های بسیار زیادی مواجه شده‌اند. متأسفانه برخی از کارآفرینان پس از بروز یک بحران دست و پای‌شان را گم می‌کنند. این امر آغاز بروز مشکلات عمیق در کسب و کار محسوب می‌شود. حفظ اعتماد به نفس و آرامش مهمترین نکته برای بهبود وضعیت کسب و کار در شرایط بحرانی است. اگر کسب و کارها توانایی رعایت این نکته اساسی را نداشته باشند، سایر توصیه‌های مربوط به مدیریت بحران نیز برای‌شان کاربرد نخواهد بود.

بررسی یک چالش یا بحران از زوایای بسیار زیاد صورت می‌گیرد. این امر همیشه موجب درک کامل از بحران پیش روی و امکان برنامه‌ریزی درست خواهد شد. ایراد برخی از برندها تلاش برای ارزیابی اولیه و ساماندهی برخی از اقدامات بر اساس همان ارزیابی محدود است. این امر همیشه مشکلاتی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت بنابراین باید نسبت به رعایت نکات کلیدی در این زمینه دقت نظر به خرج دهیم.

وقتی یک مسئله یا بحران برای مدیران ارشد یک برند ناآشنا به نظر می‌رسد، باید از تجربه و مهارت دیگران استفاده نمایند. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از مدیران به طور مداوم نسبت به استفاده از کمک‌های جانبی اظهار تردید و بدبینی می‌کنند. وقتی یک مدیر از دیگران برای غلبه بر بحران درخواست کمک می‌کند، هیچ چیز از اعتبارش کم نخواهد شد. نکته مهم در این میان انتخاب میان درخواست کمک از دیگران یا شکست سنگین کسب و کار است. اگر در کمال آرامش نسبت به موضوع موردنظر ارزیابی صورت گیرد، نتیجه نهایی اغلب پذیرش کمک دیگران خواهد بود. ارزیابی انتقادی استراتژی‌های برند

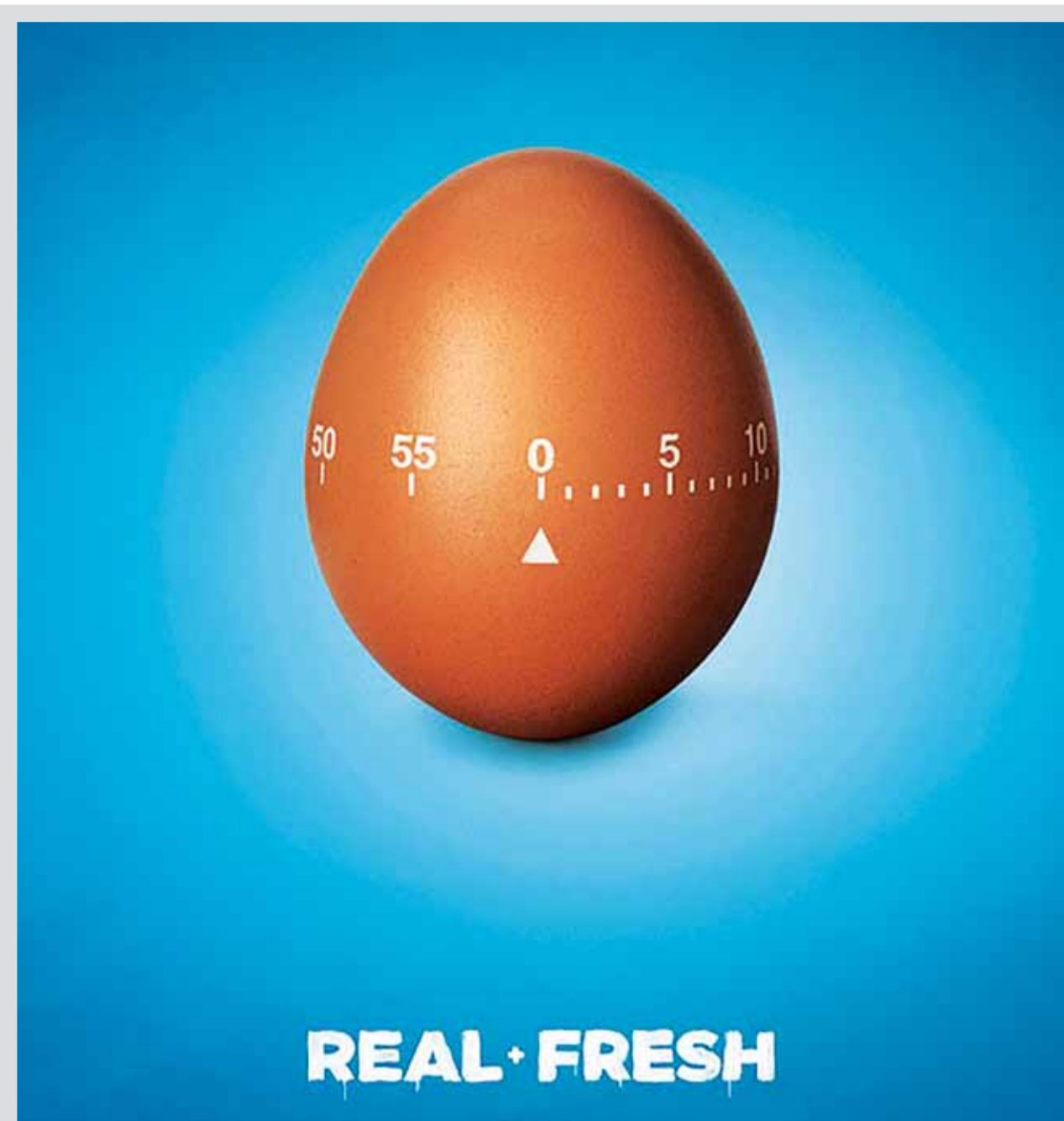
وقتی کارها بد پیش می‌روند، باید نسبت به ارزیابی دوباره در زمینه کسب و کار و استراتژی‌های آن اقدام کرد. بسیاری از برندها برای سال‌های متعددی نیز به حفظ شیوه نادرست کسب و کارشان اقدام می‌کنند. شاید این امر در نگاه نخست عجیب به نظر برسد، اما ناشی از ناتوانی برندها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس ایده‌های جذاب است. ارزیابی انتقادی از کسب و کار یکی از نکات کلیدی برای بهبود وضعیت برند محسوب می‌شود. بدون تردید بحران‌های کاری برای تمام کسب و کارها زمان دشواری را ایجاد می‌کند. با این حال برخی از کسب و کارها به دلیل شیوه مدیریت‌شان مشکلات بسیار کمتری را متحمل می‌شوند. این امر به طور قابل ملاحظه‌ای مربوط به توانایی مدیریت کسب و کارهاست.

ارزیابی استراتژی‌های کسب و کار برای ایجاد سازگاری هرچه بهتر با شرایط دشوار برای هر کسب و کاری اساسی است. بسیاری از برندها توانایی مدیریت شرایط دشوار را ندارند. دلیل این امر ناشی از ناتوانی برای ارزیابی انتقادی کسب و کارشان است. اگر مدیران ارشد برند توانایی ارزیابی وضعیت استراتژی‌های برند را ندارند، باید نسبت به استفاده از کمک دیگران در این راستا اقدام کرد. در غیر این صورت کسب و کارها نسبت به بحران‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای آسیب‌پذیر خواهند شد.

تداوم در مدیریت بحران وقتی شرایط اضطراری از راه می‌رسد، کسب و کارها در آسیب‌پذیرترین وضعیت‌شان قرار دارند. عبور از این شرایط حساس برای بسیاری از برندها یک پیروزی مهم محسوب می‌شود بنابراین پس از مدیریت مناسب بحران دیگر نسبت به ایمن‌سازی کسب و کارشان توجه نشان نمی‌دهند. افتتاح حسابی ویژه برای پس‌انداز بخشی از بودجه‌های در دسترس به منظور هزینه در شرایط دشوار برای بسیاری از برندها استراتژی‌های اساسی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توجه اغلب برندها به این نکته در زمان‌های دشوار و بحرانی است. پس از پایان بحران‌ها دیگر کمتر کارآفرینی به این نکته مهم توجه نشان می‌دهد.

ایراد اصلی در زمینه مدیریت بحران در حوزه کسب و کار ارزیابی سلسله‌انگاره و مقطعی برخی از کارآفرینان است. مدیریت بحران هرگز تمام نمی‌شود. کسب و کارها برای تأثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف و بازار نیاز به مدیریت مداوم بحران دارند. این امر شامل تقویت آمادگی کسب و کار برای مقابله با بحران‌های احتمالی حتی در شرایط عادی است. امروزه مدیریت بحران برای کسب و کارها مسئله مهمی محسوب می‌شود. وضعیت کرونایی بسیاری از برندها را نسبت به ضعف‌های ساختاری‌شان آگاه ساخت. تلاش برای تداوم در زمینه مدیریت بحران و توجه به چالش‌های پیش روی کسب و کار همیشه در این رابطه نقش موثری ایفا می‌کند. توصیه‌ها و نکات مورد بحث در این مقاله گام مهمی برای شروع فرآیند استاندارد مدیریت بحران از سوی برندها محسوب می‌شود.

منبع: prdaily.com



آگهی مناقصه عمومی



شرکت آب و فاضلاب استان لرستان

شرکت آب و فاضلاب استان لرستان در نظر دارد مناقصات عمومی ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. لذا با توجه به اینکه کلیه مراحل برگزاری مناقصه اعم از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکات از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir صورت خواهد پذیرفت. لازم است کلیه مناقصه گران واجد صلاحیت در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی اعضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۹۹/۱۲/۰۳ می باشد.

ردیف	عنوان پروژه	برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	محل تامین اعتبار	کد فراخوان در سامانه
۱	عملیات اجرایی نگهداری، تعمیرات و رفع اتفاقات شبکه های توزیع خطوط انتقال و انشعابات آب و تاسیسات مرتبط با خطوط مذکور در تمام ساعات شبانه روز در شهر ازنا و مومن‌آباد	۴۰,۱۳۱,۰۷۰,۹۱۳,۰۷	۲,۰۶۰,۵۸۵,۴۶۵	جاری	۲۰۹۹۰۰۱۳۴۰۰۰۰۱۴۳
۲	عملیات اجرایی نگهداری، تعمیرات و رفع اتفاقات شبکه های توزیع خطوط انتقال و انشعابات آب و تاسیسات مرتبط با خطوط مذکور در تمام ساعات شبانه روز در شهر دورود و چالانچولان	۷,۶۸۷,۳۶۰,۷۹۶	۳,۸۴۰,۳۶۸,۰۴۰	جاری	۲۰۹۹۰۰۱۳۴۰۰۰۰۱۴۴
۳	عملیات اجرایی احداث مخزن ۳۰۰ متر مکعبی جلگه خلج شهرستان پلدختر	۷,۷۶۸,۴۱۱,۸۴۹	۳,۸۸۰,۴۲۰,۵۹۲	عمرانی	۲۰۹۹۰۰۱۳۴۰۰۰۰۱۴۵

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: از ساعت ۸ صبح مورخ ۹۹/۱۲/۰۳ لغایت ساعت ۱۹ مورخ ۹۹/۱۲/۰۹.
 مهلت زمانی ارائه پیشنهاد قیمت: تا ساعت ۱۹ مورخ ۹۹/۱۲/۱۹.
 زمان بازگشایی پاکات: ساعت ۹ صبح مورخ ۹۹/۱۲/۲۰.
 زمان اعتبار پیشنهاد قیمت: ساعت ۹ صبح مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۱۹.
 اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکات (الف): آدرس: خرم آباد - میدان ۲۲ بهمن - بلوار ولیعصر (عج) - خیابان شهید شفیع پور (۶۰ متری شمالی) - کدپستی: ۶۸۱۷۸۵۵۳۷۱
 تلفن ۵-۳۲۲۲۵۸۰۴ - ۳۲۲۲۴۴۹۲ - ۳۲۲۲۲۷۴۵ - ۰۶۶
 اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: دفتر ثبت نام: ۰۲۱-۸۸۹۶۹۷۳۷ - ۰۲۱-۸۵۱۹۳۷۶۸



سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله‌ای شماره ۹۹/۶۹



شرکت توزیع نیروی برق اهواز در نظر دارد پروژه احداث خط فشار متوسط ۳۳ کیلوولت از شیرین شهر تا جاده خرمشهر در محدوده عملیاتی شرکت توزیع نیروی برق اهواز در حوزه عملیاتی خود را به پیمانکار واجد شرایط، از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید. - میزان سپرده شرکت در مناقصه به مبلغ ۲/۵۰۳/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد. که بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر و با وجه نقد به حساب بانک مرکزی به شماره ۴۰۰۱۱۲۵۷۰۷۱۴۵۷۲۲ به نام شرکت توزیع نیروی برق اهواز به مناقصه گزار تسلیم گردد. زمان و محل و نحوه دریافت اسناد: از تاریخ درج آخرین آگهی بیدت ۵ روز با در دست داشتن فیش واریزی به مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به حساب بانک تجارت شعبه شهید چمران به شماره ۱۰۲۸۰۴۰۰۲۰ به آدرسهای زیر مراجعه نمایند:

- پایگاه اینترنتی شرکت توزیع برق اهواز: WWW.AEPDCO.IR
- پایگاه اینترنتی توانیر: WWW.TAVANIR.ORG.IR
- پایگاه اینترنتی ملی اطلاعات سامانه مناقصات www.icts.mporg.ir
- سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir
- تلفن تماس: ۰۶۱۳ ۴۴۹۰۷۰۰ داخلی ۲۲۴۵
- آخرین مهلت بازگشایی اسناد: حداکثر تا ساعت ۱۲:۰۰ مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۴
- بازگشایی: رأس ساعت ۱۲:۳۰ مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۴ می باشد.
- کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت، تحویل اسناد تا مبادله قرارداد با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir امکان پذیر خواهد بود.
- ارسال فیزیکی کلیه پاکات (الف) و (ب) و (ج) تا تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۴ به دبیرخانه مرکزی شرکت (به آدرس اهواز - بلوار پاسداران جنب شهرک صنعتی تسلیم گردد) الزامی است.
- به پیشنهادهای فاقد سپرده و امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهایی که بعد از انقضای مدت مقرر واصل می شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- هزینه آگهی مناقصه به عهده برنده مناقصه است.
- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است.

امور تدارکات