روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۲ اردیبهشت
۱۳۹۹

Tue. 21 Apr 2020
۲۷ شعبان ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۲۷ - ۱۶ صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

شاخص کل بورس تهران در اولین روز اردیبهشت از مرز ۷۰۰ هزار واحد عبور کرد

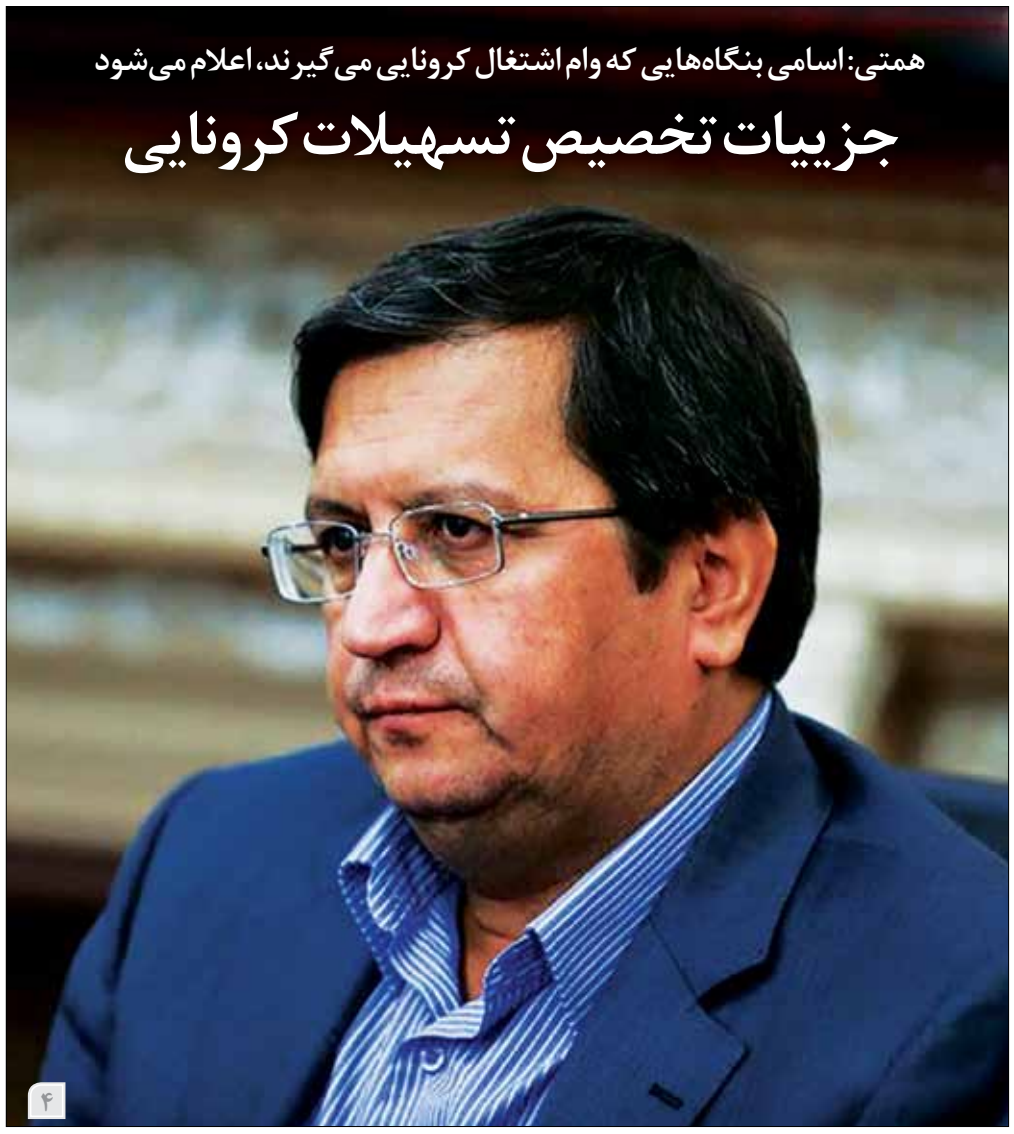
خیز بلند شاخص بورس

فرصت امروز: شاخص کل بورس در اولین روز اردیبهشت‌ماه خیز بلندی برداشت و از مرز ۷۰۰ هزار واحد عبور کرد. این جدیدترین رکورد شاخص بورس تهران است که برای اولین بار در تاریخ ۵۰ ساله بازار سهام اتفاق...

۵

همتی: اسامی بنگاه‌هایی که وام اشتغال کرونایی می‌گیرند، اعلام می‌شود

جزییات تخصیص تسهیلات کرونایی



۴

یادداشت

کروناونئولیبرالیسم

مارکو کارنلوس
دیپلمات سابق ایتالیایی

رنسانس تقریبا پنج قرن پیش در اروپا به شکوفایی رسید. در آن سال‌ها قاره اروپا در قرون وسطا قرار داشت و به تدریج درگیر مرگ ناشی از طاعون سیاه شد. امروزه بیماری همه‌گیر کرونا ویروس ممکن است یادآور اتفاقات سال‌های دور باشد. خیلی زود است که بگوییم چطور این مشابهت ایجاد می‌شود، اما مهم است که به روز بعد از پایان بحران کرونا فکر کرد.

این بیماری همه‌گیر درس‌های زیادی برای ما دارد. یکی از این موارد در مورد ماهیت رهبری است که می‌تواند الهام‌بخش و اطمینان بخش برای دیگر کشورها باشد. این رهبری محدود به برخورد موثر در موارد اضطراری نیست. همچنین با توجه به آموخته‌های درست از اشتباهات گذشته، پیش‌بینی نتایج آینده و برنامه‌ریزی‌های متناسب با آن، بسیار مهم است.

امروز ویروس دیگری جوامع ما را تهدید می‌کند و آن شکست شناختی و فروپاشی حافظه تاریخی ما است. اگر در سال ۲۰۰۳ میلادی و پس از بیماری همه‌گیر سارس، کشورهای پیشرو...

۲

بازارهای مالی سال ۹۹ را چگونه شروع کردند؟

کارنامه بازارها در فروردین

بازارها یک ماه ابتدای امسال را در جهت صعود حرکت کردند؛ از بازار طلا و سکه گرفته تا بازار سهام که بین بازارهای موازی بیشترین اقبال را داشته است. پرونده بورس تهران در اولین ماه از سال جدید با ثبت رکوردهای چندگانه بسته شد و طلا و سکه نیز همراه با افزایش قیمت دلار و اونس جهانی طلا، رو به بالا حرکت کردند؛ اگرچه در برخی روزها از حرکت ایستادند یا حرکتی منفی داشتند، اما پرونده این بازارها در نهایت در یک ماه ابتدایی سال با رقمی بالاتر از سال ۹۸ بسته شد. به گزارش خبرآنلاین، بررسی روند بازار طلا نشان می‌دهد در حالی که هر گرم طلای ۱۸عیار در آخرین روز اسفندماه ۹۸ در حدود ۶۰۲ هزار و ۶۰۰ تومان قیمت پیدا کرد، اما پس از یک ماه در بازار به قیمت ۶۰۶ هزار و ۵۰۰ تومان رسید؛ این یعنی افزایش حدود ۰.۶ درصدی...

۳

درخواست سازمان جهانی کار از صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی برای حمایت از کسب و کارها

۳,۳ میلیارد شغل زیر تیغ کرونا

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- مزایا و معایب آزادکاری
- مدیریت بحران کاری براساس تجربه ویروس کرونا
- راهنمای جامع راه‌اندازی سایت در ۵ مرحله
- معمای طراحی لوگوی مناسب برای برند
- دلایل ضروری‌بودن بازاریابی ویدئویی برای برندها
- فورد موستانگ پادشاه بازار خودرو

۸ تا ۱۶

توصیه کلیدی استیو جابز برای افزایش بهره‌وری و خلاقیت

شبکه «شاد» چقدر دانش‌آموزان را باسواد می‌کند؟

چالش‌های یک اپلیکیشن «شاد»

شبکه «شاد» فضایی اجتماعی طراحی شده برای آموزش آنلاین دانش‌آموزان در تمام پایه‌ها، رشته‌ها و مقاطع، چقدر توانسته است به اهداف آموزشی برسد؟

به گزارش خبرآنلاین، بزرگترین چالش سراسری وزارت آموزش و پرورش که تاکنون سابقه نداشته، در سال تحصیلی جاری، مشکلات زیادی برای نظام آموزشی کشور به وجود آورده، بحران کرونا، تمام برنامه‌های آموزشی را به هم ریخته و هنوز مشخص نیست آسیب این بحران به یادگیری بچه‌ها و وزارت آموزش و پرورش چقدر است. حتی در بحران‌های فراگیری مانند انقلاب و جنگ، وزارت آموزش و پرورش این چنین گسترده و طولانی‌مدت، فعالیت آموزشی خود را به حالت تعلیق بلکه تعطیل درنیاورده بود. در زمان انقلاب، چند هفته‌ای کلاس‌ها در شهرهای بزرگ تق و لق شد و در زمان جنگ، گستره بحران آموزشی محدود به مناطق و استان‌های جنگ‌زده بود نه در سراسر ایران، ولی بحران کرونا، هم گستردگی جغرافیایی بی‌سابقه‌ای دارد و هم امکان هرگونه تحرک برای فعالیت آموزشی را از معلم و دانش‌آموز گرفته است. در دو ماه اخیر که بچه‌ها خانه‌نشین شدند، عملا وزارت آموزش و پرورش برنامه راهگشا و اثربخشی برای کاهش آسیب‌های نظام آموزشی در دستور کار قرار نداد، بزرگترین اقدام این وزارتخانه، ایجاد شبکه «شاد» بود که ظاهرا با وجود توضیحات مفصل وزارت آموزش و پرورش درباره آن در میان طیف گسترده‌ای از دانش‌آموزان، کارایی ندارد. واقعیت این است که بسیاری از دانش‌آموزان درس‌خوان و زرنگ، به خصوص در پایه‌های بالاتر آموزشی، چندان منتظر کلاس و معلم نمی‌مانند. انواع کتاب‌های خودآموز و فیلم‌ها و سایت‌های تحصیلی باعث شده است بخشی از دانش‌آموزان از فرصت قرنطینه خانگی برای تحصیل بهتر خود استفاده کنند. فروغ، یکی از دانش‌آموزان متوسطه دوم است سال آینده باید در جلسه کنکور حاضر شود. او درباره قرنطینه کرونایی به خبرنگار ما می‌گوید: ما به مدرسه تیزهوشان می‌رویم، آنجا سطح کلاس‌ها و فعالیت‌های جانبی مانند کلاس تست‌زنی مطلوب است ولی برای همه دانش‌آموزان کلاس، یک برنامه تحصیلی دنبال می‌شود. به عنوان مثال من در درس ریاضیات قوی هستم ولی در ادبیات فارسی، ضعف دارم ولی در برنامه کلاسی، همانقدر باید در کلاس ریاضیات حاضر شوم که دیگران حاضر می‌شوند و همانقدر باید در کلاس ادبیات فارسی درس بخوانم که دیگران می‌خوانند. برای همین، برنامه کلاس معمول، کمکی به تقویت دانش ادبیات فارسی من نمی‌کند، در حالی که فرصت قرنطینه اجازه داده است روی نقاط ضعفم در درس ادبیات بیشتر کار کنم. او معتقد است با وجودی که سطح کلاس‌های مدرسه بالاست ولی مهارت‌هایی مانند بودجه‌بندی وقت برای پاسخگویی به سوالات کنکور و فرصت عمیق شدن در مباحث در کلاس‌ها وجود ندارد، در قرنطینه خانگی این فرصت به نحو بهتری در اختیار ما قرار دارد که می‌توانیم مهارت‌های تحصیلی خود را در کنار افزایش سطح سواد، بهتر کنیم. در کنار این نوع نگرش به فرصت مطالعه آزاد در منزل، بسیاری از اولیا معتقدند آموزش مجازی نه‌تنها بازده زیادی ندارد بلکه خانه‌نشینی طولانی باعث می‌شود بچه‌ها از درس و مشق باز بمانند. پریوش یکی از این اولیا است. او که فرزندش در سوم ابتدایی درس می‌خواند، در این باره می‌گوید: روز عادی مدرسه، بازیگوشی اجازه نمی‌دهد بچه‌ها درس بخوانند، چه انتظاری داریم در روزهای کرونایی که اعصاب همه در قرنطینه خانگی خورد شده است، بچه‌های ابتدایی پای موبایل بنشینند و درس‌های عقب افتاده را جبران کنند. این مادر می‌گوید: به نظر می‌رسد نه آموزش تلویزیونی و نه مجازی هیچ وقت نمی‌داند جای آموزش سنتی و حضور در کلاس درس فیزیکی را بگیرد. بازده آموزش‌های مجازی آنچنان بالا نیست که انتظار داشته باشیم امسال، تحصیلات بچه‌ها با مشکل مواجه نشود. آنطور که این دسته از اولیای دانش‌آموزان فکر می‌کنند، سال تحصیلی از دست رفته است و بهتر است بچه‌ها سال آینده، باز هم در پایه امسال درس بخوانند تا به خاطر چند ماه خانه‌نشینی، یادگیری بچه‌ها دچار اخلال نشود. این گروه از اولیا به فعال شدن اپلیکیشن شاد برای دانش‌آموزان ابتدایی چندان خوش‌بین نیستند.

واقعیت آن است که شبکه «شاد» هنوز هیچ تضمینی برای دو موضوع، ارائه نکرده است. یکی تشکیل کلاس‌ها در ساعات معمول یک مدرسه فیزیکی است و دوم کیفیت آموزش ارائه‌شده به دانش‌آموزان. از لحاظ ساعات حضور بچه‌ها و معلمان در شبکه شاد، باید گفت زمان‌بندی حضور معلمان در شبکه شاد نشان می‌دهد بیشتر معلمان تنها یک روز در هفته مکلف به تدریس هستند. به بیان دیگر، کلاس‌های آموزشی که معمولا ۵ روز در هفته تشکیل می‌شد، هم‌اکنون تنها یک روز در هفته برگزار می‌شود و آن هم به صورت مجازی و واقعیت این است هرچند آموزش و پرورش اعلام کرد که تدریس معلمان و تحصیل دانش‌آموزان در شبکه شاد از ۱۶ فروردین ماه آغاز خواهد شد، ولی هنوز در بسیاری از خانه‌هایی که بچه محصل دارند، این اتفاق نیفتاده است.

از سوی دیگر، موضوع تضمین کیفیت آموزش یعنی تضمین اینکه فرآیند یادگیری در آموزش مجازی از طریق سامانه شاد اتفاق می‌افتد، در این اپلیکیشن اجرایی نشده است. هیچ کس، از مدیر و ناظر مدرسه گرفته تا معلم دلسوز، کارشناسان ستادی آموزش و پرورش و حتی پدر و مادری که بالای سر بچه می‌ایستند تا او به صورت آنلاین درس بخواند نمی‌توانند مطمئن شوند فرآیند یادگیری در ذهن بچه‌ها در حال اتفاق افتادن است، چون چنین تجربه‌ای تاکنون انجام نشده است.

به جز «امتحانات متفرقه»، تمام نظام آموزشی کشور ما از دیرباز و دوران مکتب‌خانه‌ها تا پیش از «عصر کرونا» بر پایه آموزش حضوری بنا شده بود و آموزش مجازی از طریق هر اپلیکیشنی، اولین قدم‌های واقعی تجربه در عرصه عمل را برمی‌دارد و قاعدتا نتیجه این روش تدریس در نظامی که بر پایه آموزش حضوری طراحی شده است، نامشخص خواهد ماند تا زمانی که بتوان اثربخشی این آموزش‌ها را با سنجه‌های علمی، سنجید. شاید برنامه‌های جایگزینی که کارشناسان ستادی آموزش و پرورش به دنبال آن هستند، بتواند راهگشای این مشکل باشد، برنامه‌هایی از جمله آغاز زودهنگام سال تحصیلی جدید که هنوز درباره آن تصمیم قطعی گرفته نشده است. البته وزارت آموزش و پرورش درباره زمان بازشدن مدارس از خود رفع مسئولیت کرده و اعلام کرده است این تصمیم برعهده کمیته کشوری مقابله با کرونا است. انگار همانطور که زمانی همه راه‌ها به «رُم» ختم می‌شد، الان همه تصمیمات به ستاد کرونا ختم می‌شود. یکی از مشکلات بزرگ شبکه شاد، آن است که عدالت اجتماعی در آن مدنظر طراحان نبوده و این مشکل باعث ایجاد نابرابری در فرصت آموزش یا زیرسوال قرار گرفتن عدالت آموزشی شده است. از ابتدای اعلام آموزش مجازی در این شبکه و دردسرهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی ایرانی و خارجی و نبود رویه واحد اعتراضات دانش‌آموزان و معلمان بالا گرفت تا جایی که آموزش و پرورش بیانیه داد و اجبار به استفاده از یک شبکه اجتماعی را تکذیب کرد و گفت هیچ یکی از معلمان و دانش‌آموزان مجبور به استفاده از شبکه‌های اجتماعی داخلی مانند بله و سروش نشده‌اند، ولی پس از مدتی، این وزارتخانه اعلام کرد باید همه آموزش مجازی به شبکه شاد منتقل شود. شبکه‌ای که برخی کاربران اجباری آن می‌گویند مشکلات فنی و همچنین مشکل در برقراری عدالت آموزشی و اجتماعی دارد. آنها معتقدند که شبکه «شاد» با دسترسی‌های زیادی که برای خود در گوشی تلفن هوشمند ایجاد می‌کند، حریم خصوصی را نقض کرده است. همچنین این شبکه باید روی تلفن‌های هوشمند با اندروید به روز نصب شود و این موضوع یعنی تحمیل هزینه زیادی به خانواده‌ها. از سوی دیگر، ایرادات فنی بسیاری از جمله اعلام خطا هنگام ثبت نام دارد و نیاز به پهنای باند وسیع برای جابجایی داده‌ها دارد و عملا با زیرساخت اینترنتی کشور به خصوص در استان‌های دوردست و کمتربرخوردار ناهمگون است. همچنین نیاز به آموزش مفصل برای کاربری آن دارد و به اصطلاح «کاربردوست» نیست. در پاسخ به این ایرادات در قالب انتشار مشروح ۴۰ سوال و جواب معلمان و کارشناسان شبکه شاد نشان داد معلمان زیادی حتی نتوانسته‌اند این اپلیکیشن را نصب کرده و از آن کارایی بگیرند. از سوی دیگر انتشار راهنمای استفاده دانش‌آموزان از شبکه شاد نشان داد دست کم باید گوشی هوشمند با قابلیت نصب این نرم‌افزار در اختیار دانش‌آموزان باشد.

این نکته یعنی دست کم باید یک گوشی تلفن همراه که کف قیمت آن در شرایط فعلی بالای یک میلیون تومان است در اختیار دانش‌آموزان باشد. امکانی که بسیاری از خانواده‌ها در شرایط کسادی بازار و رکود کرونایی و روزهای پس از نوروز، امکان آن را ندارند.

گزارش‌هایی درباره دردسرهای استفاده از شبکه شاد برای دانش‌آموزان و معلمان منتشر شده که نشان می‌دهد عدالت آموزشی یکی از نکاتی است که طراحان «شاد» توجه چندانی به آن نکرده‌اند. گزارش‌هایی از عدم دسترسی بین ۳۵ تا ۴۵ درصد دانش‌آموزان یک استان محروم نشان می‌دهد بخش کارشناسی آموزش و پرورش نتوانسته در طراحی خود، تفاوت‌های ساختاری و طبقاتی در گستره کشوری مانند ایران را لحاظ کند. شاید این مشکل را بتوان با توزیع گسترده تلفن همراه بین دانش‌آموزان یا اختصاص تسهیلات بدون سود، رفع کرد ولی ایجاد ساختاری اینچنینی برای آموزش و پرورش، احتمال فساد را بالا می‌برد و البته در شرایط کرونایی، شاید اصولا امکان‌پذیر نباشد.

در نهایت، آموزش و پرورش اعلام کرده تصمیم گرفته است دانش‌آموزانی که توان خرید و داشتن گوشی تلفن هوشمند را ندارند، شناسایی و تجهیز کند. این اقدام پس از آن صورت گرفت که تعداد قابل توجهی از دانش‌آموزان و اولیای آنها اعلام کردند به دلیل مسائل ناشی از کرونا مانند کسادی بازار و بسته بودن کسب و کار، امکان خرید تجهیزات موردنیاز آموزش آنلاین از جمله گوشی هوشمند با سیستم عامل پیشرفته را ندارند. حالا اگر مشکلات تضمین کیفیت آموزش و یادگیری یا افزایش ساعات آموزشی در شاد حل و ایرادات فنی آن رفع شود، معضل عدم دسترسی به تلفن همراه هوشمند برای طیف وسیعی از دانش‌آموزان چه می‌شود؟

آیا موج دوم ویروس کرونا در راه است؟

دانستنی‌های علمی درباره کرونا

پیش از اینکه موج اول شیوع ویروس کرونا در جهان به پایان برسد، محققان نگران دومین موج این بیماری هستند.

به گزارش یواس‌آتودی، محققان معتقدند موج دوم شیوع بیماری کووید-۱۹ می‌تواند بدتر از موج اول آن باشد و جان هزاران نفر از مردم جهان را بگیرد. از طرف دیگر این موج می‌تواند به آرامی پیش برود و بسیاری از مردم بدون داشتن علائم بیماری آلوده شوند. هنوز هیچ فرضیه دقیقی برای درک این موضوع وجود ندارد، چراکه بسیاری از اطلاعات حیاتی مرتبط با این بیماری هنوز نامشخص باقی مانده است.

از جمله سوالاتی که در این باره مطرح می‌شوند، آن است که آیا کسانی که به کووید -۱۹ مبتلا شده‌اند از ابتلای مجدد مصون خواهند بود؟ ایمنی بدن چه مدت باقی می‌ماند؟ آیا کرونا ویروس مانند آنفلوآنزا و سرماخوردگی‌های معمولی در ماه‌های سرد سال به اوج خود می‌رسد؟ در پاسخ به این سوال، پیتر مارکز مدیر مرکز ارزیابی و تحقیقات بیولوژیک سازمان غذا و دارو آمریکا گفت: «تا زمانی که واکسن کرونا ویروس ساخته نشود، متاسفانه بعید نیست که شاهد موج دوم و حتی سوم شیوع این ویروس باشیم.»

این در حالی است که افرادی که در زندگی خود یک بار مبتلا به «اُوریُون» می‌شوند، از ابتلای مجدد آن در امان هستند. سرماخوردگی‌های معمولی که به سبب کروناویروس‌های مختلف ایجاد می‌شوند، ایمنی بدن را تا یک سال کاهش می‌دهند. کووید-۱۹ نیز از جمله بیماری‌های جدیدی است که هیچ‌گونه اطلاعات کاملی از ایمنی بدن بازماندگان این بیماری در دست نیست، ولی با توجه به شباهت‌های آن با ویروس‌های سارس و مرس، انتظار می‌رود که بدن را تا حدی ایمن سازد، زیرا برخی از مردم بدون داشتن علائم ابتلا، کرونا گرفته‌اند. پس این امر نشان از داشتن وجود ایمنی نسبی در برابر این بیماری دارد.

محققان همچنین می‌گویند دانستن این موضوع که چند درصد از جمعیت از ابتلا مصون هستند، غیرممکن است. مارک لیپستیچ استاد اپیدمیولوژی دانشگاه هاروارد می‌گوید: به مرور زمان بدن ما به طور طبیعی نسبت به کروناویروس جدید ایمنی پیدا می‌کند، حتی شاید قبل از توسعه واکسن قطعی برای این بیماری.

با این‌همه، آیا کروناویروس در تابستان از بین می‌رود؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد این ویروس در هوای سرد و خشک بیشتر دوام می‌آورد. به همین دلیل شیوع آن در فصل زمستان بیشتر است. مایکل مینا استاد اپیدمیولوژی مرکز بیماری‌های واگیردار در این باره می‌گوید: «هنوز ما دقیق نمی‌دانیم که مردم چه زمانی می‌توانند دوباره به انجام فعالیت‌های روزمره خود در خارج از منزل بازگردند و آیا هوای گرم دقیقا به شیوع کمتر این بیماری کمک خواهد کرد یا خیر؟»

ارزیابی مدل‌ها نشان می‌دهد اوج شیوع کروناویروس جدید بین ماه‌های اکتبر و نوامبر است. اگر این ویروس مانند آنفلوآنزا رفتار کند، برای زمستان به نیمکره جنوبی می‌رود و پس از آن به نیمکره شمالی بازمی‌گردد. محققان آمریکایی گفته‌اند موج اول این ویروس که هم‌اکنون دنیا آن را تجربه می‌کند، به این دلیل بسیار سخت بود که هیچ‌کس ایمنی لازم برای مواجهه با این بیماری را نداشت، ولی سرانجام می‌تواند مانند آنفلوآنزا در یک الگوی سالیانه تکراری قرار بگیرد. البته اگر موج بعدی آن شیوع پیدا کند، بیمارستان‌ها باید برای این فصل مجهز شوند. محققان همچنین توصیه کرده‌اند که ما باید نحوه رفتار درست با این بیماری را بدانیم، چراکه رفتار ما نقشی مهم در شیوع کروناویروس ایفا می‌کند. مردم باید همچنان طرح فاصله‌گذاری اجتماعی را رعایت کنند، دست‌های خود را مرتب بشویند و در اجتماع همواره ماسک بزنند. علاوه بر آن، با نظارت‌های بیشتر و انجام آزمایش‌های گسترده‌تر، شانس بهبود وضعیت در موج دوم افزایش خواهد یافت و به این ترتیب موج دوم کوچک‌تر از موج اول خواهد بود.

سازمان آگهی‌ها ۸۶۰۷۳۳۱۲

یادداشت

کرونا و نئولیبرالیسم

مارکو کارنلوس
دیپلمات سابق ایتالیایی

رنسانس تقریبا پنج قرن پیش در اروپا به شکوفایی رسید. در آن سال‌ها قاره اروپا در قرون وسطا قرار داشت و به تدریج درگیر مرگ ناشی از طاعون سیاه شد. امروزه بیماری همه‌گیر کرونا ویروس ممکن است یادآور اتفاقات سال‌های دور باشد. خیلی زود است که بگوییم چطور این مشابهت ایجاد می‌شود، اما مهم است که به روز بعد از پایان بحران کرونا فکر کرد.

این بیماری همه‌گیر درس‌های زیادی برای ما دارد. یکی از این موارد در مورد ماهیت رهبری است که می‌تواند الهام‌بخش و اطمینان بخش برای دیگر کشورها باشد. این رهبری محدود به برخورد موثر در موارد اضطراری نیست. همچنین با توجه به آموخته‌های درست از اشتباهات گذشته، پیش‌بینی نتایج آینده و برنامه‌ریزی‌های متناسب با آن، بسیار مهم است.

امروز ویروس دیگری جوامع ما را تهدید می‌کند و آن شکست شناختی و فروپاشی حافظه تاریخی ما است. اگر در سال ۲۰۰۳ میلادی و پس از بیماری همه‌گیر سارس، کشورهای پیشرو در تحقیقات دارویی، زمان و منابع خود را برای تهیه واکسن اختصاص داده بودند، امروز شاید اوضاع ما در مقابل کرونا ویروس بهتر می بود. با این حال، در آن زمان، تعداد کمی از موارد ابتلا و احتمالاً درآمد محدود پیش‌بینی شده، کشورها را برای انجام چنین تلاشی تحریک نمی‌کرد. امروز اما می‌فهمیم که این شکست چقدر مهلک بوده است.

رهبران جهان به اندازه کافی نسبت به گذشته یا آینده تأمل ندارند. اکنون اولویت فقط احیای اقتصاد نیست، بلکه مهم‌تر از همه، تغییر نحوه مدیریت اقتصاد و جامعه است. باید از وقایع دراماتیک و غیرمنتظره جلوگیری کرد و آنها را کنترل نمود. تنها در این صورت است که آنها توانایی غلبه بر ما را نخواهند داشت.

دوره پس از کروناویروس به نحوه برخورد با برخی از چالش‌های اصلی بستگی و براساس آن شکل خواهد گرفت. برخی دولت‌های ملی نسبت به جهانی‌سازی بی‌حد و حصر اعتراض دارند که ضمن محترم شمردن حقوق آنها باید از افتادن کشورها در ورطه ملی‌گرایی بی‌خردانه جلوگیری کرد. بین ملی‌گرایی و افتادن در دام اقتدارگرایی مرز باریکی است چنانکه در ماجرای مجارستان ویکتور اوربان هم شاهد آن بودیم.

همچنین در جهانی‌سازی معتدل، همکاری بین دولت‌ها و نهادهای بین‌المللی باید حفظ شود، زیرا آنها ابزارهای اساسی‌ای برای غلبه بر شرایط اضطراری هستند. با توجه به اینکه جهانی‌شدن باعث سود سرشار غول‌های وب از جمله فیس‌بوک، اپل، آمازون، نت‌فلیکس و گوگل شده، اکنون زمان آن رسیده است که آنها به شرکت‌هایی عادی تبدیل شوند. برای صرفه‌جویی در اقتصاد جهانی، باید منابع اضافی به کار گرفته شود، مالیات بر دارایی‌های مختلف اعمال شود و پناهگاه‌های مالیاتی از بین برود. این شرایط باید دقیقا با همان عزم تعیین شده‌ای که علیه تروریسم وجود داشت اعمال شود.

با پایین آمدن قیمت سوخت‌های فسیلی، هیچ وقت لحظه‌ای بهتر از الان برای منحرف کردن سرمایه‌گذاری به سمت منابع انرژی تجدیدپذیر نخواهد بود. برای برخی از بازیگران این امر بسیار مهم خواهد بود که مجدداً فرصت‌ها را از دست ندهند. در پی بحران مالی سال ۲۰۰۸ میلادی، اتحادیه اروپا نتوانست به ارزش‌های همبستگی و همکاری گسترده خود برسد. تکرار این مسئله در طول بحران بسیار جدی‌تر کرونا ویروس می‌تواند به معنای پایان این اتحادیه باشد.

سرانجام مفاهیم فعلی پیرامون تهدید و امنیت باید بررسی شوند. اکنون هشدارها و تهدیدها علیه روسیه، چین و ایران، حتی اگر ویروس از چین نشأت گرفته باشد، قانع‌کننده به نظر نمی‌رسد. صدها میلیارد دلاری که آمریکا سالانه برای اسلحه خرج می‌کند، در کنار صدها پایگاه نظامی آمریکا در سراسر جهان، در جلوگیری از بزرگ‌ترین تهدید کشور از زمان جنگ جهانی دوم بی‌فایده بوده است. بیماری همه‌گیر کرونا ویروس می‌تواند نظم جهانی را تغییر دهد. همه‌گیری و مدیریت آن فرصتی دیگر به چین داده است تا بتواند خود را به عنوان مروج یک نظم جهانی جدید مطرح سازد. اندیشمندان معتبر اکنون از خود می‌پرسند که آیا چین برنده این بازی شده است یا خیر، اما شانس واقعی برای داشتن دنیای بهتر به آمریکا بستگی دارد. انتخاب‌های انجام شده در واشنگتن مشخص خواهد کرد که آیا نظم جهانی که سال‌ها ثابت شده ناعادلانه و ناپایدار است، ادامه پیدا می‌کند یا اینکه تغییر خواهد کرد. عبور از فداکاری‌ها و دردهای کنونی و پس از آن از سرگیری دوباره فعالیت‌های نولیبرال طبق معمول، احمقانه خواهد بود. فشارها و وسوسه‌های چنین نتیجه‌ای بسیار زیاد خواهد بود، اما رهبران اصلی سیاسی این وظیفه را دارند که مقاومت و برای یکبار انتخاب کنند. هیچ وقت فرصتی بهتر از این بحران غم‌انگیز وجود نداشته است تا بتوانیم در مدل اقتصادی و اجتماعی کنونی تجدیدنظر کنیم. باید به نظمی برسیم که کمتر ناعادلانه باشد. به عبارت ساده‌تر، باید یاد بگیریم که نسبت به مردم و محیط پیرامون احترام بیشتری قائل باشیم. بشریت سزاوار رنسانس جدید است.

منبع: میدل ایست آی

در دانشگاه امیرکبیر بررسی می‌شود

اثرات اپیدمی کرونا بر فضای کسب و کار

با برگزاری وبینار آموزشی در دانشگاه صنعتی امیرکبیر اثرات اپیدمی کرونا بر فضای کسب و کار مورد تحلیل قرار می‌گیرد. وبینار آموزشی «تاثیر اپیدمی کرونا بر فضای کسب و کار» با تمرکز بر فضای کسب‌وکار شرکت‌های کوچک و درحال رشد با محوریت یک مدل معمولی از اپیدمی، تسطیح منحنی و وضعیت اپیدمی در حال حاضر و آینده از سوی مدیریت فناوری و توسعه نوآوری دانشگاه صنعتی امیرکبیر برگزار می‌شود.

تبعات کوتاه‌مدت و بلندمدت اقتصادی کووید-۱۹ در ایران و جهان، تغییر رفتار مصرف‌کنندگان و بازار با حضور این اپیدمی و بعد از آن، تاثیرپذیری شرکت‌های کوچک از پیامدهای اپیدمی، سناریوهای احتمالی حوزه کسب‌وکار با وجود این اپیدمی و اقدامات راهبردی قابل برنامه‌ریزی کسب‌وکارها از دیگر موضوعات مورد بحث در این وبینار است که روز هفتم اردیبهشت ماه برگزار خواهد شد.

باتوجه به اینکه ویروس کرونا اقتصاد جهانی و به‌ویژه بازارهای مالی و کسب‌وکارها را تحت‌الشعاع خود قرار داده است بنابراین هدف اولیه این وبینار بررسی تاثیرات این اپیدمی بر فضای کسب‌وکار ایران و جهان براساس گزارش‌های مختلف است. مخاطبین این وبینار، کسب و کارهای استارت‌آپی و شرکت‌های در حال رشد هستند.

درخواست سازمان جهانی کار از صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی برای حمایت از کسب و کارها

۳,۳ میلیارد شغل زیر تیغ کرونا

فرصت امروز: سازمان جهانی کار در بیانیه‌ای از صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی خواست تا حمایت‌های بیشتری از شاغلان و کسب و کارها انجام دهند. به گفته گای رایدر، دبیرکل سازمان جهانی کار، این حمایت‌ها به ویژه برای کسب و کارهای آسیب‌پذیر و اقتصادهای در حال توسعه ضروری خواهد بود. طبق بیانیه سازمان جهانی کار، بحران کرونا در سال ۲۰۲۰ باعث خواهد شد تا زندگی شاغلین بیش از پیش دشوار شود، چراکه مجبورشدن کسب و کارها به تعطیلی موقت باعث شده است تا بسیاری از شاغلین با کاهش نیرو و برخی با از دست دادن شغل خود مواجه شوند. سازمان جهانی کار تخمین زده ۸۱درصد شاغلان در سراسر جهان تاکنون تحت تاثیر پیامدهای شیوع کرونا قرار گرفته‌اند. این نسبت برای کشورهای با متوسط درآمد رو به بالا حتی تا ۸۷درصد نیز می‌رسد چراکه معمولا این کشورها دارای اقتصاد مبتنی بر بخش خدمات هستند.

به گفته سازمان جهانی کار، انتظار می‌رود در سه ماهه دوم امسال ساعت کاری در سراسر جهان در مقایسه با سه ماهه نخست امسال ۶.۷درصد کاهش یابد که این مسئله در صورت افزایش ندادن بهره‌وری می‌تواند باعث کاهش بیش از پیش رشد اقتصادی جهان شود، با این حال دولت‌ها باید کماکان توجه خود را معطوف به حفظ سلامت کارکنان در بخش‌های مختلف کنند. سازمان جهانی کار از کشورهای توسعه‌یافته و ثروتمند خواسته است تا سرمایه‌گذاری بیشتری بر روی بخش بهداشت و درمان انجام دهند و همزمان با اقدامات حمایتی، به بازگشت ثبات به بازارهای مالی کمک کنند. چنین حمایت‌هایی می‌تواند به بازگشت سریع وضعیت اقتصاد به حالت قبل از بحران کرونا نیز کمک کند.

ویروس کرونا چندین شغل را مبتلا می‌کند؟

در همین حال، براساس برآورد سازمان جهانی کار، بحران کرونا از طریق اختلال گسترده اقتصادی، ۳,۳ میلیارد نیروی کار جهانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. کاهش‌های شدید و پیش‌بینی نشده در فعالیت اقتصادی، کاهش شدید در میزان اشتغال هم از لحاظ تعداد شغل و هم کل ساعات کار را در پی دارد. سازمان جهانی کار معتقد است که واکنش‌های سیاستی باید چهار رکن را در نظر داشته باشند: تحریک اقتصاد و اشتغال، پشتیبانی از بنگاه‌ها، مشاغل و درآمد، حمایت از کارکنان در محیط کار و اتکا به گفت‌وگوی اجتماعی برای حل مسائل.

در گزارشی که سازمان جهانی کار چندی پیش منتشر کرد، از ۳,۳ میلیارد شغل تحت‌الشعاع بحران کرونا نام برد و تاکید کرد که اثرات کرونا در بازار کار، عمیق، فراگیر و بی‌سابقه بوده است. تعدیل اشتغال نوعاً با کمی تأخیر، رکود اقتصادی را در پی دارد. در بحران فعلی، اشتغال در نتیجه قرنطینه‌ها و تعطیلی‌ها و سایر اقدامات، مستقیماً تحت تأثیر قرار گرفته و میزان این تأثیر نیز بیشتر از آن است که در شروع همه‌گیری پیش‌بینی شده بود. به همین دلیل، دیده‌بان سازمان جهانی کار در ویرایشی تازه، برآوردهای جدیدی از اثرات کرونا بر اشتغال ارائه کرده که هدف از آن، بررسی تاثیر بحران در زمان فعلی است (به خصوص از لحاظ اثراتِ اقدامات بازدارنده و کنترلی). با این وجود، نااطمینانی درباره سیر تکامل بحران متضمن آن است که این برآوردها بهترین شاخص‌های ممکن از اثر فعلی بر بازار کار براساس داده‌های در دسترس هستند.

براساس آنچه اتاق بازرگانی ایران از این گزارش ترجمه کرده است، برآوردهای جهانی از مدل مورد بررسی سازمان جهانی کار نشان می‌دهد که این بحران باعث یک کاهش بی‌سابقه در فعالیت اقتصادی و زمان کاری می‌شود. تا ۱ آوریل ۲۰۲۰، برآوردها حاکی از آن است که ساعات کاری در فصل جاری (فصل دوم) تا ۶,۷درصد کاهش پیدا خواهد کرد که معادل ۱۹۵ میلیون کارگر تمام‌وقت است. این نتیجه دلالت بر آن دارد که بسیاری از این کارکنان با کاهش درآمد و فقر شدیدتر مواجه خواهند بود، حتی اگر فعالیت‌های جایگزین هم پیدا شود (به عنوان مثال، بازگشت به کشاورزی در مناطق روستایی). بیشترین کاهش در کشورهای با درآمد متوسط به بالا انتظار می‌رود، اما این اثر در کل گروه‌های درآمدی مشابه است.

سازمان جهانی کار در این گزارش معتقد است که افزایش نهایی در بیکاری جهانی در سال ۲۰۲۰ اساساً به این بستگی خواهد داشت که اقتصاد در نیمه دوم سال چقدر سریع می‌تواند خود را بازیابی کند و اینکه میزان اثربخشی اقدامات در تقویت تقاضای نیروی کار چقدر خواهد بود. با این شرایط، این ریسک بالا وجود دارد که افزایش در بیکاری جهانی در انتهای سال ۲۰۲۰ به طور چشمگیری بالاتر از پیش‌بینی‌های اولیه (۲۵ میلیون) در برآورد پیشین دیده‌بان سازمان جهانی کار باشد.

توصیه‌های سیاستی سازمان جهانی کار به دولت‌ها

این گزارش همچنین مهم‌ترین بخش‌هایی را که در معرض ریسک ابتلا به ویروس کرونا قرار دارند مورد توجه قرار داده و افزون بر آن، واکنش‌های مهمی که از سوی سیاست‌گذاران باید اجرا شود، بررسی کرده است. بر این اساس، واکنش‌های سیاستی باید بر دو هدف فوری متمرکز باشند: اقدامات حمایت بهداشتی و پشتیبانی اقتصادی از هر دو طرف عرضه و تقاضا.

سازمان جهانی کار توصیه می‌کند پشتیبانی فوری از بخش‌ها و گروه‌های جمعیتی که بیشترین تأثیرپذیری را دارند، به خصوص بنگاه‌ها و کارکنانی که در اقتصاد غیررسمی فعالیت می‌کنند. اقدامات خاص و هدفمند در کشورهای با سطح بالای فعالیت‌های اقتصادی غیررسمی باید انجام پذیرد که از آن جمله پرداخت‌های نقدی به منظور پشتیبانی از افراد متأثر از قرنطینه و تغییر کاربری تولید جهت فراهم نمودن اشتغال جایگزین (مثلاً تغییر به سمت تولید تجهیزات محافظت شخصی) است. این نیازها باید با تلاش‌ها به منظور تضمین عرضه کافی مواد غذایی و سایر اقلام ضروری تکمیل شود. اقدامات محلی و مبتنی بر جامعه می‌توانند سریعاً عمل کرده و نیازهای خاص را فراهم کنند و باید شامل سازمان‌هایی باشند که افراد شاغل در اقتصاد غیررسمی را نمایندگی می‌کنند. در کنار پشتیبانی از افراد شاغل در اقتصاد غیررسمی، تلاش‌هایی نیز باید برای حمایت از کارگران و بنگاه‌های رسمی صورت پذیرد تا تضمین کند که بحران باعث افتادن آنها به ورطه مشاغل غیررسمی نمی‌شود و عواید آنها را که در سال‌های گذشته به دست آورده‌اند، از بین نمی‌برد.

سافت بانک نسبت به سقوط تاریخی ارزش استارت‌آپ‌های تکنولوژی هشدار داد

مرگ استارت‌آپ‌ها

سافت بانک روز دوشنبه هشدار داد که انتظار دارد نخستین ضرر عملیاتی خود را در ۱۵ سال گذشته به دلیل فروپاشی ارزش شرکت‌های فناوری تجربه کند.

به گزارش سی‌ان‌ان، این شرکت ژاپنی اعلام کرده است که انتظار می‌رود ضرر عملیاتی ۱۲,۵ میلیارد دلاری (۱,۳۵ تریلیون ین) در سال مالی خود تا ۳۱ مارس ۲۰۲۰ را اعلام کند و این وضعیت به هیچ وجه با سود بیش از ۲ تریلیون ینی سال گذشته قابل‌مقایسه است.

سافت بانک، مقصر این خسارت تاریخی را که بدترین اتفاق در ۲۰ سال گذشته بوده است، افت ارزش سرمایه‌گذاری انجام‌شده توسط صندوق mega tech می‌داند. این شرکت در بیانیه‌ای اعلام کرد: «صندوق سرمایه‌گذاری ویژن انتظار دارد زیان بالغ‌بر ۱,۸ تریلیون ین (۱۶,۷ میلیارد دلار) باشد که به دنبال بدتر شدن شرایط بازار رخ داده است.» البته ضررهای بزرگ دیگری هم در سایر سرمایه‌گذاری سافت بانک وجود دارد که خارج از ۱۰۰ میلیارد دلار صندوق ویژن بوده است. این بخش به‌ویژه در استارت‌آپ‌های ماهواره اینترنتی OneWeb و مشکل در شرکت WeWork بوده است. سافت بانک فاش نکرد که سرمایه‌گذاری در صندوق ویژن به چه صورت بوده است، اما هشدار آن مشخص کرده که وضعیت از چه قرار است.

وقتی کرونا بازارها را شوکه می‌کند

بازارها در این روزها با عدم اطمینان ناشی از همه‌گیری ویروس کرونا روبه‌رو شده‌اند. همچنین محدودیت‌های موجود در کار و سفر و فاصله‌های اجتماعی با هدف مقابله با شیوع کرونا فشار زیادی به سبد صندوق شرکت‌های فناوری وارد کرده است که شامل سهام قابل‌توجهی در شرکت‌های اوبر، دیدی، اوبو و گرب بوده است. از سوی دیگر، گفته می‌شود که وضعیت صندوق ویژن بسیار بدتر از حد انتظار بوده است.

ماسویاشی سان، مدیرعامل و بنیان‌گذار سافت بانک که خود را به‌عنوان یک سرمایه‌گذار جسور معرفی می‌کند بعد از سقوط‌های اخیر مجبور به دفاع از شرکت شد. ماه گذشته او در خبری غافلگیرکننده اعلام کرد که مجبور به فروش سهام دارایی به ارزش ۴۱ میلیارد دلار برای خرید مجدد سهام سافت بانک و کاهش بار بدهی شرکت کرده است.

سافت بانک طی یکی دو سال اخیر سرمایه‌گذاری‌های بزرگی در شرکت‌های فناوری ازجمله استارت‌آپ‌های رانندگی، روباتیک و کشاورزی انجام داده بود، اما حالا وضعیت خوب نیست. این شرکت اصولاً سرمایه‌گذاری‌های صدها میلیون دلاری و حتی میلیارد دلاری انجام می‌دهد تا شرکت‌های نوپا سریع رشد کنند. اما حالا تلاطم‌های اخیر آژیرهای خطر را روشن کرده است. دو مورد از بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری‌های سافت بانک (اوبر و وی‌ورک) در وال‌استریت با اقبال خوبی مواجه نبوده‌اند. ارزش اوبر حتی به زیر قیمت عرضه اولیه‌اش رسیده است.

سی‌ان‌ان در پایان این گزارش اعلام کرده که بیش از ۷ هزار و ۳۰۰ نفر در چهار ماه منتهی به ماه فوریه شغل خود را در میان ده‌ها شرکت نوپا با پشتیبانی سافت بانک از دست داده‌اند.

وضعیت استارت‌آپ‌های ایرانی چطور است؟

استارت‌آپ‌های ایرانی در سال گذشته، سالی سخت و دشوار را پشت سر گذاشتند. پس از قطعی اینترنت در آبان ماه که ضرر هنگفت و گسترده‌ای به استارت‌آپ‌ها وارد کرد، حالا بحران کرونا عملا فاتحه کسب و کارهای نوپای ایرانی را خوانده است. در همین حال، دولت تلاش کرده تا بسته تسهیلاتی در اختیار استارت‌آپ‌ها قرار دهد، اما مدیران آنها معتقدند که تسهیلات دولتی دردی از استارت‌آپ‌های بزرگ دوا نمی‌کند.

رضا اربابیان، موسس شیپور درباره وضعیت استارت‌آپ‌ها در اپیدمی کرونا گفته است: همه‌گیری کرونا با تعطیل کردن دیگر کسب وکارها بر کسب وکار ما هم اثر گذاشته است. بخشی از کار شیپور، همکاری با بنگاه‌های اقتصادی مثل نمایشگاه‌های فروش خودرو و آژانس‌های املاک است که هنوز فعالیت خود را آغاز نکرده‌اند و همین به کاهش درآمد شیپور منجر شده است. از نظر حجم جذب آگهی در خرید و فروش اجناس دست دوم و مراجعه مردم به شیپور نیز به وضعیت پیش از تعطیلات نوروز بازگشته‌ایم و خانه‌نشینی مردم اثری در این بخش نگذاشته است. نکته دیگر اینکه در سایت‌هایی مثل ما، خرید یک موضوع است و موضوع دیگر تماشای آگهی‌هاست که در این زمینه هم مشکلی نداریم. مثل بسیاری از کسب وکارهای دیگر، دورکاری می‌کنیم که چالش جدی در آن حفظ انگیزه‌ها و تلاش برای بهره‌وری بیشتر است.

به گفته اربابیان، مشکل بزرگ این روزهای کسب وکارها نیاز مبرم به نقدینگی برای عبور از دوره‌ای است که درآمدها کاهش یافته است. حمایت مالی از کسب وکارها در همه کشورها در جریان است چراکه بخش عمده‌ای از درآمد پیش‌بینی شده برای سال جاری میلادی و خورشیدی، در دیگر کشورها و ایران محقق نمی‌شود. همین زمینه تعدیل نیروی کار، تضعیف بدنه کسب وکارها و رشد نرخ بیکاری در جامعه را فراهم می‌کند.

آزمون کرونا برای کسب و کارها و استارت‌آپ‌ها

به اعتقاد موسس شیپور، در ایران حمایت دولت بیشتر معطوف به حفظ کسب وکارهای کوچک است، اما در مورد شرکت‌های بزرگ، تسهیلات وعده داده شده کافی نیست. کسب وکارهای استارت‌آپی پیش از همه‌گیری کرونا هم با مشکلاتی رو به رو شده بودند برای مثال امکان افزایش سرمایه برای این کسب وکارها وجود نداشت. چالش‌های این بخش جدی است و در مورد استارت‌آپ‌های بزرگ، تسهیلاتی که صندوق نوآوری و شکوفایی از آن می‌گوید، راهگشا نیست. شاید این شرکت‌ها بتوانند برای یک ماه با تسهیلات دولتی به حرکت خود ادامه دهند اما باید چاره‌ای دیگر اندیشید و گاهی راهی جز اجرای تصمیم‌های تلخ نیست.

او اعتقاد دارد که همه‌گیری کرونا فرصتی برای همه کسب وکارهاست تا جزییات کار خود را بررسی کرده و هزینه‌هایی که در گذشته بدون دلیل درست به شرکت تحمیل شده را حذف کنند. این امید وجود دارد که بسیاری از کسب وکارها به دلیل همین بازنگری‌ها در پساکرونا چابک‌تر و سبک‌تر کار کنند اما در این مسیر به حمایت مالی نیاز دارند.

بازارهای مالی سال ۹۹ را چگونه شروع کردند؟

کارنامه بازارها در فروردین

بازارها یک ماه ابتدای امسال را در جهت صعود حرکت کردند؛ از بازار طلا و سکه گرفته تا بازار سهام که بین بازارهای موازی بیشترین اقبال را داشته است. پرونده بورس تهران در اولین ماه از سال جدید با ثبت رکوردهای چندگانه بسته شد و طلا و سکه نیز همراه با افزایش قیمت دلار و اونس جهانی طلا، رو به بالا حرکت کردند؛ اگرچه در برخی روزها از حرکت ایستادند یا حرکتی منفی داشتند، اما پرونده این بازارها در نهایت در یک ماه ابتدایی سال با رقمی بالاتر از سال ۹۸ بسته شد.

به گزارش خبرآنلاین، بررسی روند بازار طلا نشان می‌دهد در حالی که هر گرم طلای ۱۸عیار در آخرین روز اسفندماه ۹۸ در حدود ۶۰۲ هزار و ۶۰۰ تومان قیمت پیدا کرد، اما پس از یک ماه در بازار به قیمت ۶۰۶ هزار و ۵۰۰ تومان رسید؛ این یعنی افزایش حدود ۰.۶ درصدی طلا در یک ماه فروردین. البته برخی از فعالان صنف طلا معتقدند با توجه به سیگنال‌هایی که از بازار دریافت می‌شود، قیمت طلا در سال جاری افزایشی خواهد بود. عبادالله محمدولی در این باره معتقد است که «در بحث قیمتی فعلا شرایط بازار طلا مطلوب نیست و پیش‌بینی ما بر این است که با توجه به شرایط موجود قیمت طلا در سال ۹۹ افزایشی خواهد بود.» به گفته او، «نظر به اینکه قیمت طلا در بازارهای جهانی سیر افزایشی دارد و این وضعیت ادامه خواهد داشت، مطمئنا در بازار داخلی کشور هم روند قیمتی در سال جاری افزایشی خواهد بود.»

اما در برابر رشد ۰.۶درصدی طلا، قیمت سکه ۳.۳درصد بالا رفت و در یک ماه نخست ابتدای امسال روندی مشابه بازار طلا را گذراند. سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در آخرین روز اسفندماه روی رقم ۶ میلیون و ۲۸ هزار تومان ایستاد؛ این در حالی است که پس از یک ماه با افزایش ۲۰۰ هزار تومانی در رقم ۶ میلیون و ۲۲۸ هزار تومان قرار گرفت. این یعنی افزایش ۳.۳درصد قیمت سکه در بازار. دلار نیز در این میان، رشد ۲.۳درصدی را تجربه کرد و ۳۴۷ تومان گران شد. در بازار ارز، قیمت دلار در یک ماه ابتدایی سال ۹۹ رشد ۳۴۷ تومانی را تجربه کرد. در حالی قیمت دلار در آخرین روز سال ۹۸ در حدود ۱۴ هزار و ۹۰۳ تومان بود، اما در حال حاضر در بازار با رقمی در حدود ۱۵ هزار و ۲۵۰ تومان به فروش می‌رود. تفاوت این دو قیمت نشان می‌دهد دلار در ماه ابتدایی سال جدید ۲.۳درصد گران شده است. این در شرایطی است که در دوره عید نوروز، دلار وارد کانال ۱۶ هزار تومان نیز شده بود. برخی از تحلیلگران بازار ارز اعتقاد دارند که بازار پس از اینکه نتوانست از سطح ۱۶ هزار و ۵۰۰ تومانی عبور کند، وارد فاز تازه‌ای از افزایش فروش‌ها شد. از نظر این گروه از تحلیلگران، پایین رفتن دلار از مرز ۱۶ هزار تومانی، تاییدی بر این ادعا بود که تقاضای خاصی در بازار وجود ندارد. به باور آنها، از آنجا که احتمال کمی وجود دارد که تقاضای ارزی طی روزهای آتی تغییر کند، احتمال بازگشت قیمتی چندان قوی نیست؛ آنها به ادامه افت بیشتر شاخص ارزی خوش‌بین هستند. در مقابل، برخی معامله‌گران بازار ارز عنوان می‌کردند، شاخص ارزی برای اینکه به سوی مرزهای ۱۷ و ۱۸ هزار تومانی حرکت کند، نیاز است که از کانال ۱۶ هزار تومانی عقب‌نشینی کند و در کانال ۱۵ هزار تومانی حرکت کاهشی داشته باشد. از سوی دیگر، آنطور که از روند بازار سهام پیداست، بیشترین سودآوری در بازه یک ماه سال جدید از آن این بازار با بازدهی ۳۸درصدی بوده است؛ به طوری که در نهایت پس از گذشت یک ماه از سال جدید، وارد کانال ۷۰۰ واحد شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در حالی که شاخص‌کل بورس در آخرین روز سال ۹۸ روی رقم ۵۱۲ هزار و ۹۰۰ واحد ایستاده بود، اما در حال حاضر به کانال ۷۰۰ هزار واحدی وارد شده است. این مهم نشان می‌دهد که شاخص‌کل بورس در یک ماه ابتدایی سال جدید رشد ۳۸درصدی را تجربه کرده است. کارشناسان بازار سرمایه بر این باورند که اگر موضوع کرونا را نادیده بگیریم، رشد شاخص بورس در سال جاری ادامه‌دار خواهد بود. البته آنها در کنار پیش‌بینی رشد بازار سرمایه، هشدار می‌دهند که یکی از موضوعات قابل توجه برای سهامداران به ویژه تازه‌واردان به بازار سهام این است که نباید این انتظار را داشته باشند که شاخص بورس و سهام شرکت‌های مختلف هر روز مثبت و سودده باشد. آنها همچنین اعتقاد دارند که هر رشد و افزایش قیمتی در بازار سهام به اصلاح و استراحت نیاز دارد و اینطور نیست که همیشه بازار سرمایه روند افزایشی داشته باشد.

ویروس کرونا چقدر به بخش کشاورزی آسیب وارد کرد؟

تحولات کرونا در اقتصاد کشاورزی

نهاد پژوهشی مجلس با توجه به کاهش ۷.۸درصدی شیوع ویروس در بخش مصرف و ۱۰درصدی در بخش صادرات، حداقل خسارت ناشی از بحران کرونا در اسفندماه ۱۳۹۸ را حدود ۳۲۵۰ میلیارد تومان در بخش مصرف و ۷۰۰ میلیارد تومان در بخش صادرات تخمین زد.

مرکز پژوهش‌های مجلس در ادامه سلسله گزارش‌های مقابله با تبعات کرونا، این بار به بخش کشاورزی پرداخت و پیامدهای بحران کرونا بر کشاورزی ایران و راهکارهای مدیریت آن را بررسی کرد. به اعتقاد این نهاد پژوهشی، اگرچه در بین بخش‌های اقتصادی، بخش کشاورزی از بحران کرونا متأثر خواهد بود، اما میزان اثرپذیری آن نسبت به بخش‌های صنعت و خدمات کمتر است.

* کاهش قیمت کالاهای کشاورزی: افت قیمت انرژی و کالاها باعث تضعیف سرمایه‌گذاری و کاهش رشد تولید ناخالص داخلی در کشورهای صادرکننده می‌شود، اما با کاهش تقاضا انتظار می‌رود قیمت محصولات اساسی کشاورزی نیز کاهش یابد که این به طور بالقوه برای واردکنندگان، تجار و مصرف‌کنندگان موقعیت مناسبی است.

* فسادپذیری اغلب تولیدات کشاورزی: فسادپذیری اغلب تولیدات کشاورزی به ویژه صیفی‌جات و محصولات گلخانه‌ای (مانند گل‌های زینتی) و کاهش خریداران به دلیل شرایط پیش آمده به ویژه برای شب عید موجب فروش نرفتن و یا اتلاف آنها شده است.

* کاهش تولید: با ماندن در خانه پس از شروع کرونا، رهاکردن شغل به دلیل ترس از مبتلاشدن به بیماری و یا اعمال قرنطینه عرضه نیروی کار کاهش یافته است. در صورت طولانی‌شدن بحران کرونا، تولید بخشی از محصولات کشاورزی مانند تولید گل‌های زینتی غیرضروری تلقی شده و با کاهش شدید تولید مواجه خواهند شد. همچنین با خانه‌نشین شدن مردم و بالطبع با تغییر در الگوی مصرف، تولید بخش قابل توجهی از تولیدات صنایع غذایی مانند کنسرو، کمپوت، الویه و... با کاهش مواجه خواهد شد. لذا تولید در بخش کشاورزی و به ویژه خدمات مرتبط (در زنجیره عمده‌فروشی و خرده‌فروشی) و صنایع تبدیلی کاهش می‌یابد.

* برآورد میزان زیان کل بخش کشاورزی: با توجه به اثرگذاری ۷.۸درصدی شیوع ویروس در بخش مصرف و ۱۰درصدی در بخش صادرات، میزان حداقل خسارت ناشی از این بحران در اسفندماه ۱۳۹۸ در حدود ۳۲۵۰ میلیارد تومان در بخش مصرف و ۷۰۰ میلیارد تومان در بخش صادرات تخمین زده می‌شود. تداوم شیوع ویروس کرونا در ماه‌های فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۹ می‌تواند دامنه خسارت‌ها را به صورت تصاعدی گسترش دهد.

* توجه به بخش مصرف: رکود اقتصادی ناشی از شیوع ویروس کرونا، به میزان قابل توجهی بنگاه‌های عرضه‌کننده محصولات کشاورزی و غذایی را تحت تأثیر قرار داده است. کاهش تقاضا، قیمت برخی محصولات غذایی را کاهش داده و زیان قابل توجهی را متوجه کسب و کارهای کشاورزی و غذایی کرده است. برای مثال، میزان زیان در بخش عرضه گوشت قرمز در حدود ۱۱۶۶ و برای گوشت سفید در حدود ۴۳۷ میلیارد تومان در ماه برآورد می‌شود. از این رو تدابیر ویژه جهت تداوم تولید و پایداری کسب و کار بنگاه‌های خرده‌فروشی و عرضه‌کننده محصولات غذایی باید در دستور کار سیاست‌گذاران قرار گیرد. برای این منظور توصیه می‌شود که چتر بیمه‌ای به منظور پوشش ریسک ناشی از این ویروس گسترش یابد.

* حمایت از خانوار: مواد خوراکی تقریباً ۲۴درصد از هزینه‌های خانوار را پوشش می‌دهد، اما به واسطه رکود اقتصادی، خانوارها نسبت به تأمین بخشی از هزینه‌های غذایی دچار مشکل شده‌اند. اعطای کارت اعتباری و پرداخت‌های نقدی تا حصول اطمینان نسبت به دریافت کافی مواد غذایی توسط خانوارها باید عملیاتی شود.

* تجارت محصولات کشاورزی و غذا: هراس شرکای تجاری در کشورهای منطقه از انتقال ویروس به کشورشان از طریق مراوده با کشور ایران منجر به بستن مرزهای زمینی کشورهای عراق، افغانستان و ترکیه و مرزهای هوایی در کشورهای ترکیه، گرجستان و امارات شده است که این امر نیز فعالیت‌های تجاری با کشورهای همسایه را مختل کرده است و تأثیر نامطلوبی بر صادرات محصولات کشاورزی کشور دارد، ضمن اینکه پس‌زدگی بخشی از محصولات کشاورزی صادراتی و عرضه آن به بازار داخلی، موجب افت قیمت این محصولات در ایران می‌شود. بدون شک صادرات کشاورزی به عنوان موتور محرکه قوی می‌تواند منجر به رونق و جهش تولید شود. از طرف دیگر، واردات محصولات کشاورزی نیز تولیدات داخلی را فاقد مزیت نسبی کرده است.

* مدیریت صادرات محصولات کشاورزی: با توجه به محدودیت‌های صورت گرفته از طرف کشورهای دیگر و نگرانی از کاهش درآمدهای صادراتی غیرنفتی از یک سو و کاهش درآمدهای نفتی از سوی دیگر، مدیریت صادرات شامل پایش مستمر بازارهای هدف صادراتی ایران بر حسب محصول و استخراج موانع صادراتی و بهره‌گیری از رایزنی وزارت امور خارجه برای صدور کالاها به کشورهای همسایه برای رفع موانع مزبور ضروری است. درخصوص پس‌زدگی کالاهای کشاورزی صادراتی به بازار داخلی نیز لازم است دولت آمادگی خرید کالاهایی مانند شیر، تخم مرغ و... را داشته باشد تا آسیب به تولید وارد نشود چون رفع چنین آسیبی بر تولید می‌تواند تا دو سال طول بکشد.

* تدوین و اصلاح پروتکل‌های بهداشتی: به منظور کاهش تهدید صادرات مواد غذایی و خام بخش کشاورزی و ایجاد اطمینان کشورهای مقصد تجاری در شرایط بحران کرونا (موضوع سلامت رانندگان و ...) تدوین سریع پروتکل‌های بهداشتی و قرنطینه‌ای در مبادی صادراتی کشور متناسب با بحران کرونا ضروری است. همچنین اعمال نظارت و کنترل بیشتر بر فرآیند تولید محصولات کشاورزی براساس استانداردهای بهداشتی و غذای سالم و ارائه گزارش‌های آن به منظور اطمینان شرکای تجاری خارجی بیش از گذشته مورد تأکید است.

* تغییر در الگوی مصرف: جامعه جهانی پس از کرونا سبک زندگی و سبد غذایی متفاوتی را تجربه خواهد کرد. در این میان انتظار می‌رود که نقش مواد غذایی که تأمین‌کننده و تقویت‌کننده سیستم ایمنی بدن انسان هستند جایگاه قابل توجهی پیدا کنند بنابراین باید ساز و کارهای لازم برای آمادگی با این تغییرات در طرف تولید و عرضه محصولات کشاورزی و غذا ایجاد شود.

* احتمال تورم پس از فروکش کردن بیماری: از آنجایی که این بیماری منجر به رکود فعالیت‌های اقتصادی می‌شود؛ در نتیجه با کاهش درآمد افراد جامعه؛ تقاضا کاهش یافته و به دنبال آن قیمت محصولات غذایی کاهش خواهد یافت. اما پس از این بحران به علت بازیابی شرایط اقتصادی و ترمیم درآمدها، منجر به بالازدگی تقاضا در بازار خواهد شد. از آنجایی که تصمیم به تولید با یک وقفه زمانی اتفاق می‌افتد، احتمالاً قیمت‌ها افزایش یابند. ضمن اینکه به دلیل کاهش درآمد تولیدکنندگان ناشی از کاهش مصرف، ممکن است تولیدکنندگان برنامه کاهش تولید در آینده را در پیش گیرند، که این موضوع مشکل مازاد تقاضا را تشدید خواهد کرد بنابراین دخالت تولید جهت کاهش نوسانات عرضه و استفاده از مکانیسم ذخیره‌سازی می‌تواند نقش بسزایی در تنظیم بازار محصولات کشاورزی و غذایی در آینده ایفا کند.

* اطمینان از پایداری زنجیره تأمین: در سیاست‌های تجاری اطمینان از پایداری زنجیره تأمین و به ویژه زنجیره تأمین محصولاتی که نهاده‌های تولید آنها به واردات وابستگی دارد باید مورد توجه قرار گیرد. در مورد مواد غذایی و کالاهای اساسی وارداتی و به ویژه تأمین ارز موردنیاز آن و در صورت لزوم، کاهش موانع واردات و از جمله، کاهش عوارض واردات اقدام شود.

* حمایت از کسب و کارهای کشاورزی: برای حفظ امنیت غذایی و تقویت طرف عرضه، تحریک تقاضای مصرف مواد غذایی ضروری است. همچنین اعطای وام برای تأمین نهاده‌های کشاورزی، کاهش هزینه‌های بازاریابی و فروش می‌تواند به پایداری تولیدات کشاورزی و تاب‌آوری این بخش کمک کند. شایان ذکر است که حتی بخش زراعت و تولید کالاهای اساسی مانند غلات که کمتر مورد آسیب تلقی می‌شوند نیز با کمبود نقدینگی جهت کشت مواجه هستند، همچنین استفاده از ظرفیت‌های خالی اقتصاد با تسهیل حداکثری در مجوزدهی به واحدهای کسب و کارهای متقاضی در بخش کشاورزی نیز می‌تواند برای بهبود وضعیت و کاهش آسیب به کسب و کارهای این بخش نقش ایفا کند.

* جایگاه بخش کشاورزی در پساکرونا: بحران‌های مصنوعی برخلاف مخاطرات طبیعی معمولاً به سود بخش کشاورزی در ایران بوده است. شیوع ویروس کرونا جایگاه این بخش را بیش از گذشته تقویت خواهد کرد و منجر به تغییر الگوهای ذهنی نسبت به این بخش می‌شود. از آنجایی که شیوع این ویروس تجارت محصولات کشاورزی و غذا را تحت تأثیر قرار داده است، از این رو نمی‌توان برای همیشه چشم امید به واردات این محصولات داشت، زیرا در مواقع بحرانی واردات محصولات می‌تواند اصالت خود را از دست دهد بنابراین انتظار می‌رود که برای بخش کشاورزی در اقتصاد پساکرونایی نقش ویژه‌ای قائل شد.

مسکن

اوراق تسهیلات مسکن به زیر ۴۰ هزار تومان می‌رسد؟

کاهش قیمت تسه به دنبال کسادی مسکن

اوراق تسهیلات مسکن در روزهای اخیر از گرمای بازار سرمایه بی‌نصیب مانده و با کسادی بازار مسکن، قیمت هر برگه از نماد تسه در بازه ۴۱ تا ۴۷ هزار تومان در حال معامله است.

به گزارش مهر، اگرچه این روزها تب هجوم نقدینگی به بازار سرمایه به شدت بالا رفته است، اما به دلیل پایین‌بودن بازدهی خرید و فروش اوراق تسهیلات مسکن (بازدهی اوراق تسهیلات در یک سال ۹۸، تنها ۳درصد بود) به دلیل محدودیت‌های شدید در معاملات نماد تسه در بازار سرمایه و نیز کاهش شدید اثرگذاری وام مسکن در قدرت خرید مسکن خانوارها که به کاهش حدوداً ۳۵درصدی تعداد معاملات مسکن در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷ (براساس اعلام دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی) منجر شد، اوراق تسهیلات مسکن نیز به پایین‌ترین نرخ خود ظرف روزهای اخیر رسیده است.

اگرچه در سال گذشته نیز در مقاطعی، قیمت اوراق تسهیلات مسکن به زیر ۴۰هزار تومان رسید، اما در اسفندماه با جهش ناگهانی به ۶۰ هزار تومان، توانست رکورد بالاترین قیمت را به ثبت برساند با این حال با توجه به شیوع کرونا که افت شدید معاملات مسکن را در فروردین ماه رقم زد و به گفته رئیس اتحادیه مشاوران املاک، سبب شده تا خانواده‌ها از ورود متقاضیان بازدید واحدهای مسکونی از بیم کرونا، جلوگیری کنند و همچنین کاهش سنتی معاملات مسکن در فروردین ماه هر سال به دلیل تعطیلی‌های دو هفته‌ای کسب و کارها که در سال جاری، به دلیل کرونا به ۴۵ روز تعطیلی صنف مشاوران املاک منتهی شد، تعداد معاملات مسکن به پایین‌ترین حد خود رسیده است. مجموعه عوامل فوق سبب شده است تا بخش زیادی از متقاضیان خرید مسکن در فروردین ماه امسال از بازار مسکن عقب‌نشینی کنند که این اتفاق، در کاهش تقاضای خرید اوراق تسهیلات نیز تأثیرگذار بوده است.

از سوی دیگر اگرچه تسهیلات ساخت مسکن برای سازندگان حرفه‌ای در تهران به ۲۵۰ میلیون تومان به ازای هر واحد افزایش یافت، اما به دلیل آنکه ساخت مسکن کوچک متراژ برای سازندگان به‌صرفه نیست و از سوی دیگر نیز ساخت و ساز در مناطق گران‌قیمت شهر از سوی شهرداری تهران ممنوع شده، لذا سازندگان نیز از ساخت و ساز عقب‌نشینی کرده و درنتیجه هم کاهش ۱۳.۵درصدی صدور پروانه ساخت در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷ رقم خورد و هم تعداد خریداران اوراق تسهیلات مسکن را که عمدتاً سازندگان و انبوه‌سازان بودند، با کاهش مواجه کرد.

گفتنی است علی رغم آنکه روزهای نخست هر ماه، اوراق تسهیلات صادره در ماه قبل از آن از سوی دارندگان حساب ممتاز بانک مسکن برای فروش در بازار عرضه می‌شود، در روز دوشنبه اوراق تسهیلات مسکن صادره در فروردین ۹۹ (تسه ۹۹۰۱) به بازار فرابورس عرضه نشد که احتمالاً به دلیل عدم تحویل این اوراق به دارندگان حساب ممتاز از سوی بانک مسکن در این روز بوده است؛ معمولاً اوراق تسهیلات نوعرضه در هر ماه، با بیشترین استقبال برای خرید مواجهند که به نظر می‌رسد برخی از خریداران تسه فعلاً از خرید اوراق صرف نظر کرده‌اند تا تسه ۹۹۰۱ وارد بازار شود که همین موضوع، کاهش قیمت اوراق را در پی داشته است.

در معاملات روز دوشنبه اول اردیبهشت اوراق گواهی حق تقدم استفاده از تسهیلات مسکن، این اوراق با قیمت‌هایی در دامنه ۴۱ تا ۴۷ هزار تومان خرید و فروش شد که ارزان‌ترین برگه‌ها مربوط به اوراق تسهیلات مسکن صادره در ماه‌های اردیبهشت، خرداد، تیر و مرداد ۹۷ با نمادهای ۹۷۰۲، ۹۷۰۳، ۹۷۰۴ و ۹۷۰۵ بودند؛ علت کاهش قیمت این برگه‌ها، اتمام تاریخ اعتبار آنها در یک تا سه ماه آینده است که با توجه به زمانبر بودن حدوداً یک ماهه تشکیل پرونده دریافت تسهیلات خرید مسکن تا زمان واریز آن از سوی بانک عامل، معمولاً خریداران این اوراق ترجیح می‌دهند تا برگه‌های تسهیلات مسکن با تاریخ اعتبار بیشتر خریداری کنند که اگر اعطای وام مسکن آنها با وقفه روبه‌رو شد، اوراق تسهیلات خریداری‌شده از درجه اعتبار ساقط نشود.

گران‌ترین اوراق تسهیلات نیز به برگه‌های صادره در نیمه دوم سال ۹۸ اختصاص داشت که عمدتاً در حول و حوش ۴۴ تا ۴۷ هزار تومان عرضه شدند به خصوص در ساعات پایانی معاملات بازار سرمایه در اولین روز اردیبهشت، هم حجم برگه‌های فروخته شده و هم قیمت آنها با اندکی افزایش روبه‌رو شد؛ به گونه‌ای که سبب شد تا در یک ساعت پایانی معاملات این روز، هم رشد ۲ تا ۳درصد قیمت‌ها رقم بخورد هم تابلوی معاملات اوراق تسهیلات مسکن از قرمزپوش بودن مطلق خارج شود.

نماد ۹۸۰۶ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در شهریور ۹۸) بیشترین کاهش قیمت تا حدود منفی ۳درصد را به خود اختصاص داد و از هر برگه ۴۵ هزار و ۸۰۰ تومان در معاملات یکشنبه ۳۱ فروردین به ۴۲ هزار و ۶۰۰ تومان در معاملات دوشنبه رسید، اما بیشترین افزایش با ۵درصد رشد قیمت به نماد ۹۸۰۱ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در فروردین ۹۸) تعلق گرفت که از ۴۳هزار و ۶۷۰ در معاملات یکشنبه به ۴۵ هزار و ۸۶۰ تومان در معاملات دوشنبه رسید.

پُرفروش‌ترین نماد نیز تسه ۹۸۱۲ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در اسفند ۹۸) با عرضه ۵۰ هزار برگه بود و ۱۷۲۴ فقره معامله برای خرید آن انجام شد؛ این اوراق با ۴۶ هزار و ۶۰۰ تومان به عنوان قیمت نهایی معاملات دوشنبه ثبت شد در حالی که روز یکشنبه ۴۵ هزار و ۷۰۰ تومان کشف قیمت شد. همچنین عرضه هفت نماد معاملاتی در روز دوشنبه پس از آنکه زیر ۴۳ هزار تومان به فروش رفتند و تعداد معاملات آنها کمتر از ۲۰ فقره بود، در ساعات میانی فعالیت بازار متوقف شد.

بانک نامه

افتتاح ۲ شعبه بانک پاسارگاد در ساری و رباط کریم

بانـک پاسـارگاد، آغـاز فعالیت دو شـعبه از این بانـک را در شهرهای سـاری و رباط‌کریم اعلام کرد. به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، در راستای گسترش شبکه بانکی و دسترسی بهتر هم‌میهنـان به خدمات بانکی، دو شـعبه «ربـاط کریم» و «امیر مازندرانی سـاری» به جمع شـعبه‌های بانک پاسارگاد پیوسته و انـواع خدمات بانکی اعم از ریالـی و ارزی را به مراجعه‌کنندگان ارائه می‌کنند. گفتنی اسـت شـعبه «رباط کریم» در شهرستان ربـاط کریم، بلوار امام خمینـی، بالاتر از پل هوایی محبت، جنب فروشـگاه معلم، پلاک ۸۲۶ و شـعبه «امیر مازندرانی ساری» در شهرستان سـاری، بلوار امیر مازندرانی، روبه‌روی فرمانداری واقع شده است.

ضدعفونی غیراصولی به ۱۵۰ خودپرداز آسیب رساند

تقاضای بانک‌ها از شهروندان

با شـیوع بیمـاری کرونا و ضدعفونـی اماکن عمومـی از جمله خودپردازها، متاسـفانه ضدعفونی غیراصولی باعث آسـیب به ۱۵۰ دستگاه خودپرداز شده است.

به گزارش ایبِنا، با شـیوع ویروس کرونا ضدعفونی معابر عمومی مانند بوسـتان‌ها، پمپ بنزین‌ها و بانک‌ها، یکی از دستورالعمل‌های بهداشـتی برای جلوگیری از شـیوع بیماری، خودپردازها بودند که توسـط تعداد زیادی از شـهروندان بـرای انجام امـور بانکی مورد اسـتفاده قرار می‌گیرند. در این میان باید در اسـتفاده از دسـتگاه خودپرداز نکات بهداشـتی را رعایت کرد و لازم است تا در بازه‌های زمانی معین و با فاصله کوتاه دسـتگاه توسـط افـراد متخصص با ابزارهای مخصوص از جمله محلول‌های الکلی ضدعفونی شود.

گزارش‌ها از معاونین فناوری اطلاعات بانک‌ها اما نشان می‌دهد از اسفندماه تا به امروز ضدعفونی غیراصولی و استفاده از محلول‌های غیرالکلی از جمله مواد شـوینده و وایتکس باعث شـده تا به تعداد زیادی دسـتگاه خودپرداز آسـیب‌هایی جدی از جمله سـوختگی صفحه کلید و صفحه نمایش وارد شود و شبکه بانکی در این روزها با توجه به کمبود و قیمت بالای تجهیزات یدکی برای ادامه فعالیت دستگاه‌ها و خدمترسـانی با چالش روبه‌رو شوند. گزارشات رسمی نشـان از آن دارد که ۶۸ دسـتگاه خودپرداز در اسـتان لرستان و ۴ دسـتگاه نیز در اسـتان چهارمحال و بختیاری در اثر ضدعفونی غیراصولی تخریب شده است.

موضوع سـوختگی و آسـیب واردشـدن به خودپردازها به حدی برای بانک‌ها دردسرساز شده که آنها با نصب اطلاعیه و بنرهایی در کنار خودپردازها از مشـتریان درخواست کرده‌اند که جهت نظافت دسـتگاه از مواد الکلی اسـتفاده کنند. گزارش غیررسمی دریافت شـده از افـراد آگاه در بانک‌ها همچنین نشـان می‌دهد که پس از تخریـب تعداد زیادی خودپرداز در حـوادث آبان ماه حالا دوباره با ضدعفونی غیراصولی خودپردازها، شـوک بزرگ دیگری به شـبکه بانکی وارد شده و بیش از ۱۵۰ دستگاه خودپرداز در سراسر کشور آسیب دیده است.

قیمت خانه در تهران به متری ۱۵ میلیون رسید

سقوط ۷۰درصدی معاملات مسکن ۹۹

بازار مسـکن در اولین ماه از سال ۱۳۹۹ و در شرایط کرونایی با سقوط ۷۰درصد و ۵۲درصد سـالیانه معاملات به ترتیب در تهران و کل کشور مواجه شد.

طبق اعلام اتحادیه مشـاوران املاک تهران، فروردین ماه ۱۳۹۹ در حالی که بازار مسـکن به دلیل شـیوع ویروس کرونا با نگرانی از انعقاد قرارداد از سـوی خریداران و فروشندگان و نیز تعطیلی دفاتر املاک مواجه بود، در شـهر تهـران ۱۲۵۰ فقره معامله ملک انجام شد که نسبت به ماه قبل ۸۹درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۷۰درصد کاهش نشان می‌دهد.

در کل کشـور نیز طی فروردین ۱۳۹۹ بالـغ بر ۱۴ هزار و ۹۹۶ قرارداد خرید و فروش ملک به امضا رسـیده که نسـبت به اسفند پارسـال ۷۰درصد و نسبت به فروردین پارسال ۵۲درصد افت کرده اسـت. در بخش اجاره نیز در شهر تهران طی فروردین ۱۳۹۹ بالغ بر ۱۴۴۸ اجاره‌نامه به امضا رسـیده که نسـبت به ماه گذشته و ما مشابه سال گذشته به ترتیب ۸۰ و ۷۱درصد کاهش نشان می‌دهد. همچنین در کل کشور ۶۴۷۲ قرارداد اجاره در فروردین ماه ۱۳۹۹ امضا شـده که نسـبت به ماه قبل ۷۴درصد و نسبت به ماه مشابه سـال قبل ۶۶درصد کمتر بوده اسـت. این آمار گویای آن است که در فروردین ماه بازار ملک به طور کامل متوقف شده و سیگنال‌های قیمتی نمی‌تواند گویای وضعیت واقعی آن باشـد؛ هرچند براساس شواهد تغییر محسوسی در نرخ‌های پیشنهادی نسبت به اسفندماه دیده نمی‌شود.

واسطه‌های ملکی می‌گویند از روز شنبه ۳۰ فروردین ماه که منع فعالیت دفاتر املاک برداشـته شده، عمده مراجعات برای آگاهی از وضعیت فعلی بازار انجام شده و کمتر کسی تمایل به انعقاد قرارداد قطعی دارد. معدودی از مالکان نیز قیمت‌های پیشنهادی را اندکی بالا برده‌اند اما فضای کلی بازار، رشـد قابل ملاحظه نرخ‌ها را نشان نمی‌دهد. فروشـندگانی هم که قیمت‌ها را بـالا برده‌اند تحت تاثیر وضعیت نامعلوم آینده بازار با توجه به شـیوع ویروس کرونا و عدم قطعیت در شرایط اقتصاد کلان و نامعلوم بودن آینده نرخ ارز، اقدام به تغییر نرخ‌های پیشنهادی کرده‌اند.

بنابر این گزارش، آخرین ماه از سال ۱۳۹۸ بازار مسکن تهران رونـق چندانی نداشـت و طبـق اعلام وزارت راه و شهرسـازی، معامـلات ۱۰ هـزار و ۲۴۲ فقره بود که نسـبت بـه بهمن ماه ۲۴درصد و نسـبت به اسفند سـال قبل از آن ۲۱درصد کاهش پیدا کرد. این در حالی اسـت که معمولاً در اسـفندماه سال‌های قبل شـاهد افزایش معاملات نسـبت به بهمن ماه بودیم، با این حال بازار مسـکن پایتخت از رشـد قیمت‌هـا بی‌نصیب نماند و میانگین قیمت مسکن شهر تهران نسبت به بهمن ماه ۸.۷درصد و نسـبت به اسـفندماه سـال قبل ۴۲درصد بالا رفت و به عدد بی‌سابقه ۱۵.۶ میلیون تومان در هر متر مربع رسید. این بالاترین نرخ رشد ماهیانه از اردیبهشت ماه تاکنون بوده است.

همتی: اسامی بنگاه‌هایی که وام اشتغال کرونایی می‌گیرند، اعلام می‌شود

جزییات تخصیص تسهیلات کرونایی

فرصت امروز: رئیس‌کل بانک مرکزی، نکاتی را درباره شفاف‌سـازی وام ۷۵ هزار میلیـارد تومانی اعلام کرد و با بیان اینکه یک‌سـوم وام از محل یارانه به حسـاب یارانه‌بگیران واریز می‌شود، گفت باقیمانده مبلغ نیز به واحدهای کوچک و متوسط تولید کالا و خدمات پرداخت خواهد شـد که بانک مرکزی برای شـفافیت اسامی واحدها و مبلغ وام‌گیرندگان را در سایت خود اعلام خواهد کرد.

عبدالناصر همتی در یادداشتی اینستاگرامی درباره وام ۷۵ هزار میلیاردی نوشت: این روزها عطف به سابقه برخی عملکردها در گذشته، درخصوص سرنوشت وام ۷۵ هزار میلیارد تومانی نیز ابراز نگرانی می‌شود و بر مراقبت بیشتر، جهت صرف آن در امور مولد، تأکید می‌شود. در این خصوص چند نکته را اعلام می‌کنم:

* ثلث این مبلغ مستقیماً به حساب‌های خانوارهای یارانه‌بگیر خواهد رفت و در شـرایطی که مردم نیازمند به خرید بوده و فروشندگان کالا و خدمات نیز نیازمند فروش هستند، کمکی خواهد بود به راه افتادن چرخه اقتصاد. لذا، نگرانی از انحراف آن بی‌مورد است.

* بقیـه مبلـغ وام تخصیصی عمدتاً به واحدهای کوچک و متوسـط تولید کالا و خدمات، یا اشـتغال زیر ۵۰ نفر، که نیروی کار خود را به تشـخیص وزارت کار، حفظ کرده‌اند، پرداخت خواهد شـد بنابراین هدف این طرح تضمین تداوم فعالیت و عرضه کالا و خدمات، توسـط واحدهای دارای شاغل و به تبع آن مولد است. لذا برای شفافیت بیشتر اسامی واحدها و مبلغ وام‌گیرندگان این وام‌ها در سایت بانک مرکزی اعلام خواهد شد.

* همانگونـه که قبلاً اعـلام کردم، دولت و بانک مرکـزی از طریق دو اقدام، به دنبـال عرضه از یک طرف و تحریک تقاضا از طرف دیگـر و برگرداندن اقتصاد به ریل حرکت هستند.

ماجرای وام ایران از صندوق بین‌المللی پول به کجا رسید؟

رئیس‌کل بانک مرکزی همچنین در مصاحبه‌ای مکتوب با بلومبرگ به تشـریح آخرین وضعیت درخواسـت وام ۵ میلیـارد دلاری ایران از صندوق بین‌المللی پول پرداخـت. او در ایـن گفت‌وگو در پاسـخ به این پرسـش که آیـا می‌تواند آخرین پیشرفت‌های درخواسـت خود را برای تأمین مالی از صندوق بین‌المللی پول ارائه دهد، گفت: ما جزو اولین کشورهایی بودیم که بیش از ۴۰ روز پیش، از طریق ابزار سـریع تأمین مالی (RFI) درخواسـت کمک کردیم. به یاد داشته باشید، ما جزو پنج کشور اولی بودیم که به سختی تحت تأثیر ویروس کرونا قرار گرفتیم و زمانی که رئیس صنـدوق بین‌المللی پول اعلام کرد صندوق بین‌المللی پول آماده کمک به کشـورها از طریق ابزار تأمین مالی سـریع (RFI) است، ما نیز به عنوان یکی از کشورهای عضو درخواست خود را برای دسترسی به این امکان ثبت کردیم.

به گزارش ایسنا، همتی ادامه داد: ما تمام اطلاعات و داده‌های موردنیاز صندوق بین‌المللـی پول را برای ارزیابی صلاحیت‌مـان ارائه داده‌ایم. این اطلاعات و آخرین اطلاعات اقتصادی در وب‌سـایت بانک مرکزی ایران موجود اسـت. من همچنین نامه‌ای به رئیس صندوق بین‌المللی پول ارسـال و از اینکه صندوق بین‌المللی پول می‌خواهد در سراسـر جهان کمک کند، قدردانی کرده‌ام و از او خواسـته‌ام سریعا درخواست ما را به هیات عامل صندوق بین‌المللی پول ارائه دهد.

او در پاسخ به سوال اینکه ایالات متحده گفته است که مانع درخواست می‌شود و با آن مخالف است، گفت: ما از ایالات متحده آمریکا درخواست کمک نکرده‌ایم! ما از صندوق بین‌المللی پول تقاضا کردیم که یک نهاد بین‌المللی غیرسیاسی، وابسته به سازمان ملل متحد است که ما در طول ۷۵ سال گذشته یکی از اعضای بنیانگذار و شـرکت‌کننده در آن بودیم. ایالات متحده آمریکا به مانند ۱۹۰ کشـور یا بیشتر کشـورها، عضو صندوق بین‌المللی پول اسـت. آخرین باری که من بررسی کردم، ایالات متحده آمریکا صندوق بین‌المللی پول را اداره نمی‌کند و این رئیس صندوق و هیات مدیره آن هستند که بر کارها نظارت و اطمینان حاصل می‌کنند که صندوق بین‌المللـی پول تعهدات و وظایف خود را انجام می‌دهند، اما می‌خواهم تکرار کنم که همه نهادهای مرتبط با سازمان ملل، صندوق بین‌المللی پول یا سازمان بهداشت جهانی (WHO)، باید از سیاست دور بمانند و به تعهدات نهادی خود عمل کنند.

همتی در جواب اینکه ایالات متحده استدلال می‌کند که ایران از منابع خود به اندازه کافی برخوردار است و این کشور دارایی‌های زیادی دارد که می‌تواند در داخل کشور از آن برای مبارزه با شیوع ویروس کرونا کمک بگیرد و ایالات متحده می‌گوید که ایران از این پول برای اهداف و نیازهای بشردوستانه استفاده نمی‌کند، بلکه برای فعالیت‌های دیگری مانند سیاست‌های منطقه‌ای از آنها بهره می‌گیرد، پاسخ شما به این موضع چیست؟ توضیح داد: بگذارید با نگاهی به شرایط واجد شرایط بودن RFI به سـؤال شما پاسخ دهم و سپس به نگرانی‌های شما بپردازم. طبق گفته صندوق بین‌المللی پول، RFI به منظور کمک به یک کشور عضو با حمایت فوری مالی پس از مواجه شـدن آن کشور با شوک برونزا طراحی شده است که شکاف تأمین مالی در ترازپرداخت‌ها را آشـکار می‌کند. پس از آن، صندوق بین‌المللی پول می‌خواهد اطمینان حاصل کند که آن کشور قادر به بازپرداخت وام به صندوق است و بدهی عمومی کشور پایدار است، اینها همه خوب و صحیح است.

نیاز ۱۰ میلیارد یورویی در تامین اعتبار خارجی

رئیس‌کل بانک مرکزی ادامه داد: هنگامی که از ویروس کرونا دچار آسیب شدیم، با شوک منفی برونزا روبه‌رو شدیم. برآوردهای ما نشان می‌دهد که برای مهار شیوع ویروس، تقویت نظام مراقبت‌های بهداشـتی و محافظت از پرسـنل خط مقدم در بیمارسـتان‌ها و جاهای دیگر و کمک به افرادی که شـغل خود را از دست داده‌اند، ما نیاز به ۱۰ میلیارد یورو اضافه‌تر در تأمین اعتبار خارجی خود داریم، این حدود ۲درصد از تولید ناخالص داخلی ماست. این یک واقعیت است و ما این اطلاعات را با صندوق بین‌المللی پول به اشتراک گذاشته‌ایم.

به گفته وی، بدیهی اسـت که ما بیش از حد کفایت ذخایر خارجی برای تأمین این کمبود را داریم، اما تحریم‌های یکجانبه ایالات متحده دسترسـی ما را محدود کرده است. اگر آنها می‌خواهند از منابع خودمان به جای امکانات صندوق بین‌المللی پول اسـتفاده کنیم، چرا در کنگره آمریکا به بسـیاری از صداها گوش نمی‌دهند و تحریم‌ها را تسهیل نمی‌کنند؟

همتی همچنین بدهی عمومی ایران را بسـیار پایین‌تر از آسـتانه خواند و افزود: در مـورد دوم، ما ذخایر کافی برای بازپرداخت صنـدوق بین‌المللی پول، از طریق کانال‌هایی که قبلاً در این سال‌ها از پرداخت کمک‌های خود به صندوق بین‌المللی پول اسـتفاده می‌کردیم، را داریم و آخر اینکه، بدهی عمومی ما نیز بسیار پایین‌تر از آسـتانه‌ای است که برای اقتصادهای نوظهور شرایط پایدار به نظر می‌رسد. اینها واقعیت‌هایی هسـتند و من اطمینان دارم که کارمندان صندوق بین‌المللی پول به خوبی می‌دانند.

رئیس کل بانک مرکزی ادامه داد: با توجه به نحوه اسـتفاده این وام، من قبلاً به رئیس صندوق بین‌المللی پول اطـلاع داده‌ام که INSTEX و SHTA ابزارهایی هستند که به راحتی در دسترسند. اینها به طور خاص برای کمک به ما در واردات غـذا و دارو طراحی شـده‌اند. این کانال‌ها دارای مکانیزم‌هـای ایمنی و محافظتی مناسـب برای رفع هرگونه نگرانی‌های موجود هسـتند. عـلاوه بر این، این فرصت خوبی برای فعال کردن این کانال‌هاسـت زیرا بسـیاری از کشورهای اروپایی مانند فرانسه، آلمان، ایتالیا و اسپانیا در تلاشند تا این کانال‌ها فعال شوند.

او در پاسـخ به این سـوال که چقدر در مورد دریافت وام واقع‌بین هستید و اگر صندوق بین‌المللی پول درخواسـت شـما را رد کند، چه خواهید کرد، گفت: من بسـیار امیدوار هستم که آنها در این بحران غیرعادی که همه کشورهای جهان را تحت تأثیر قرار داده است و ما نیز شامل آن هستیم، از مردم ایران حمایت کنند. ما زندگی‌های بسیاری را، مانند آمریکایی‌ها و اروپایی‌ها از دست داده‌ایم و در رابطه با جانباختگان آمریکایی و اروپایی نیز ابراز همدردی می‌کنم. به من اطلاع داده شده که کشورهای اروپایی از تلاش‌های ما حمایت می‌کنند، من مطمئن هستم که سایر کشورهای جهان نیز از درخواست ایران حمایت می‌کنند.

درخواست دوباره همتی از صندوق بین‌المللی پول

همتـی در این گفت‌وگو بار دیگر شـخصا درخواسـت خـود از رئیس صندوق بین‌المللـی پـول را تکرار کرد و ادامه داد: یک بار دیگر شـخصاً از خانم جورجیووا می‌خواهم که این موضوع را جدی بگیرند. ما می‌خواهیم ریاست صندوق بین‌المللی پول درخواسـت RFI ما را به هیات اجرایی خود برساند. این تنها چیزی است که ما می‌خواهیم. خانم جورجیووا باید سیاست را کنار گذاشته و وظایف حرفه‌ای خود را به طور کامل انجام دهد. صندوق بین‌المللی پول بسـیار شـبیه آتش‌نشـانی در محله اسـت، به محض اینکه خانه‌ای آتش بگیرد باید به نجاتش بشتابد و به دنبال بزرگ‌تریـن صاحب خانه در این محله نگردد که از وی اجازه عمل بخواهد. اکنون زمان عمل است، تاریخ در مورد اعمال همه ما قضاوت می‌کند و آن داوری به آسانی که فکر می‌کنیم نخواهد بود.

رئیس‌کل بانک مرکزی در پاسـخ به اینکه «شما اشاره می‌کنید که ایران دارای منابع خارجی برای تأمین کمبودهاست، آیا این همان پولی است که به دلیل تحریم در خارج از کشور منجمد می‌شود و آیا شما از ایالات متحده می‌خواهید اجازه دهد که این ذخایر به وسیله کانال مالی سوئیس و INSTEX منتقل شوند؟» گفت: بله، همانطور که شما به خوبی می‌دانید، ذخایر بانک مرکزی تحت تحریم ایالات متحده آمریکا در خارج از کشـور اسـت که غیرقانونی و یکجانبه است و من می‌خواهم در این باره صریح و واضح باشم.

به گفته وی، تحریم‌ها باید به طور کلی برداشته شود، اما متأسفانه بازیگرانی در دولت ایالات متحده هستند که احترام چندانی به قوانین و نظم بین‌المللی ندارند. خزانه‌داری آمریکا، کانال سوئیس را به عنوان ابزار و کانالی برای اهداف بشردوستانه اعلام کرده اسـت، INSTEX نیز برای واردات غذا و دارو طراحی شـده است، اگر آمریکا نسـبت به ادعاهای خود صادق باشـد، ما نیز باید در این دو کانال از ذخایر خود استفاده کنیم.

همتـی درباره اینکه چقدر پول ایران به دلیل تحریم‌ها در حسـاب‌های خارج از کشـور منجمد شده اسـت، افزود: ما ارقام مربوط به ذخایر خود را در حساب‌های تراز پرداخت خود منتشر می‌کنیم، این تعداد مطابق با آنچه در چند سال گذشته داشته‌ایم، است.

او در پایان گفت‌وگو در پاسخ به اینکه تفاوت و تفکیک تقاضای شما از صندوق بین‌المللی پول چیست؟ مبلغ پولی که ایران به صندوق پرداخت کرده است و وام چقدر است؟ گفت: چنین تفاوت و تفکیکی وجود ندارد. صندوق بین‌المللی پول مانند اتحادیه اعتباری اسـت، کشورهای عضو با این امید که صندوق بین‌المللی پول در صورت لزوم وام برای آنها و سـایر کشورها تهیه می‌کند در این سال‌ها در آن مشارکت می‌کنند. در راستای مقررات و محدودیت‌هـای صندوق بین‌المللی پول، ما حدود ۳.۶ میلیارد SDR را در قالب RFI تقاضا کرده‌ایم. این برابر با ۱۰۰درصد از سهمیه ما در صندوق بین‌المللی پول است و باید از تجمیع منابعی باشد که صندوق بین‌المللی پول برای مبارزه با بحران اخیر ویروس جمع کرده است.

کاهش سود به نرخ مصوب شورای پول و اعتبار کلید خورد

نرخ سود ۱۵درصدی در بانک‌ها

مدیران بانکی توافق کردند نرخ سود بانکی را از روز یکم اردیبهشت به ۱۵درصد کاهش دهند و بر این اسـاس شـعب بانک‌ها با ارسـال پیامک به مشتریان اعلام کرده‌اند که حساب‌های قبلی آنها را می‌بندند. بانک‌ها معتقدند که در کنار کاهش نرخ سـود به بازه ۱۵درصد باید به انتشـار اوراق مشارکت گواهی سپرده یکساله با نرخ سود ۱۸درصدی بپردازند تا بلکه بتوانند بخشی از مشتریان خود را هم اینطور نگاه دارند. بررسـی‌های میدانی خبرنگار مهر از شعب بانک‌ها حاکی است برخی از بانک‌ها با ارسال پیامک به مشتریان خود، اعلام کرده‌اند که حساب سپرده قبلی آنها که نرخ سـودی بالاتر از ۱۵درصد دارد، بسـته شده و در پایان دوره سپرده‌گذاری، برای دوره جدید، حساب‌های جدیدی باید افتتاح شود و نرخ ۱۵درصدی را ملاک عمل قرار خواهد گرفت.

نرخ سود سپرده‌های یکساله، برای سپرده‌گذاری‌هایی که از اولین روز اردیبهشت انجام می‌شـود، ۱۵درصد خواهد بود. این در حالی اسـت که نرخ سود سپرده‌های بانکی پس از التهابات بازار ارز در سـال ۹۷، به شـکل غیررسمی تا محدوده ۱۸ تا ۲۰درصد افزایش یافته بود. بانک‌ها براسـاس مصوبه شـورای پول و اعتبار مکلف بودند نرخ سود ۱۵درصدی را مبنای عمل قرار دهند اما عملا توجهی به این مصوبه شورای پول و اعتبار نمی‌شد.

امـا تصمیم جدید می‌تواند به معنای کاهش بهای تمام‌شـده پول برای بانک‌ها باشـد. براسـاس مصوبه سه سال پیش شـورای پول و اعتبار که از اول اردیبهشت ملاک عمل نظام بانکی قرار می‌گیرد، نرخ سود سپرده‌های کوتاه‌مدت نیز از ۱۰ به ۸درصـد کاهش یافت. البتـه طبق مصوبه جدید، بانک‌ها این امکان را دارند که در قالب گواهی سپرده، نرخ سود ۱۸درصد به مشتریان ارائه دهند.

آنگونه که برخی از منابع بانکی می‌گویند، در اولین روز هفته جاری شورای عالی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری با حضور مدیران عامل توافق کردند که کاهش نرخ سود سپرده‌ها به ۱۵درصد از امروز، یکم اردیبهشت اجرایی شود. آخرین مصوبه رسمی شـورای پول و اعتبار در مورد نرخ سـود مربوط به شهریور ۱۳۹۶ است که در آن، نرخ سود سپرده‌های کوتاه‌مدت حداکثر ۱۰درصد و نرخ سود سپرده‌های یکساله، به شکل علی‌الحساب ۱۵درصد وضع شده بود.

کاهش نرخ سـود، سپرده‌های موجود را شامل نمی‌شـود و سپرده‌های موجود، تا پایان دوره سررسـید خود، طبق روال گذشـته سـود دریافت خواهند کرد، اما سـپرده‌هایی که از ابتدای اردیبهشـت به بعد نزد بانک گذاشته می‌شوند، مشمول نرخ‌های جدید خواهد بود.

نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار

نوع سپرده	روال قبلی	تصمیم جدید
کوتاه‌مدت	۱۰ درصد	۸ درصد
کوتاه‌مدت ویژه (۶ ماهه)	در اختیار بانک‌ها	۱۱ درصد
بلندمدت	۱۸ تا ۲۰ درصد	۱۵ درصد

شاخص کل بورس تهران در اولین روز اردیبهشت از مرز ۷۰۰ هزار واحد عبور کرد

خیز بلند شاخص بورس

فرصت امروز: شاخص کل بورس در اولین روز اردیبهشت‌ماه خیز بلندی برداشت و از مرز ۷۰۰ هزار واحد عبور کرد. این جدیدترین رکورد شاخص بورس تهران است که برای اولین بار در تاریخ ۵۰ ساله بازار سهام اتفاق افتاده است. تالار بورس تهران در حالی دیروز کار خود را شروع کرد که شاخص کل روی عدد ۶۹۰ هزار واحد ایستاده بود و تنها به یک ساعت زمان احتیاج بود تا شاخص با یک قدم کانال ۷۰۰ هزار واحد را فتح کند. در نهایت شاخص کل بورس با ۱۸ هزار و ۹۷۶ واحد رشد به رقم ۷۰۹ هزار و ۱۲ واحد رسید.

همچنین شاخص کل (هم وزن) با چهار هزار و ۱۵۶ واحد افزایش به ۲۴۲ هزار و ۲۶۳ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با دو هزار و ۷۶۳ واحد رشد به ۱۶۱ هزار و ۸۳ واحد رسید. در معاملات روز دوشنبه بیش از هفت میلیارد و ۳۸۱ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۷۷ هزار و ۵۱۲ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای مهم و پربیننده بورس در روز دوشنبه

نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با دو هزار و ۳۱ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با یک هزار و ۵۷۳ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۸۲۳ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۷۰۲ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با ۶۶۲ واحد، بانک ملت (وبملت) با ۶۵۲ واحد و گروه مپنا (رمپنا) با ۵۷۹ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند. در نقطه مقابل نیز نمادهای بورس کالای ایران (کالا) با ۱۳۶ واحد، بورس اوراق بهادار تهران (بورس) با ۱۲۱ واحد، فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش (افق) با ۱۲۱ واحد و سیمان تهران (ستران) با ۶۴ واحد، افت شاخص بورس را رقم زدند. همچنین نمادهای بانک ملت، گلوکوزان، بانک تجارت، سرمایه‌گذاری خوارزمی، پالایش نفت اصفهان، سالمین و ملی صنایع مس ایران از جمله نمادهای پربیننده روز گذشته بودند. گروه شیمیایی نیز در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۵۷۳ میلیون و ۸۵۵ هزار برگه سهم به ارزش هشت هزار و ۵۹۴ میلیارد ریال داد و ستد شد. شاخص فرابورس نیز نزدیک به ۱۵۷ واحد افزایش داشت و بر روی کانال هشت هزار و ۷۴۱ واحد ثابت ماند. در این بازار دو میلیارد و ۷۸۴ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۶۱ هزار و ۹۴۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب) و پتروشیمی زاگرس (زاگرس) بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. همچنین نمادهای فرابورس ایران (فرابورس)، پتروشیمی غدیر (شغدیر)، جنرال مکانیک (جنرال)، اعتباری ملل (وملل)، سرمایه‌گذاری مسکن پردیس (ثپردیس) مانع از رشد بیشتر شاخص فرابورس شدند.

حال و هوای خوش بازار سرمایه ادامه دارد

بورس این روزها حال و هوای خوشی دارد و روزهای فوق‌العاده‌ای را سپری می‌کند، آن‌هم در شرایطی که به دلیل بحران کرونا، شاخص بورس در بیشتر کشورها رو به سقوط است. نکته مهم این است که شاخص کل بورس در ۱۰ روز بیش از ۱۰۰ هزار واحد رشد کرده و جالب‌تر آنکه شاخص کل بیش از این هم در یک ماه و نیم ۱۰۰ هزار واحد دیگر رشد کرده بود، در واقع، شاخص کل بورس تهران که در اوایل اسفندماه عدد ۵۰۰ هزار واحد (نیم میلیون واحدی) را رد کرده بود، در ۲۰ فروردین ماه به ۶۰۰ هزار واحد رسید و در اولین روز اردیبهشت نیز ۷۰۰ هزار واحد را هم رد کرد. روند رشد بورس و بازار سهام ایران در ماه‌های گذشته حیرت‌انگیز بوده و به اعتقاد کارشناسان عرضه سهام شستا و اعلام خبر عرضه سهام شرکت‌های دولتی که قرار است به زودی اتفاق بیفتد به روند رشد، سرعتی بیشتر داده است.

رئیس‌جمهوری چند روز پیش در گفت‌وگو با وزیر اقتصاد دستور داد که بورس به یک بازار بزرگ و قابل اتکا تبدیل شود. به گفته روحانی، «وزارت اقتصاد و مجموعه بورس باید تلاش کنند که بورس به عنوان یک بازار بزرگ قابل اعتماد و اتکا برای سرمایه‌گذاری‌های اصولی و قابل اطمینان و با کمترین ضریب خطر به جامعه معرفی شود تا از هدررفت سرمایه‌ها در بازارهای غیرقابل اتکا و غیرمولد جلوگیری شود.» رئیس‌جمهور همچنین دستور داد تا عرضه سهام بنگاه‌های بزرگ در بورس با رفع موانع احتمالی شتاب بگیرد و تداوم یابد. او با اشاره به عرضه سهام شستا در بورس نیز تأکید کرد: «باید روند عرضه سهام شرکت‌های بزرگ در بورس تداوم یافته و موانع احتمالی در این مسیر، هرچه سریع‌تر مرتفع شود.»

روند رشد بازار سرمایه از اواخر سال ۹۷ آغاز شد و در ماه‌های گذشته شیب آن بسیار تند بوده و بارها و بارها رکوردهای جدید از خود در طول ۵۰ سال گذشته برجای گذاشته است. در شرایطی که شاخص کل بازار سرمایه ایران در ابتدای سال گذشته (۹۸) ۱۳۴ هزار و ۳۵۴ واحد بود، در سومین روز این هفته و اولین روز اردیبهشت مرز ۷۰۹ هزار و ۱۲ واحد را هم رد کرد. آمارهای جهانی نشان می‌دهد که بورس ایران در سال ۲۰۱۹ بیشترین بازدهی را در بین تمامی بورس‌های جهان داشته است. روز یکشنبه برای اولین بار ارزش کل بازار سهام ایران به مرز ۱۹۰ میلیارد دلار رسید و پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد به زودی این عدد به ۲۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید. روز شنبه و در اولین روز هفته جاری نیز شاخص کل بورس تهران ۳٫۵درصد رشد داشت.

رشد بی‌سابقه بورس به دنبال حجم ورود نقدینگی

درباره رشد پرشتاب شاخص بورس در روزها و هفته‌های اخیر، هاشم ذوالفقاری کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه علت رشد بی‌سابقه شاخص بورس، ورود حجم گسترده‌ای از نقدینگی به این بازار است، گفت: این حجم از نقدینگی به هر بازاری که ورود کند زمینه رشد و رکوردشکنی‌های قیمتی در آن بازار را فراهم خواهد کرد.

ذوالفقاری در گفت و گو با ایرنا، به روند معاملات بورس در فروردین اشاره کرد و گفت: در نخستین ماه از سال ۹۹ گروه بانکی‌ها نسبت به سایر گروه‌ها روند خوبی را در پیش گرفتند و حدود ۴۰درصد رشد را تجربه کردند.

او با بیان اینکه اکنون اقبال بازار به سمت گروه پالایشی‌ها است، ادامه داد: علت این موضوع ناشی از صندوق‌های قابل معامله‌ای است که دولت می‌خواهد با ۲۰ درصد تخفیف در بازار عرضه کند به همین دلیل تا قبل از عرضه، قیمت‌ها بالا خواهد رفت.

ذوالفقاری با بیان اینکه گزارش شرکت‌های بزرگ در فروردین ماه به دلیل کرونا و وضعیت قیمت‌های جهانی تا حدودی ضعیف خواهد بود، گفت: بازار سرمایه از ۱۰ تا ۱۵ روز آینده وارد فاز اصلاحی می‌شود و تا چند روز روند آن منفی خواهد بود.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه اکنون دولت به دنبال ورود نقدینگی به بازار سرمایه است، افزود: با توجه به اینکه دیگر بازارهای موازی با بورس تورم زا هستند بنابراین دست دولت در این بازارها بسته است و نمی‌تواند اقدام چندانی را در راستای عرضه و تامین مالی از طریق آنها را انجام دهد.

وی به عرضه شستا در بورس اشاره کرد و گفت: دولت چندین شرکت بزرگ دولتی را مانند شستا با میزانی مشخص که به لحاظ مدیریتی با مشکل مواجه نشود در بورس عرضه کرد تا از این طریق علاوه بر تسویه بدهی و معوقات خود با پیمانکاران، زمینه کنترل تورم را فراهم کند.

ذوالفقاری با تاکید بر اینکه ورود پول به بازار نشان‌دهنده ادامه رشد بازار است، افزود: میزان و زمان دقیق این رشد مشخص نیست اما تا زمانی که بازار موازی از رکود خارج نشود بازار سرمایه به روند صعودی خود ادامه خواهد داد.

او با تاکید بر اینکه سرمایه‌گذاران باید این موضوع را در نظر داشته باشند که بازار به طور حتم اصلاحی را تجربه خواهد کرد، گفت: روند منفی بازار به معنای تغییر مسیر اصلی و انتهای رشد شاخص بورس نیست زیرا اتفاق جدیدی پیش نیامده که بخواهد روند بازار را تغییر دهد مگر آنکه اتفاق جدیدی مانند ابلاغ بخشنامه‌های جدید به این بازار رخ دهد که بتواند شاخص بورس را از مسیر اصلی خود دور کند.

به گفته وی، اعمال برخی از محدودیت‌ها جذابیت بازار را برای سرمایه‌گذاری کاهش می‌دهد و باعث می‌شود تا سرمایه‌گذاران به سمت سرمایه‌گذاری در دیگر بازارها سوق پیدا کنند و نقدینگی خود را به آن بازارها ببرند. در نتیجه بازار سرمایه حداقل تا نیمه اردیبهشت مثبت است، اما از زمان شروع گزارشات فروردین ماه، وارد فاز اصلاحی می‌شود و تغییر مسیر خواهد داد.

خصوصی‌سازی اموال دولتی چه بر سر اقتصاد می‌آورد؟

به گفته جعفر خیرخواهان، عرضه سهام شرکت‌های دولتی منجر به درآمدزایی برای دولت، بهبود مدیریت و کاهش زیان‌دهی این شرکت‌ها، افشاگری اطلاعات شرکت‌های دولتی می‌شود که باید دقت کرد تا این خصوصی‌سازی باعث انحصارگرایی خصوصی نشود و نظارت‌های دولتی بر عملکرد آنها وجود داشته باشد.

خیرخواهان در گفت‌وگو با ایسنا، درباره عرضه سهام شرکت‌های دولتی در بورس و تاثیرات این اقدام بر بازار سرمایه و اقتصاد کشور اظهار کرد: اکنون که وضعیت درآمدی دولت مناسب نیست و با کاهش درآمد مواجه شده، باید برای کسب درآمد اقدام کند که عرضه سهام شرکت‌های دولتی می‌تواند یکی از اقدامات موثر در این زمینه باشد.

او ادامه داد: زیان‌دهی شرکت‌های دولتی، قیمت‌گذاری دولتی و مدیریت ضعیف در این شرکت‌ها که عملکرد آنها را تحت تاثیر قرار داده را می‌توان از طریق خصوصی‌سازی این مشکلات ذکرشده را برطرف کرد. راهکاری برای اینکه خصوصی‌سازی در این زمینه همانند تجربه ناموفق دیگر خصوصی‌سازی‌ها نباشد این است که مالکیت در دست دولت باشد اما از صلاحیت و توانایی مدیریتی مناسب مدیرانی که در بخش خصوصی حضور دارند، استفاده شود تا هم عملکرد این شرکت‌ها ارتقا پیدا کند و هم منافع و سود این ارتقا عملکرد به جامعه کمک کند.

به گفته این کارشناس اقتصادی، باید مدیران از اختیاراتی برخوردار باشند. فقط به خصوصی کردن یا دولتی باقی ماندن توجه نشود بلکه به روشی بینابین که هم دولتی و هم خصوصی است هم توجه شود.

خیرخواهان با اشاره عرضه سهام شستا در بورس و اینکه با این عرضه افشاگری اطلاعات آن الزامی می‌شود، گفت: گام اول عرضه در بورس ایجاد شفافیت در عملکرد آن شرکت عرضه شده است زیرا، عرضه در بورس شرایطی را دارد که باید از آن تبعیت شود و صورت‌های مالی آنها سالانه بررسی می‌شود و در قضاوت عمومی قرار می‌گیرد که مدیریت این شرکت‌ها را مجبور می‌کند تا از حالت رخوت خارج بشوند.

او در پایان سخنانش با تاکید بر اینکه باید دقت شود که این امر منجر به انحصارگرایی خصوصی نشود، افزود: اگر شرکتی تولیدی کرده که نیاز عمومی است باید مقداری نظارت‌های دولتی هم بر این روند وجود داشته باشد تا اجحافی در حق مصرف‌کننده نشود.

گفتنی است که از زمان ورود به سال جدید عرضه سهام شرکت‌های دولتی در بورس از اهمیت و توجه زیادی برخوردار شده و رئیس‌جمهور در این زمینه در نخستین جلسه هیات دولت در سال جدید، بر اینکه دستگاه‌های دولتی باید سهام خود را در بورس عرضه کنند و در تماس‌هایی با وزیر اقتصاد بر تسریع در این امر تاکید کرده است. علاوه بر این، وزیر اقتصاد نیز اعلام کرد که در آینده نزدیک، سهام دولت در تعداد ۹ شرکت دولتی در رسته‌های انرژی (پالایشگاه و پتروشیمی)، مالی (بانک‌ها و بیمه‌ها) و صنایع فلزی و معدنی در بورس عرضه خواهند شد.

طبق گفته دژپسند، در این مرحله از واگذاری، تصمیم بر این است که به‌صورت فراگیر این سهام‌ها را عرضه کنیم تا همه مردم با اعمال تخفیف‌هایی (در مرحله اول و فقط برای یک‌بار) در دو گروه ۲۰ و ۲۵درصدی با سقف خرید ۲ میلیون تومان به ازای هر نفر بتوانند سهام عرضه‌شده را خریداری کنند.

دژپسند در پاسخ به اینکه چه مقدار درآمدزایی از واگذاری شرکت‌های دولتی خواهیم داشت، اینگونه توضیح داده که هدف عمده در این زمینه، انتقال مالکیت و مردمی کردن اقتصاد است که برآوردها نشان‌دهنده این است که از این طریق حدود ۳۰ هزار میلیارد تومان برای بودجه تامین مالی داشته باشیم.

همچنین دوره فراخوان تا عرضه ۱۰ روز است و گروه گروه این اتفاق رخ می‌دهد و تلاش بر این است که ۱۵ اردیبهشت اولین فراخوان واگذاری شرکت‌های دولتی باشد. همچنین مرحله دوم عرضه شرکت‌هایی هستند که بورسی نیستند و وارد بورس می‌شوند.

فرابورس

آغاز سال جدید در بازار فرابورس چگونه بود؟

بازدهی ۳۰درصدی در نخستین ماه ۹۹

شاخص کل فرابورس که در آخرین روز کاری سال ۹۸ در ارتفاع ۶ هزار و ۵۹۱ واحدی قرار داشت، در ۱۷ روز کاری سال جدید با رشد ۳۰درصدی توانست در قله ۸هزار و ۵۷۹ واحدی قرار بگیرد.

به گزارش روابط عمومی فرابورس ایران، فرابورس ایران اولین ماه کاری سال ۹۹ را با روی تابلو آوردن سهام یک شرکت جدید، عرضه دو نماد اسناد خزانه اسلامی، گشایش یک صندوق سرمایه‌گذاری و جمع‌آوری وجوه برای مقابله با کرونا از طریق اوراق تامین مالی جمعی نیکوکارانه پشت سر گذاشت و در عین حال در این ماه متغیرهای معاملاتی همچون حجم، ارزش و تعداد دفعات معاملات نیز نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش یافت.

نخستین عرضه اولیه فرابورس ایران در سال ۹۹ هفته سوم فروردین با عرضه ۱۲درصد از سهام شرکت سرمایه‌گذاری صباتامین در بازار اول فرابورس انجام شد و هر سهم «صبا» با قیمت ۱۲ هزار ریالی به تابلو معاملات آمد. خبر دیگر از عرضه‌ها به اسناد خزانه اسلامی در نمادهای «اخزا۸۲۱» و «اخزا۸۱۹» مربوط می‌شود که جمعا ۵۰ میلیون ورقه در قالب این سری از اخزا که در سال ۱۴۰۲ سررسید خواهد شد، به روش حراج در بازار ابزارهای نوین مالی عرضه شد.

در این ماه همچنین عرضه عمده ۱۱.۴درصد از سهام غیرمدیریتی شرکت پتروشیمی تندگویان در نماد «شگویا۴» در بازار دوم فرابورس قطعیت یافت که ارزش این معامله ۱۷ هزار و ۹۵۰ میلیارد ریال بود.

از دیگر رویدادهای مهم فروردین سال جاری در فرابورس گشایش صندوق سرمایه‌گذاری گنجینه یکم آوید در نماد «گنجین» بود تا معاملات ثانویه آن از طریق فرابورس امکان‌پذیر شود. از سوی دیگر از آنجا که فرابورس ایران برای استفاده از ظرفیت‌های بازار سرمایه، طرح تامین مالی جمعی را با هدف پیشگیری، درمان و تحقیق در زمینه بیماری کرونا پیشنهاد کرده است، پذیره‌نویسی اوراق تامین مالی جمعی نیکوکارانه در دو نماد کرونا۱ و کرونا۲ که از ۲۷ اسفندماه ۹۸ آغاز شده، در فروردین‌ماه ۹۹ نیز انجام شد که این پذیره‌نویسی تا پایان اردیبهشت ادامه می‌یابد.

بررسی تحولات فرابورس در یک ماه گذشته نشان می‌دهد که شاخص کل فرابورس که در آخرین روز کاری سال ۹۸ در ارتفاع ۶ هزار و ۵۹۱ واحدی قرار داشت، در ۱۷ روز کاری سال جدید با رشد ۳۰درصدی توانست در قله ۸هزار و ۵۷۹ واحدی قرار بگیرد. ارزش بازار فرابورس نیز در یک ماه نخست سال ۹۹ از رقم ۹ میلیون و ۴۲ هزار و ۷۱۲ میلیارد ریالی عبور کرد که نشان‌دهنده ۳۰درصد افزایش نسبت به اسفندماه سال گذشته است.

طی روزهای معاملاتی اولین ماه بهار امسال در مجموع ۶۷ میلیارد و ۸۳۰ میلیون ورقه بهادار در ۱۲ هزار و ۵۹۹ نوبت دادوستدی نقل‌وانتقال یافته است که ارزش ۵۸۰ هزار و ۴۹۰ میلیارد ریالی را به ثبت رساند و به ترتیب نشانگر رشد ۲۶۹، ۳۶۳ و ۶۵۷ درصدی این متغیرها نسبت به فروردین‌ماه سال گذشته است. به طور میانگین در ۱۷ روز کاری فروردین‌ماه، روزانه ۳ میلیارد و ۹۹۰ میلیون ورقه به ارزش ۳۴ هزار و ۱۴۴ میلیارد ریال میان معامله‌گران بازارهای فرابورس دست به دست شده است.

رصد جداگانه معاملات بازارهای فرابورسی نشان می‌دهد به ترتیب بازارهای اول، پایه، ابزارهای نوین مالی و دوم با رشد ۳۳۲، ۳۰۹، ۲۶۱ و ۲۱۱درصدی نسبت به فروردین سال قبل، بیشترین افزایش در حجم معاملات را به ثبت رساندند. با مقایسه ارزش معاملات بازارها نیز می‌بینیم که بازار اول با افزایش ۱۶۴۴درصدی رتبه نخست را دارد و بعد از آن بازارهای دوم، پایه و ابزارهای نوین مالی به ترتیب بیشترین رشد ارزش مبادلاتی را تجربه کرده‌اند.

طی این ماه در بازار اول ۶ میلیارد و ۳۸۵ میلیون سهم به ارزش ۸۲ هزار و ۲۵۳ میلیارد ریال تغییر مالکیت یافت و بازار دوم نیز میزبان نقل و انتقال ۲۳ میلیارد و ۴۵۶ میلیون سهم به ارزش ۲۸۵ هزار و ۶۶۵ میلیارد ریال بود.

همچنین در بازار پایه شاهد دست به دست شدن ۳۶ میلیارد و ۴۵۰ میلیون سهم به ارزش ۱۳۸ هزار و ۳۹۷ میلیارد ریال و در بازار ابزارهای نوین مالی شاهد مبادله یک میلیارد و ۵۲۸ میلیون ورقه به ارزش ۷۴ هزار و ۴۲ میلیارد ریال بودیم. در عین حال، خریداران و فروشندگان اوراق گواهی تسهیلات مسکن یک میلیون و ۲۰۰ هزار ورقه تسه را معامله کردند که از این طریق ارزش ۵۸۳ میلیارد ریالی را به ثبت رساندند.

در این میان، بیشترین ارزش معاملات خرد سهام در اختیار گروه سرمایه‌گذاری‌ها بود. در ماهی که سپری شد ارزش معاملات خرد در بازار سهام به ۴۶۱ هزار و ۴۵۰ میلیارد ریال رسید که از این رقم، گروه سرمایه‌گذاری‌ها با معاملاتی به ارزش ۵۳ هزار و ۶۵۵ میلیارد ریال، ۱۲درصد از ارزش کل مبادلات را در اختیار گرفت و به لحاظ بیشترین میزان ارزش معاملاتی، صدرنشین شد. بعد از آن گروه‌های فلزات اساسی، عرضه برق، گاز، بخار و آب گرم و محصولات شیمیایی با اختصاص ۱۰، ۹ و ۹درصد از ارزش مبادلات خرد بازار سهام به ترتیب در جایگاه‌های دوم تا چهارم قرار گرفتند.

سازمان آگهی‌ها
۸۶۰۷۳۱۴۳

توزیع بیش از ۲۰۰ هزار تن کالای اساسی برای تنظیم بازار ماه رمضان

وزیـر صنعت، معـدن و تجارت از توزیع بیـش از ۲۰۰ هزار تن کالای اساسی و مایحتاج ضروری مردم در ماه مبارک رمضان خبر داد.

به گزارش شـاتا، رضا رحمانی اعلام کرد: بـا توجه به افزایش تقاضای برخـی اقلام کالایی در ماه مبارک رمضان، حـدود ۲۰۰ هزار تن کالا از محل ذخایر و واردات کالاهای اساسـی و ضروری با ارز ۴۲۰۰ تومانی به استان‌ها تخصیص یافته است.

وی گفـت: در طول ماه مبارک رمضـان بیش از ۵۰ هزار تن برنج، ۵۰ هزار تن شکر، ۵۰ هزار تن روغن نباتی، ۱۵ هزار تن گوشت مرغ منجمد، ۱۰ هزار تن گوشت قرمز منجمد و خرما به میزان کافی و با قیمت تنظیم بازار در سطح کشور توزیع خواهد شد.

دستور ویژه به سازمان حمایت برای تشدید اقدامات نظارتی و بازرسی در ایام ماه مبارک رمضان

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشـاره به نامه ارسـالی به سازمان‌های صمت اسـتان‌ها بـرای کنترل بازار در ماه مبارک رمضـان، تصریح کرد: برای جلوگیری از نوسـان نامتعارف قیمت‌ها به خصوص در اقلام کالایی پروتئینی، برنج، روغن، قند و شـکر، خرما، انواع میوه، شیرینی پرمصرف و محصـولات لبنی؛ دسـتور اجرای طرح تشـدید نظارت و بازرسـی در سطح کشور به سـازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ابلاغ شـده اسـت. رحمانی گفت: این طرح توسط بازرسـان سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، بازرسـان سازمان‌های صمت استان‌ها و اتاق اصناف، با هدف تسـهیل و تسـریع در دسترسی مردم به کالاهای موردنیاز با قیمت مصوب و مناسب و نظارت بر عملکرد واحدهای تولیدی، توزیعـی و خدماتی و همچنین برخورد با تخلفـات احتمالی با همکاری اتاق‌های اصناف و دستگاه مرتبط در دستور کار است. وی اعلام کرد: در طرح تشـدید نظارت و بازرسی ویژه ماه مبارک رمضان، نظارت بر حسن اجرای تامین و توزیع به موقع کالاهای موردنیاز اعم از سهمیه اختصاص یافته استانی در قالب اقلام تنظیم بازاری و دیگر کالاهای پرمصرف انجام خواهد شد و برای حصول اطمینان از صحت جذب و عرضه سهمیه‌های تخصیص یافته در شـبکه تعریف‌شـده با قیمت مصوب و حسـب مورد برخورد موثر و بازدارنده با تخلفات، به صورت ویژه دنبال می‌شود.

حداکثر قیمت هر کیلو طلای سرخ ۱۰ میلیون تومان

عضو شورای ملی زعفران گفت با توجه به تعطیلی کشورهای خریدار زعفران، بازار روشنی پیش روی محصول نیست.

علی حسـینی عضو شـورای ملی زعفران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از رکود و کسادی بازار زعفران خبر داد و گفت: با گسترش ویروس کرونا در سراسـر دنیا و تعطیلی مراکز خرید و فروشـگاه‌ها، بـازار به روال عادی خود بازنگشته است.

وی افـزود: با توجه به تعطیلی کشـورهای خریدار زعفران ایرانی، چشـم‌انداز روشنی پیش روی بازار این محصول طی روزهای آتی نیست و بعد از خروج این ویروس از کشورهای دنیا شاید بتوان عقب‌ماندگی قبل را جبران کرد.

حسـینی حداقل قیمت هر کیلـو زعفران را ۶ میلیون تومـان و حداکثر ۱۰ میلیون تومان اعلام کرد و گفت: با توجه به آنکه زعفران کالای صادراتی به شمار می‌رود، از این رو قیمت زعفران تابع تقاضای بازارهای صادراتی است.

به گفته این مقام مسـئول، تا زمانی که شـیوع ویروس کرونا در دنیا فروکش نکند، از این رو آینده روشـنی را برای زعفران و دیگر کالاهای صادراتی متصور نیستیم.

عضو شورای ملی زعفران درباره آخرین وضعیت صادرات طلای سرخ گفت: بنا بر آمار میزان صادرات در نیمه دوم سـال ۹۸ نسبت به مدت مشابه سال ماقبل خود کاهش جزئی داشـته اسـت، اما رقم دقیق آن را به سبب سوءاستفاده‌های احتمالی نمی‌توان اعلام کرد.

حسینی با اشاره به اینکه ایران بیش از ۹۰درصد زعفران دنیا را تامین و تولید می‌کند، گفت: همه سـاله قبل از ماه رمضان کشـورهای منطقه شروع به خرید زعفران می‌کند، اما در شـرایط فعلی که کشـورها درگیر ویروس کرونا هستند، تقاضای چندانی برای خرید وجود ندارد.

وی در پایـان دربـاره آینده بـازار زعفران در ماه رمضان گفت: همه سـاله از ۲۰ روز تا یک‌ماه مانده به ماه رمضان کشـورهای منطقه اقدام به خرید زعفران می‌کردند، اما در شـرایط فعلی که مرزها فعال نیستند، نوسان چشمگیری را در بازار زعفران نخواهیم داشت.

تحویل سیم‌کارت‌های سرپرستان خانوار توسط پست

مدیرعامل شـرکت ملی پسـت با اشـاره به توزیع سـیم‌کارت‌های سرپرسـتان خانـوار بـرای دریافـت وام یـک میلیـون تومانی گفت سـیم‌کارت‌های ثبت نامی سرپرسـتان خانوار از طریق شـرکت ملی پست توزیع می‌شود.

به گزارش ایسـنا، حسین نعمتی - رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل پست - با اشـاره به ارائه سیم‌کارت‌های سرپرستان خانوار اظهار کرد: پـس از اعلام دولـت، مبنی بر لزوم ارسـال پیامک به کـد ۶۳۶۹ از سـیم‌کارتی که به نام سرپرست خانوار اسـت برای دریافت تسهیلات یـک میلیون تومانـی، تعداد زیادی از متقاضیانی که فاقد این شـرط بودند به دفاتر مربوطه برای دریافت سیم‌کارت مراجعه کردند.

وی افزود: برهمین اساس اپراتورهای تلفن همراه نسبت به تخصیص سـیم‌کارت رایگان به این دسـته از هموطنان اقـدام کردند، بنابراین در روزهای نخسـت طرح مذکور، تعـداد زیادی از این افراد با مراجعه حضوری در دفاتر و نمایندگی‌های اپراتورها ضمن به مخاطره انداختن سلامت خود، زمینه افزایش انتشار این ویروس را فراهم کردند.

بنا بر اعلام شرکت پسـت، نعمتی خاطرنشان کرد: در همین رابطه وزیـر ارتباطـات و فنـاوری اطلاعات رویه یادشـده را اصـلاح کرد و پیشـگیری از ثبت‌نام و دریافت حضوری سیم‌کارت را مورد تاکید قرار داد.

مدیرعامل شرکت پسـت با بیان اینکه این شرکت همواره در ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود در عرصه‌های مختلف حضور فعال داشته و نقش موثری در شـرایط مختلف بحرانی کشـور مانند سـیل، زلزله و ... ایفـا کرده اسـت تصریح کرد: در این شـرایط خطیـر نیز به‌رغم دشواری‌های موجود، ضمن همکاری با اپراتورهای فعال در حوزه تلفن همراه کشـور، با ارسال این سـیم‌کارت‌ها به نشانی سرپرستان خانوار گامی سـترگ در مسیر استمرار فاصله‌گذاری هوشمند و پیشگیری از انتشار ویروس کرونا برداشته است.

نعمتـی یادآور شـد: با این تسـهیل ایجادشـده بـرای هموطنان، سرپرسـتان خانوار، به سـامانه‌های تحت وب اپراتورهای تلفن همراه مراجعه و پس از ثبت اطلاعات موردنیاز از جمله نشانی دقیق پستی و کد پسـتی محل سکونت، سیم‌کارت به نام وی صادر و پس از تحویل پاکت محتوی سـیم‌کارت به پست، این مرسولات در اسرع وقت درب منازل سرپرستان خانوار تحویل می‌شود.

اخبـــار

برنج در فهرست مبارزه با احتکار قرار گرفت

براساس مصوبه ستاد تنظیم بازار در مورخ ۹۹/۰۱/۳۰کالای برنج برای جلوگیـری از قاچاق خروجی در فهرسـت کالاهای مبارزه با احتکار قرار گرفت.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، براساس مصوبه ستاد تنظیم بـازار در مـورخ ۹۹/۰۱/۳۰ کالای برنج بـرای جلوگیری از قاچاق خروجی در فهرست کالاهای مبارزه با احتکار قرار گرفت.

در این مصوبه آمده است:

با عنایت بـه ضرورت حفظ آرامش بازار برنـج و اطلاعات واصله از قاچـاق خروجی و احتکار این کالا در برخی انبارها مقرر گردید، کالای برنج در فهرسـت کالاهـای مبارزه با احتکار قـرار گرفته و تمام دستگاه‌های نظارتی از جمله سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، سـازمان تعزیرات حکومتی و سـایر دستگاه‌های نظارتی با حداکثر تـوان از ظرفیت‌های خود برای مبارزه با احتکار احتمالی این کالا در سراسر کشور استفاده کنند.

رشد ۴ برابری جرائم سایبری در بحران کرونا!

یکـی از مقامـات پلیس فدرال آمریـکا از ۴ برابر شـدن جرایم سـایبری در بحبوحه شیوع گسـترده ویروس کرونا در کشورهای مختلف جهان خبر داد.

بـه گزارش ایسـنا، اوگورتز، به عنـوان یکی از مقامات ارشـد و کارشناسـان پلیس فدرال آمریکا (FBI) بـه تازگی در مصاحبه و گفت‌وگو با گزارشـگر وب‌سایت زد دی نت، خاطرنشان کرده است: تا قبل از شـیوع گسترده ویروس خطرناک و مرگبار کرونا ما تقریباً یک هزار نامه شـکایت در روز درخصوص حملات سایبری دریافت می‌کردیم اما حالا با شـیوع گسـترده ویـروس خطرناک و مرگبار کرونا در کشـورهای مختلف از جمله ایـالات متحده این آمار به ۳ هزار الی ۴ هزار نامه شکایت از سوی کاربران و شرکت‌های مختلف در روز افزایش یافته است.

وی در ادامـه اظهارات خود تاکید کـرد: پلیس فدرال آمریکا که مسـئولیت نظارت بر مسـائل امنیتی و اطلاعاتـی برعهده دارد، از تمامی حملات سـایبری که از سـوی کشـورهای خارجی انجام و هدایت می‌شـود مطلع بوده و در تلاش است با همکاری محققان و کارشناسـان امنیت سایبری بسـیاری از این حملات را که به قصد بخش سـلامت و بهداشـت ایالات متحده آمریکا صورت می‌گیرد، شناسـایی کـرده و در حتی‌الامکان، از دسترسـی آنها به اطلاعات محرمانه بیمارسـتان‌ها و وزارت بهداشـت در این کشور جلوگیری به عمل بیاورد.

پیشـتر نیز بسیاری از کارشناسان امنیتی همچون محققان فعال در موسسـه سـوفولب (SophosLabs) درخصـوص پیش‌بینی بدافزارها در سـال ۲۰۱۸ بـرآورد کرده و هشـدار داده بودند که خطرات و تهدیداتی که حملات سایبری برای موسسات، شرکت‌ها، بانک‌ها و کاربران عادی ایجاد می‌کردند، نه تنها در سـال‌های آتی کمتر نخواهد شـد، بلکه رکورد سال‌های گذشته را نیز خواهد زد و هر ساله وضعیت وخیم‌تر و بدتری را ایجاد خواهد کرد.

در چند سـال گذشـته باج‌افزار، بدافزار و ویروس‌هـای رایانه‌ای بسـیاری در سراسـر جهان، اطلاعات محرمانـه، خصوصی و مالی میلیون‌ها نفر را به سـرقت بردند و میلیاردها دلار به شـرکت‌های مربوطه و دولت‌ها خسـارت وارد کرده‌اند. حمله سـایبری توسـط بدافـزار واناکرای (WannaCry) به طور قطع یکی از مهلک‌ترین حملاتی اسـت که در طول سـال‌های اخیر صورت گرفته اسـت و میلیاردها خسـارت برای دولت و شـرکت‌های مختلف کشـورهای جهان برجای گذاشـته اسـت. همانطور که در اخبار گذشته اشاره شده است، سالانه شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی و خصوصی بزرگی در سراسـر جهان متحمل خسـارات و آسـیب‌های جبران‌ناپذیری می‌شـوند که از جمله مهم‌ترین آنها می‌توان به حمله سـایبری به شـرکت مالی اکوئیفاکس در آمریکا، سـازمان بهداشـت و سلامت در انگلسـتان، وزارت‌های دفاع و امور خارجه بسیاری از کشورها و شرکت سابرسی دیلویت (Deloitte) در آمریکا اشاره کرد.

معاون وزیر صمت تاکید کرد

پرداخت ۱۲ میلیون تومان تسهیلات در صورت تصویب ستاد ملی به بنگاه‌ها به ازای حفظ اشتغال هر نیروی کار فعال

معاون امور حقوقی، مجلس و اسـتان‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت در گفت‌وگوی ویژه خبر ۲۱ شـبکه یک سیما، درخصوص نحوه اعطای تسـهیلات حمایتی به بنگاه‌های آسـیب‌دیده از کرونا اعلام کرد: مجموع این تسـهیلات ۵۲ هزار میلیارد تومان است که در صورت تصویب ستاد ملی به هر بنگاه اقتصادی فعال، به ازای هر نفر شاغل، ۱۲ میلیون تومان تسهیلات اعطا می‌شود.

به گزارش شاتا، افشار فتح‌الهی افزود: دولت بنا به شرایط به وجود آمده بعد از شـیوع کرونا و برای حفظ اشـتغال واحدها و بنگاه‌های اقتصـادی و همچنیـن تامیـن سـرمایه در گردش آنهـا، تصمیم به پرداخت این تسـهیلات گرفته اسـت. وی اضافه کرد: کسـب و کارهایی که مشمول این طرح می‌شوند، شامل حوزه‌های مختلف از جمله بخش گردشگری، هتل‌ها و مسافرخانه‌ها، حوزه‌های تولیدی، صنوف و شرکت‌های پخش اقلام موردنیاز مردم، باشگاه‌های ورزشی و فرهنگی هنری و... اسـت که به تشـخیص دستگاه‌های مرتبط از این طرح بهره‌مند می‌شـوند. معاون وزیـر صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: آیین‌نامه‌ای برای این موضوع پیش‌بینی شـده اسـت که در اولیـن فرصت به تصویب سـتاد ملی مبارزه با کرونا می‌رسـد و اطلاع‌رسانی می‌شود. فتح‌الهی گفت: کسب و کارهای زیادی در این ایام به نوعی آسـیب دیدند و شـرایط آنها مورد توجه قرار گرفته تا آن دسته از کسب و کارهای آسیب‌دیده از شیوع کرونا، البته به جز بنگاه‌هـای بزرگ که محدودیت‌هایـی در این طرح برای آنها وجود دارد، در اولویت پرداخت تسهیلات قرار گیرند .

فتح‌الهی افزود: حمایت از بنگاه‌های کوچک و کسـب و کارهایی کـه تعداد شـاغلین آنها به سـبب تعـداد بالای ایـن بنگاه‌ها زیاد اسـت، برای حفظ اشـتغال افراد اسـت و به گونه‌ای است که ارقام اختصاص‌یافته به خود بنگاه‌ها مبلغ پایینی است.

چرا خودروهای داخلی در بازار خلوت آنقدر گران شدند؟

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو تهران، دو عامل خودروهای کارتکسی (ویرایشی) که باعث افزایش ۱۰درصدی قیمت‌ها شده‌اند و تعطیلی مراکز شماره‌گذاری خودروها را دلیل افزایش قابل توجه خودروها در بازار خودرو در اولین روزهای آغاز معاملات دانست، اما طی روزهای آینده با آغاز رسمی خرید و فروش‌ها، مجدد بازار به حالت عادی بازگشته و سبب کاهش قیمت‌ها خواهد شد.

سعید موتمنی با بیان اینکه بررسی قیمت‌ها نسبت به ۲۸ و ۲۹ اسفندماه نشان می‌دهد که افزایش حدود ۱۰درصدی ایجاد شده است، اظهار کرد: برخی از نمایندگان شرکت‌های خودروساز از حدودا هفت یا هشت روز گذشته، کار خود را آغاز کرده‌اند. این نمایندگان تعدادی از خودروهای ویرایشی (کارتکس) را برای افرادی که بیش از ۱۸ ماه است که ثبت نام خودرو نداشتند، با قیمت بالا عرضه کرده‌اند. زمانی که فروشندگان خودرو می‌بینند که نمایندگان رسمی خودروسازان به طور مثال خودروی ۲۰۶ای را که پیش از سال جدید، ویرایشی ۹۵ میلیون تومان عرضه می‌کرده است، اکنون در حدود ۱۱۶ میلیون تومان می‌فروشد، قیمت‌های خود را بالا می‌برند.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو تهران، ضمن تاکید بر اینکه همیشه قیمت خودروهای ویرایشی (کارتکسی) برای مشتریان بازار، پایه قیمتی به حساب می‌آید، گفت: هر زمان که به طور مثال خودروی ویرایشی،۹۰ میلیون تومان باشد، در بازار آزاد حدود ۵ میلیون تومان بالاتر به فروش می‌رسد؛ چراکه در حقیقت نمایندگی‌های شرکت خودروساز تریبون آن شرکت هستند و مصوبات شرکت را اجرا می‌کنند بنابراین این قیمت‌ها مبنا و پایه قیمتی خودروها در بازار آزاد قرار می‌گیرد. این فروش‌های کارتکسی بر التهابات بازار افزوده و سبب رشد قیمت‌ها در بازار شده است.

موتمنی در ادامه، افزود: از سوی دیگر، دلیل دیگر این افزایش قیمت‌ها این است که فعلا محصولات خودروسازان ایران خودرو و پارس خودرو، شماره‌گذاری و پلاک نمی‌شوند. در حقیقت بخش شماره‌گذاری این دو خودروساز تعطیل بوده و ماشین‌ها پلاک ندارند، نمایندگان هم که خودروهای پلاک نشده را خریداری را نمی‌کنند. در حال حاضر خودروهایی که در بازار موجود هستند و شماره‌گذاری شده‌اند، پیش از سال جاری تحویل گرفته شده‌اند.

وی در رابطه با وضعیت معاملات در بازار خودرو، اعلام کرد: همچنان در بازار تقاضایی وجود ندارد، خریداری در بازار نیست و معاملات راکد است اما طی روزهای آینده با شروع رسمی معاملات، بازار به حالت عادی بازخواهد گشت که به دنبال آن کاهش قیمت‌ها را شاهد خواهیم بود.

منظور از خودروهای ویرایشی یا کارتکسی این است که زمانی که خودرو از شرکت خریداری می‌شود، مبلغ واریز و پلاک به نام فرد صادر می‌شود، لذا در خرید از نمایندگی‌ها، در حقیقت صلح می‌زنند. مشخصات مشتری وارد و مبلغ را دریافت می‌کنند؛ پنج روز تا یک ماه پس از آن خودرو تحویل داده می‌شود.

هیچ خودروی جدیدی ثبت سفارش نمی‌شود

مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات وزارت صمت درباره اطلاعیه‌ای مربوط به ثبت سفارش‌های خودرویی ۱۳۹۹/۰۱/۲۸که اخیرا در سامانه جامع تجارت منتشر شده، گفت باز شدن ثبت سفارش خودرو برای ویرایش و اقدامات لازم برای ترخیص خودروهایی است که تاریخ ثبت سفارش و قبض انبار آنها مربوط به قبل از ممنوعیت واردات است و خودروهای فاقد ثبت سفارش را شامل نمی‌شود.

به گزارش ایران خبر، ۲۸ فروردین ماه اطلاعیه‌ای تحت عنوان «اجرایی شدن تصویب نامه ۱۵۲۶۷۶ت۵۷۳۹۴ مربوط به ثبت سفارش‌های خودرویی ۱۳۹۹/۰۱/۲۸ در سامانه جامع تجارت منتشر شد که طبق آن امکان ثبت‌سفارش‌های خودرویی موضوع بند ۳ تصویب‌نامه شماره ۱۳۷۱۶۱/ ت۵۶۰۲۳ه مورخ ۹۷/۱۰/۱۶ تا تاریخ ۱۳۹۹/۰۲/۲۹تمدید شدند. همچنین در این اطلاعیه جزییات دیگری ذکر شده که در سایت سامانه جامع تجارت ایران قابل رویت است.

در این باره سعید عباسپور در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: براساس آخرین مصوبه دولت درباره ثبت سفارش‌های خودرویی، خودروهای دپوشده در گمرک منوط به اینکه تاریخ ثبت سفارش و قبض انبار آنها مربوط به قبل از ممنوعیت واردات خودرو باشد، می‌تواند ترخیص شود و این اطلاعیه نیز مربوط به همین موضوع است.

وی افزود: همچنین خودروهایی که به دلیل داشتن حکم قضایی در گمرک مانده بود، در صورت صدور حکم قضایی ترخیص می‌شوند که تعداد آنها کم است. این مقام مسئول در پاسخ به اینکه آیا بازشدن ثبت سفارش مربوط به خودروهایی است که قبل از ممنوعیت واردات وارد شده، اما ثبت سفارش نشدند، پاسخ داد: ثبت و سفارش برای ویرایش و اقدامات لازم برای ترخیص است و برای افتتاح نیست. ضمنا خودروهای فاقد ثبت سفارش مشمول این مصوبه نمی‌شوند.

به گفته مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات وزارت صمت، آخرین مصوبه در این زمینه مربوط به خودروهایی است که قبل از ممنوعیت واردات ثبت سفارش شدند، ولی به دلایل مشکلات بانکی، ارزی یا مشکلات دیگر ترخیص نشدند و حالا طبق این مصوبه اجازه ترخیص یافتند.

عباسپور با بیان اینکه در حال حاضر برای هیچ خودروی جدیدی ثبت سفارش انجام نمی‌شود، گفت: ممکن است خودرویی در گمرک باقی مانده باشد، اما چون فاقد ثبت سفارش است ترخیص نمی‌شود، چراکه آخرین مصوبه به ما اجازه ثبت سفارش جدید نداده است.

چالش نفر چهارم

در راستای مهار شیوع کرونا، طرح فاصله‌گذاری اجتماعی مطرح و توصیه شد افراد برای عدم ابتلا به کرونا حداقل یک متر با دیگران فاصله داشته باشند، اجرای این توصیه در محیط‌های عمومی و باز امکان‌پذیر بود، اما در فضاهای محدود چه؟ وسایل حمل و نقل عمومی همچون مترو و اتوبوس به دلیل داشتن فضاهای بازتر توانستند بدون حواشی، طرح فاصله‌گذاری اجتماعی را کج‌دار و مریز با نصب برچسب‌های هشدار و ... اجرایی کنند، اما اجرای این طرح در تاکسی به دلیل محدودیت فضا با چالش‌هایی مواجه شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، اجرای طرح فاصله‌گذاری اجتماعی در تاکسی‌ها، متفاوت بود، چراکه فضای محدود داخل خودرو ابتکار عمل برای اجرای این طرح را سلب کرد و مسئولان از رانندگان خواستند که به جای سه مسافر در صندلی عقب، تنها دو مسافر را پذیرش کنند.

نمی‌توان از جیب تاکسیران یک طرح ملی را اجرایی کرد

علیرضا قنادان، مدیرعامل سازمان تاکسیرانی شهر تهران در رابطه با اجرای این طرح در تاکسی‌ها می‌گوید: فاصله‌گذاری اجتماعی از اواسط اسفندماه در تاکسی‌های پایتخت اجرایی شد و از رانندگان تاکسی در خطوط پرتردد درخواست کردیم که در صندلی عقب به جای ۳ مسافر، ۲ نفر را سوار کنند.

وی با بیان اینکه نمی‌توان از جیب تاکسیران یک طرح ملی را اجرایی کرد و می‌بایست به این قشر ضعیف جامعه کمک شود، ادامه می‌دهد: منطقاً وقتی ما نرخ کرایه تاکسی را برمبنای ۴ مسافر تعیین می‌کنیم باید در این شرایط بحرانی که رانندگان تاکسی نیز معیشت‌شان به خطر افتاده، فکری به حال نرخ کرایه آنها کنیم تا بیش از این ضرر نکنند و به نظر می‌رسد این انتظار که کرایه تاکسی‌ها با وجود حذف یک مسافر افزایش نیابد، منطقی نیست و طبیعی است که مازاد کرایه را یا باید دولت پرداخت کند و یا کرایه نفر چهارم به طور مساوی میان سه سرنشین دیگر تقسیم شود.

مدیرعامل سازمان تاکسیرانی با بیان اینکه بسیاری از مردم با پرداخت بخشی از کرایه نفر چهارم مشکلی ندارند و حتی گزارشات و درخواست‌هایی به خصوص از سوی بانوان داشتیم که حتی بعد از پایان کرونا، در صندلی عقب تنها دو مسافر سوار شود، می‌افزاید: البته از سوی دیگر گزارشاتی دریافت کردیم مبنی بر اینکه برخی رانندگان تاکسی هم به اجرای این طرح تمکین نمی‌کنند و می‌خواهند چهار نفر مسافر را در تاکسی سوار کنند که باید اعلام کنم براساس آخرین بررسی‌ها، نرخ رعایت طرح فاصله‌گذاری اجتماعی در خطوط ۶۰درصد بوده تا اما حالا این نرخ به بیش از ۷۵درصد رسیده است و اغلب تاکسیرانان این طرح را اجرایی می‌کنند.

وی می‌افزاید: البته تصورمان این بود که با آغاز فعالیت ادارات و سازمان‌ها، تعداد مسافران افزایش یابد، اما بررسی‌ها نشان داد که در این هفته نسبت به مدت مشابه سال قبل شاهد کاهش ۶۴درصدی مسافران تاکسی هستیم.

از کاهش درآمد رانندگان تاکسی، نباید غفلت کرد

به گزارش ایسنا، با اینکه مدیرعامل سازمان تاکسیرانی معتقد است که بسیاری از مردم با سوارکردن دو مسافر به جای سه نفر در صندلی عقب موافق هستند، اما کاهش درآمد رانندگان تاکسی نیز نباید مورد غفلت قرار گیرد؛ کرایه‌ای که بسیاری از مسافران زیربار پرداخت آن نمی‌روند و برخی از رانندگان نیز در واکنش به این موضوع حاضر نیستند از درآمد خود چشم‌پوشی کنند و بعضا سبب بروز اختلاف و بحث میان راننده و مسافر می‌شود.

یک کارشناس حوزه حمل و نقل معتقد است که نرخ کرایه متعلق به خطوط است و چه ۱۰ مسافر و چه ۳ مسافر باید نرخ کرایه خط را پرداخت کنند.

اخبار

جهش تولید خودرو نیازمند استراتژی شفاف و شناخت محصول است

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی بر اهمیت تدوین استراتژی شفاف و شناسایی نقاط ضعف زنجیره تامین برای تحقق جهش تولید تاکید کرد.

سعید باستانی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص شاخص‌های موثر بر تولید و تحقق جهش تولید اظهار داشت: در مبحث جهش تولید، گمان برخی بر این است که جهش تولید می‌بایست برای هر کالایی اتفاق بیفتد، در صورتی که جهش تولید نیازمند قابلیت جهش، استراتژی مدون، توان فنی، مهندسی و اقتصادی، وجود زنجیره‌های مرتبط اعم از محیط کسب و کار و منابع تامین مالی است.

وی افزود: جهش تولید در محصولات خودرویی نیازمند وجود یک استراتژی شفاف و بررسی زنجیره‌های مرتبط با تولید در مراحل قبل از ساخت خودرو نظیر چگونگی تولید و تامین مواد اولیه و همچنین مرحله پس از عرضه خودرو و شناسایی نقاط ضعف است که می‌بایست در دستور کار خودروسازان قرار گیرد.

عضو نماینده مردم تربت حیدریه، مه‌ولات و زاوه در مجلس شورای اسلامی گفت: در اتحادیه اروپا، در یک کارخانه علاوه بر تولید آهن اسفنجی، ذوب و نورد، بدنه BMW و درب موتور نیز تولید و تحویل خودروسازان می‌شود که نشان از وجود یک استراتژی مدون و شفاف برای سرمایه‌گذاری و تولید خودرو است.

باستانی ضمن بیان لزوم اصلاح وضعیت بنگاه‌داری در صنعت خودرو بیان کرد: می‌بایست در موضوعاتی نظیر وضعیت سهامداران، تعیین ذی‌نفعان و نقش دولت و حضور یا عدم حضور آن در صنعت خودرو شفاف‌سازی شود.

وی با تاکید بر اهمیت نقش سهامداران در صنعت خودرو به عنوان ذی نفعان ادامه داد: رفع مشکل سهامداری در خودروسازی‌ها به برنامه‌ریزی درخصوص چگونگی بنگاه‌داری و پالایش شرکت‌های اقماری و همچنین ارائه راهکارهایی برای مدیریت زیان‌های انباشته، هزینه‌های مازاد، نیروی مازاد و نحوه تامین منابع مالی می‌انجامد که در حال حاضر صنعت خودرو در این حوزه‌ها دچار بلاتکلیفی و روزمرگی است.

تمدید الکترونیکی بیمه‌نامه ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه خودرو

رئیس کل بیمه مرکزی اظهار داشت از ۲۱ اسفندماه تا ۱۵ اردیبهشت ماه بیمه‌نامه ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه خودرو در سطح کشور به صورت غیرحضوری و الکترونیکی تمدید می‌شود که بعد از پانزدهم اردیبهشت ماه افراد می‌توانند نسبت به تمدید بیمه از طریق حضور فیزیکی هم اقدام کنند.

غلامرضا سلیمانی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایلنا، درباره میزان هزینه‌های پرداخت شده از سوی صنعت بیمه برای مهار کرونا و هزینه درمان افراد مبتلا اظهار داشت: از همان بدو شیوع ویروس کرونا در کشور صنعت بیمه فعال بوده و برای کمک به شهروندان، برنامه‌ریزی‌های تعیین‌شده را به اجرا رساند.

وی با اشاره به برخی از اقدامات انجام‌شده برای مهار ویروس کرونا در کشور از سوی شرکت‌های بیمه‌ای گفت: در راستای جلوگیری از شیوع ویروس کرونا اعلام شد، بیمه شخص ثالث تمام خودروهایی که بیمه‌نامه آنها منقضی شده به صورت خودکار و بدون نیاز به حضور فیزیکی افراد تمدید می‌شود.

رئیس کل بیمه مرکزی افزود: بنابراین از بیست و یکم اسفندماه تا پانزدهم اردیبهشت بیمه شخص ثالث خودروها به صورت خودکار بدون لحاظ جریمه تمدید خواهد شد و افراد می‌توانند تا پانزدهم اردیبهشت به صورت الکترونیکی نسبت به تمدید بیمه‌نامه شخص ثالث اقدام کنند.

وی با بیان اینکه تاکنون ۲ هزار میلیارد تومان بیمه‌نامه شخص ثالث را به صورت خودکار تمدید کرده‌ایم، گفت: از ۲۱ اسفندماه تا ۱۵ اردیبهشت ماه بیمه‌نامه ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه خودرو در سطح کشور به صورت غیرحضوری و الکترونیکی تمدید می‌شود که بعد از پانزدهم اردیبهشت ماه افراد می‌توانند نسبت به تمدید بیمه از طریق حضور فیزیکی هم اقدام کنند.

سلیمانی درباره محصول و خدمات جدید شرکت‌های بیمه متناسب با شرایط کرونا ادامه داد: یکی از محصولات جدید شرکت‌های بیمه این بوده که تمام هزینه‌های درمانی افراد طرف قرارداد مبتلا به کرونا را تحت پوشش قرار داده‌اند و می‌دهند بنابراین تمام افراد طرف قرارداد با شرکت‌های بیمه که در مراکز و بیمارستان‌های خصوصی تحت درمان بیماری کرونا بوده‌اند می‌توانند با ارائه اسناد، هزینه‌های درمان را از این شرکت‌ها دریافت کنند.

وی افزود: تمام کسانی که بیمه درمان تکمیلی دارند، می‌توانند اسناد درمان خود را برای دریافت هزینه‌ها به شرکت‌های طرف قرارداد ارائه دهند، طبیعی است که این حمایت بیمه‌ای از مبتلایان شامل حال افرادی که بیمه تکمیلی ندارند، نمی‌شود.

رئیس کل بیمه مرکزی اظهار داشت: اما درخصوص افرادی که طرف قرارداد شرکت‌های بیمه‌ای نیستند طبیعی است که شرکت‌ها هم نسبت به این افراد و جبران خسارت‌های آنها تعهدی ندارند.

سلیمانی با تاکید بر اینکه صنعت بیمه هم در شرایط کرونا ضربه دیده است، تاکید کرد: شرکت‌های بیمه هم نتوانسته‌اند در این شرایط بخشی از پول‌ها و درآمدهای خود را وصول کنند، شرکت‌های بیمه هم اگر نتوانند درآمدهای خود را وصول کنند در پرداخت خسارت با مشکل مواجه می‌شوند.

وی افزود: البته تمام هزینه‌های درمان مبتلایان و فوت شدگان بر اثر کرونا را که ارتباط قراردادی با شرکت‌های بیمه دارند پرداخت می‌شود و افرادی که طرف قرارداد با بیمه‌ها نیستند باید از سایر سازمان‌های متولی پیگیر جبران هزینه‌ها باشند.

سلیمانی با تاکید بر اینکه در این مواقع است که مردم اهمیت صنعت بیمه را درک می‌کنند، اظهار داشت: در این شرایط صنعت بیمه در کنار مردم است. تا زمانی که کرونا در کشور مهار و ریشه‌کن نشده باشد شرکت‌های بیمه به مردم خدمات ارائه می‌دهند.

کسب و کارهای فعال در داده‌های زیستی حمایت شدند

دومین فراخوان حمایت از کسب‌وکارهای داده‌های زیستی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در دو بخش کیت‌ها و تحلیل داده منتشر می‌شود.

نسل جدید توالی‌یابی (NGS) یکی از حوزه‌های همگرایی است که توسعه آن از برنامه‌های مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی است.

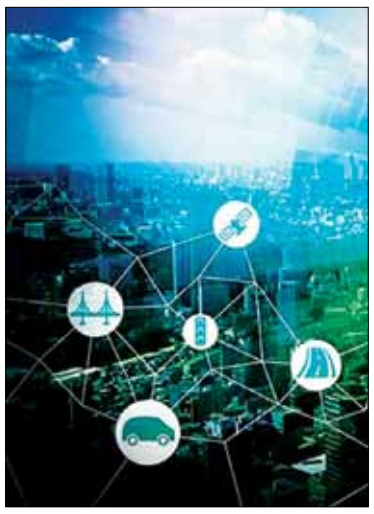
علی‌محمد سلطانی، رئیس مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی گفت: نسل جدید توالی‌یابی به مجموعه فناوری‌هایی گفته می‌شود که می‌توانند حجم زیادی از DNA را در مدت‌زمانی کوتاه و با هزینه کم توالی‌یابی کنند. با توجه به اینکه در این حوزه تحقیقات در دنیا به سرعت در حال انجام است، اقداماتی را برای گسترش آن انجام دادیم. انتشار فراخوان حمایت از کسب‌وکارهای داده‌های زیستی نخستین اقدام این مرکز در این حوزه است.

دریچه

۵ مورد از بهترین ابزارهای خدمات مشتری برای استارت‌آپ‌های در حال رشد

به دنبال فروش بهتر و افزایش ترافیک وب سایت خود هستید؟ فرقی نمی‌کند که شما صاحب یک کسب و کار نوپا باشید و یا یک شرکت چندملیتی، در هر صورت برای دستیابی به فروش بهتر و افزایش ترافیک وب سایت، رضایت مشتری باید در اولویت امورتان قرار گیرد. در واقع رضایت مشتریان به نوعی باعث تبلیغ و گسترش نام شما خواهد شد. زمانی که آنها از محصولات و سرویس‌تان راضی باشند، شما را به دوستان خود معرفی خواهند کرد، با این نوع تبلیغ، فرصتی خواهید یافت تا بین رقبا برجسته شوید.

زمانی که کسب و کار نوپایی را اداره می‌کنید، ردیابی تمام مشتریان و بررسی بازخورد و میزان رضایت آنها، بسیار آسان است، اما زمانی که تعداد مشتریان گسترش می‌یابد، اطمینان از اینکه تمام پیام‌ها شنیده شود، بسیار چالش‌برانگیز خواهد شد. کارمندان شما ممکن است بسیاری از ایمیل‌ها و پیام‌های شبکه‌های اجتماعی را که شاید برخی پیام‌های مهمی به همراه داشته باشند، از دست بدهند.



خوشبختانه این روزها تعداد زیادی ابزار مبتنی بر تکنولوژی، در اختیار است که می‌توانید به کمک آنها، کسب و کار در حال رشد خود را در بخش خدمات مشتری، مدیریت کنید. در این مقاله قصد داریم برخی از ابزارهای خدمات مشتری را که باعث ایجاد حس رضایت و خرسندی و نشان لبخند بر لبان مشتریان‌تان می‌شود، معرفی کنیم.

نرم‌افزارهای پشتیبان رومیزی

آیا در کسب و کار شما، زمانی که مدیران فروش، گزارش‌هایی در مورد رایج‌ترین مسائلی که مشتریان با آن رو به رو می‌شوند را درخواست می‌کنند، حساب‌ها و اعداد و ارقام بسیار گیج‌کننده است؟ اگر اینچنین باشد نشان از آن دارد که شما به روش دستی به امور رسیدگی می‌کنید و باید از مزایای نرم‌افزارهای رومیزی، بهره‌مند شوید. در این حالت هیچ ایمیلی گم نشده و یا نادیده گرفته نمی‌شود. این نرم‌افزار ارتباطات شما را ساده خواهد کرد و به کمک آن مشتریان خود را از دست نخواهید داد. همچنین باعث منسجم شدن زنجیره ارتباطات شما با دیگر بخش‌ها شده و در نهایت منجر به افزایش و تقویت کیفیت خدمات به مشتریان خواهد شد. Helprace یکی از نمونه‌های خوب از این نوع نرم‌افزار است که بهبود ارتباطات را تضمین می‌کند.

نرم‌افزارهای چت

مشکل کسب و کارهای آنلاین این است که مشتریان این امکان را ندارند که به صورت بلادرنگ پاسخ درخواست و یا سوال خود را دریافت کنند. به جای تماشای مشتریان بالقوه که ممکن است به خاطر عدم دریافت پاسخ فوری، سایت شما را ترک کنند، با استفاده از یک نرم‌افزار لایو چت، آنها را راضی نگه دارید.

لایو چت علاوه بر اینکه برای مشتریان امکانی فراهم می‌کند تا به صورت فوری پاسخ خود را دریافت کنند، با صرفه‌جویی در زمان کار کارمندان و هزینه‌های تلفن، باعث کاهش هزینه‌های کسب و کار شده و همچنین به افزایش فروش منجر می‌شود. با پاسخ‌های بلادرنگ، نرخ خروج کاربران از وب سایت بدون دیدن صفحات دیگر، حذف خواهد شد و باعث می‌شود که به سمت خرید متمایل شوند و برای دریافت محصول و خدمات، پول پرداخت کنند. Olark یکی از این بهترین نمونه‌هایی است که می‌توان از میان نرم‌افزارهای چت نام برد. این ابزار برای استارت‌آپ‌ها بسیار مفید است زیرا قیمت بسیار رقابتی و ویژگی‌های ارزشمندی به همراه دارد.

پلتفرم‌های وبینار

نرم‌افزارهای وبینار، روش منحصر به فردی برای تعامل با مشتری است. در وبینارها می‌توانید به مشتریان آموزش دهید که چگونه از محصولات جدید استفاده کنند، سایت جدید را به آنها معرفی کنید، ابزارهای خاص را به آنها نشان دهید و یا اینکه آنها را از هرگونه اطلاعات جدید در مورد شرکت، مطلع کنید. در بلندمدت، استفاده از نرم‌افزارهای وبینار هزینه‌های تماس‌های تلفنی را به شکل فزاینده‌ای کاهش می‌دهد. با این نرم‌افزارها، مشتریان آگاهی بیشتری می‌یابند و مهم‌ترین مسائل را دریافت می‌کنند. کسب و کارها نیز به کمک نرم‌افزارهای وبینار با تمرکز بیشتر به هدف خواهند رسید.

در نهایت این نوع تعامل باعث افزایش تعداد کاربرانی که به طور دائمی به وب سایت شما سر می‌زنند و مطالب آن را دنبال می‌کنند خواهد شد. به این نوع کاربران، کاربران دائمی یا اصطلاحا تبدیل شده می‌گویند که اهمیت ویژه‌ای دارند.

همچنین در برخی از وبینارها، مشتریان می‌تواند وارد گفتگو شوند. این تعامل فرد به فرد، در شکلگیری یک کسب و کار به عنوان برندی که به مشتری توجه و کمک می‌کند و تنها بر روی فروش متمرکز نیست، بسیار موثر است.

نرم‌افزار بررسی

یکی از کارآمدترین و مقرون به صرفه‌ترین روش‌ها برای اندازه‌گیری رضایت مشتری، استفاده از نرم‌افزارهای بررسی رضایت مشتری است. نرم‌افزار بررسی پیشرفته می‌تواند در فرمت‌های مختلف نظرسنجی دریافت کرده و تنوع مشتریان را با توجه به نوع بازخوردشان، نشان دهد. نمونه‌هایی از این نوع ابزار مثل نظرسنجی آنلاین، بررسی ایمیل و حتی نظرسنجی تلفنی، در اختیار شما قرار دارد که می‌توانید آنها را جست‌وجو کنید.

نظرسنجی و بررسی رضایت مشتری بسیار موثر است زیرا بدون ابهام، به بازخورد مشتریان و درک آنها از محصولات می‌رسد. می‌توانید با انواع مختلف ابزارهای نظرسنجی موجود، به نتایج جامع‌تری رسیده و برمبنای آن برنامه‌ریزی کنید.

منبع: TECH/ucan

توصیه کلیدی استیو جابز برای

هم‌بنیانگذار اپل، «استیو جابز» یکی از شناخته‌شده‌ترین افراد در جهان است که یکی از باارزش‌ترین برندهای جهان را پایه‌گذاری کرده است. او بیشتر از ۲۰ سال پیش در یکی از رویدادهای اپل، برای رسیدن به موفقیت یک توصیه کلیدی به حاضرین کرد: تمرکز داشتن.

در کنفرانس توسعه‌دهندگان سال ۱۹۹۷، استیو جابز یک توصیه بسیار باارزش به حضار کرد: «مردم فکر می‌کنند تمرکز به معنای بله گفتن به چیزی است که می‌خواهند روی آن تمرکز کنند، اما تمرکز اصلا به این معنا نیست. تمرکز یعنی نه گفتن به صدها ایده خوب دیگری که وجود دارند. شما باید بادقت انتخاب کنید. من واقعا به کارهایی که انجام نداده‌ایم به اندازه کارهایی که انجام داده‌ایم، افتخار می‌کنم.»

تجارت و کسب و کار نباید با مشغله اشتباه گرفته شود. شاید ما به دنبال افزایش بهره‌وری خود و تلاش برای رسیدن به چندین هدف باشیم، اما جابز رویکرد متفاوتی داشت. به گفته جابز، نوآوری یعنی نه گفتن به هزاران چیز. چراکه شما باید بادقت انتخاب کنید.

بدون تمرکز، توانایی شما برای تفکر، حل مشکل و همچنین تصمیم‌گیری آسیب می‌بینند. اگر بخواهید همزمان چندین هدف را انتخاب کنید، نمی‌توانید به حداکثر بهره‌وری برسید. به جای این کار باید روی یک کار تمرکز کنید. یک مشکل کاری را رفع کنید، یک وظیفه را انجام دهید یا یک مکالمه مهم داشته باشی

به ۳ چیز نه بگویید

توصیه جابز نه گفتن به هزاران ایده است. بگوییم به سه مورد زیر نه بگویید:

• تمام کارها را خودتان انجام دهید

انجام بیشترین کار در مدت زمان ۲۴ ساعت افراد دیگری واگذار کنید. شاید در ابتدا چن برای استیو جابز اولین قدم این بود که اط این بود که به عقب بازگردد و به این افراد اج

افراد باهوش و دیکته کردن کار به آنها اقدام می‌کنیم، بنابراین آنها می‌توانند به ما بگویند

• وقفه و حواس‌پرتی

فناوری یکی از بزرگ‌ترین موهبت‌ها محس هم به حساب می‌آید. حواس‌پرتی ناشی از نو کند. در گذشته تحقیقی به این موضوع پی ب

رشد بازار کسب و کارهای نوپایی که به کاهش تماس فیزیکی کمک می‌کنند

براساس یک گزارش کسب‌وکارهای نوپایی که بیشتر به کاهش تماس فیزیکی کمک می‌کنند با افزایش فروش و رشد بازار در دوران کرونا مواجه بودند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، دفتر مطالعات انرژی، صنعت و معدن مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارشی با عنوان «درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا؛ تأثیر شیوع ویروس کرونا بر بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات» به بررسی آثار شیوع ویروس کرونا بر بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات و مرور ظرفیت‌های این بخش برای کنترل و کاهش شیوع ویروس کرونا پرداخته است. در این گزارش آمده است: در سطح جهانی آثار شیوع ویروس کرونا بر بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) موقتی و با کاهش تولید محصولات سخت‌افزاری در سه ماهه اول سال ۲۰۲۰ میلادی ظاهر خواهد شد و پیش‌بینی شده که این کاهش در ماه‌های بعدی سال جبران شود. اما در کشور ما، کسب‌وکارهای نوپای حوزه فناوری اطلاعات بسته به مدل کسب‌وکارشان وضعیت متفاوتی را تجربه می‌کنند. به این معنا که کسب‌وکارهای نوپایی که بیشتر به کاهش تماس فیزیکی کمک می‌کنند با افزایش فروش و رشد بازار مواجه شده‌اند و کسب‌وکارهایی که فعالیت‌های دارای تماس فیزیکی را ساماندهی می‌کنند به نسبت وابستگی‌شان به فعالیت فیزیکی با کاهش فروش مواجه شده‌اند.

مثلاً کسب‌وکارهای نوپای فعال در زمینه دورکاری و برگزاری جلسات و کلاس‌های آنلاین افزایش ۵۰ تا ۴۰۰درصدی تراکنش و فروش و برعکس، شرکت‌های تسهیل‌کننده رویدادها و مجامع و جلسات حضوری کاهش ۷۵ تا ۱۰۰درصدی تراکنش‌های خود را گزارش کرده‌اند.

گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس می‌افزاید: فناوری اطلاعات این ظرفیت را دارد که با کاهش تماس فیزیکی از طریق ظرفیت‌های دورکاری، آموزش الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی و خرید الکترونیکی با شیوع ویروس کرونا مقابله کند. دیگر ظرفیت فناوری اطلاعات کمک به ترویج اطلاعات درست و مبارزه با اطلاعات جعلی است، اما استفاده از این ظرفیت‌ها نیازمند سیاست‌گذاری از جنس رفع موانع و تسهیل سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌ها است.

آغاز ارائه تسهیلات ۵۰۰میلیونی برای حمایت از کسب و کارها

رئیس هیات عامل صندوق نوآوری و شکوفایی از آغاز حمایت مالی صندوق نوآوری از کسب و کارهای کوچک و متوسط اکوسیستم فناوری و نوآوری آسیب‌دیده بر اثر شیوع ویروس کرونا خبرداد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، دکتر علی وحدت در مورد جزییات تسهیلات حمایتی صندوق نوآوری از کسب و کارهای زیان دیده بر اثر شیوع ویروس کووید-۱۹ گفت: با توجه به مشکلاتی که شیوع ویروس کرونا در اکوسیستم فناوری و نوآوری کشور ایجاد کرده است، صندوق نوآوری و شکوفایی با هماهنگی سایر دستگاه‌های اجرایی کشور مصوب کرد که از شرکت‌های دانش‌بنیان و همچنین شرکت‌های فناور، خلاق، استارت‌آپ‌ها و شتاب‌دهنده‌های فعال در اکوسیستم فناوری و نوآوری حمایت کند.

بر این اساس مقرر شد تسهیلاتی هم‌راستا با تسهیلاتی که دولت جمهوری اسلامی ایران مصوب کرده در صندوق اجرا شود.

وحدت با اعلام اختصاص تسهیلات برای حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان، فناور، خلاق، استارت‌آپ‌ها و شتابدهنده‌هایی که کسب و کارشان به دلیل شیوع ویروس کرونا آسیب دیده است، گفت: این تسهیلات تا سقف ۵۰۰میلیون تومان برای کسب و کارهای کوچک و متوسط با نرخ ۹درصد در اختیار شرکت‌ها قرار می‌گیرد. این تسهیلات با پایش وضعیت فعالیت و اشتغال شرکت‌ها طی شش ماه پرداخت خواهد شد. بعد از آن شش ماه جهت بازیابی توان شرکت‌ها تنفس داده می‌شود و تسهیلات طی یک سال بعد به صورت اقساطی بازپرداخت خواهد شد.

وی خاطرنشان کرد: برای سایر شرکت‌های فعال در اکوسیستم نوآوری نیز با توجه به بزرگی اکوسیستم و محدودیت منابع مالی صندوق در گام اول شتاب‌دهنده‌ها و فضاهای کار اشتراکی که در اثر شیوع کرونا آسیب‌های شدیدی دیده‌اند در اولویت قرار گرفته‌اند که با همکاری صندوق‌های پژوهش و فناوری تا سقف محدودی توسط صندوق نوآوری مشابه سایر شرکت‌ها حمایت می‌شوند.

فراخوان تایید صلاحیت شرکت‌ها و موسسات ارزش‌گذار منتشر شد

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری براساس مصوبه مورخ ۹۸/۱۰/۰۷ هیات وزیران به موسسات و شرکت‌های فعال در زمینه ارزش‌گذاری مجوز اعطا می‌کند. شرکت‌ها و موسسات متقاضی می‌توانند برای دریافت مجوز، درخواست خود را از طریق سامانه ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود ثبت کنند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، براساس مفاد این فراخوان، معاونت علمی از شرکت‌ها و موسسات دارای سابقه و تجربه دعوت به عمل می‌آورد تا جهت ارزیابی و دریافت مجوزهای مربوطه در سامانه ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود به نشانی sadan.isti.ir، درخواست خود را ثبت کنند. تکمیل فرم مربوط به اطلاعات شرکت‌ها و موسسات متقاضی در سامانه مورد اشاره (sadan.isti.ir) گام اول در فرآیند ثبت نام است.

یادداشت

بایسته‌های کسب و کارهای نوپای مرتبط با هنر

مریم چراغ - کارشناس حوزه صنایع فرهنگی و هنری

چند عامل اصلی وجود دارد که می‌تواند نقشی تعیین‌کننده در موفقیت هر کسب و کاری ایفا کند. وجود تقاضا یا نیاز برای محصول یا خدمات آن کسب و کار، داشتن مزیت تولید از سوی تولیدکننده، ابزار و تجهیزات مناسب برای تولید، دید مناسب اقتصادی و تحلیل تجاری کسب و کار از موضوعاتی است که در هر کسب و کاری باید مورد توجه قرار گیرد.

هرچند در تمدن غنی ایران، هنر و صنایع هنری بخشی از زندگی روزمره ایرانیان بوده است، اما در ایران کنونی بیشتر به هنر به عنوان یک فعالیت فوق برنامه و علاقه‌مندی شخصی نگریسته می‌شود.

به غیر از برخی حوزه‌ها مانند قالی‌بافی که آن هم کم‌فروغ‌تر از گذشته است کمتر می‌بینیم کسب و کار جدیدی با توجیه اقتصادی در حوزه هنری و فرهنگ اصیل ایرانی ایجاد شود. در پاسخ به چرایی این موضوع می‌توان به مسائلی مانند تقاضا، مزیت تولید و ابزار و تجهیزات مناسب برای راه‌اندازی این کسب و کار اشاره کرد. به نظر می‌رسد حلقه مفقوده، دید اقتصادی و تحلیل تجاری کسب و کار در این حوزه است.

هنرمندانی که در این حوزه مشغول به فعالیت هستند، ممکن است به دلیل علاقه به رشته خود، فارغ از منظر اقتصادی، به کار خود ادامه دهند. در صورتی که در دنیای کنونی، لزوم ماندگاری هر صنعتی، گره خوردن آن به اقتصاد است. یکی از دلایلی که باعث به فراموشی سپردن برخی از رشته‌های هنری شده است. عدم توجیه‌پذیری اقتصادی تداوم فعالیت در آن حوزه است. در صورتی که اگر مانند پیشینیان خود استانداردهای یک کسب و کار را در فعالیت‌های هنری رعایت کنیم، فعالیت‌های هنری دارای توجیه‌پذیری اقتصادی بیشتری خواهند بود. متعاقباً این مسئله می‌تواند، تداوم فعالیت در آن رشته هنری را تضمین کند.

اگر به موضوع هنر به عنوان یک سوژه کسب و کار اقتصادی بنگریم، با تطبیق آن با شاخص‌های استاندارد یک کسب و کار، قطعا نقاط ضعف قابل توجهی را در این حوزه می‌یابیم. در این مجال سعی نشده است تا مشکلات و نقاط ضعف هنر و صنایع دستی را مرور کنیم، هدف گوشزد کردن این نکته بسیار ساده اما مهم است که اگر در شروع فعالیت هنری و فرهنگی، اصول کسب و کار را رعایت کنیم موفق خواهیم شد.

توجه به اصول بازاریابی، ایجاد و یا کشف نیاز، به روز رسانی تجهیزات و ابزار تولید، شناسایی و جذب سرمایه‌گذار، تعریف کاربردهای جدید از صنایع هنری و کاربردی کردن هنر در زندگی روزمره، بسته‌بندی، قیمت تمام‌شده، سهولت در دسترسی، شیوه توزیع، کیفیت، پیش‌بینی اندازه بازار تقاضا و مقدار فروش، برآورد سود سالیانه، زمان رسیدن به نقطه سر به سر و تنوع سبد محصولات و . . . ، همگی نکاتی است که می‌تواند در راه‌اندازی یک کسب و کار در حوزه صنایع هنری و فرهنگی مورد توجه قرار گرفته و با پیش‌بینی منطقی، منجر به موفقیت آن کسب و کار شود.

بر این اساس دو راهکار عمده وجود دارد که باید مدنظر قرار گیرد. تشویق صاحبان هنر، به کسب آموزش در حوزه‌های اقتصادی و مهارت در شاخص‌های کسب و کار از جمله پیشنیازهای مهم موفقیت در این حوزه است. علاوه بر این، قرارگیری صاحبان هنر در تیم‌های کسب و کار به عنوان بخش فنی تولید محصول می‌تواند یک راهکار منطقی در دنیای مدرن امروزی باشد.

قطعاً اگر هنر والا و باکیفیت اسلامی ایرانی، با منطق اقتصادی و کسب و کار آمیخته شود، با توجه به مزیت‌های قابل توجه کشور در این حوزه، باعث تولید ثروت فراوان خواهد شد و چه بهتر اینکه در تولید ثروت به وجود مزایای نسبی توجه کنیم تا اینکه بخواهیم در اموری ورود کنیم که زمینه‌های لازم برای آغاز آن را در اختیار نداریم.

دانش‌بنیان‌ها یکی از آلیاژهای موردنیاز صنعت باتری را تامین می‌کنند

یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه مواد پیشرفته و فناوری‌های شیمیایی با تامین نیاز کارخانه‌های تولید باتری در کشور فروش ۴ میلیارد تومانی را در سال گذشته تجربه و نیاز ۱۰۰درصدی آنها به یکی از آلیاژها را رفع کرد.

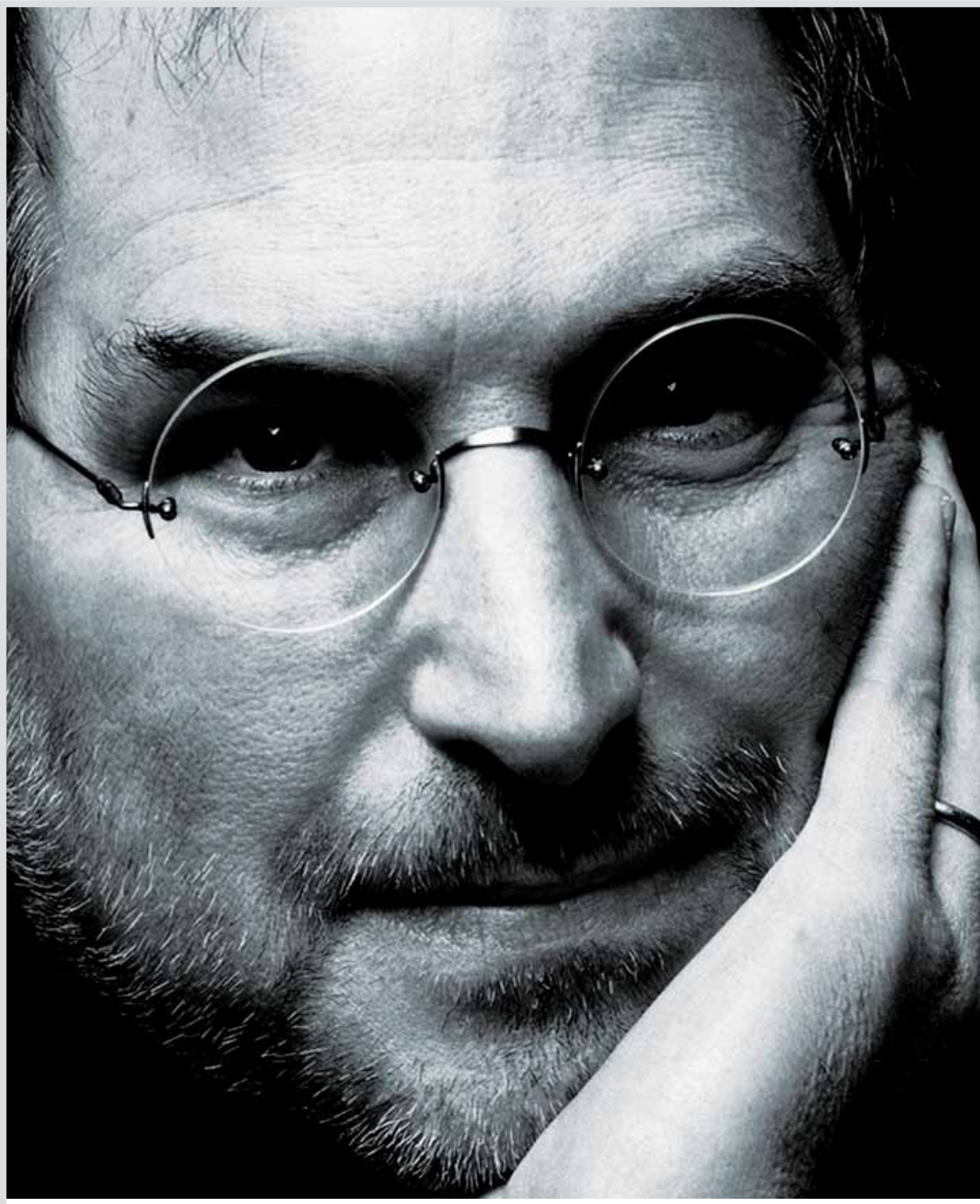
به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، محققان در شرکت دانش‌بنیان ایده‌پروران کوشای زنگان با بومی سازی یکی از مواد کاربردی در صنایع باتری‌سازی و کاتدسازی نیاز ۱۰۰درصدی آنها به واردات را رفع کردند.

امیر طالب مدیر شرکت دانش‌بنیان ایده‌پروران کوشای زنگان گفت: مستر متال کلسیم آلومینیوم محصول دانش‌بنیانی و آلیاژی است که برای ساخت باتری‌های سربی و اسیدی استفاده می‌شود و باتری با کاربرد آن به حالت خشک درمی‌آید.

وی ادامه داد: فناوری تولید این آلیاژ پیشرفته است و معدود کشورهایی آن را دارند. آمریکا، چین، کره، ژاپن و آلمان برخی از این کشورها هستند و با این اقدام ایران نیز در لیست کشورهای دارنده این فناوری قرار گرفت.

طالب همچنین بیان کرد: مستر متال‌ها آلیاژی‌هایی هستند که خواص فیزیکی و شیمیایی فلزات با کمک آنها تغییر می‌کند. در مستر متال کلسیم آلومینیوم مخلوطی یکنواخت از دو ماده در حالت منجمد است. دانش تولید آن اکنون در کشور بومی است و ما تنها تولیدکننده آن در کشور هستیم که نیاز ۱۰۰درصد کارخانه‌های باتری‌سازی به این ماده را رفع کرده‌ایم.

به گفته وی، این ماده با کیفیتی حتی بالاتر از نمونه‌های خارجی و ارزان‌تر در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد. همچنین صادرات به ترکیه نیز به زودی آغاز می‌شود تا آغازی برای ورود به بازار اروپا باشد.



ی افزایش بهره‌وری و خلاقیت

د.

اگر بخواهیم آن را ساده‌تر کنیم، می‌توانیم

به معنای آن است که باید بخشی از آن را به
ین کاری سخت باشد، اما کاملا ضروری است.
راف خود را با افراد خلاق پر کند. قدم بعدی
ازه کار کردن بدهد. به گفته جابز، استخدام
ناسبی نیست. ما افراد باهوش را استخدام
چه کاری انجام دهیم.

وب می‌شود، اما بزرگ‌ترین مانع برای تمرکز
تیفیکیشن‌ها می‌توانند شما را از مسیر دور
رده بود که اگر تمام وقفه‌ها و حواس‌پرتی‌ها
نابود شوند، کارکنان می‌توانند روزانه ۳ تا ۵ ساعت در زمان خود صرفه‌جویی کنند که معادل ۴۰ تا ۶۰درصد یک روز کاری استاندارد است. به جای اینکه اجازه دهید تکنولوژی شما را کنترل کند، شما باید آن را کنترل کنید. با شروع روز خود به سرعت سراغ ایمیل خود یا شبکه‌های اجتماعی نروید. زمانی که به تمرکز نیاز دارید، گوشی خود را در حالت بی‌صدا قرار دهید یا نوتیفیکیشن‌های آن را خاموش کنید.

• تعیین اهداف غیرواقعی

شاید به کارهای بی‌شماری برای انجام در هفته فکر کنید، اما از اهدافی که نمی‌توانید به آنها برسید، دوری کنید. درباره خواسته خود و کاری که می‌توانید انجام دهید، واقع‌بین باشید. برای مثال برای برنامه‌ریزی روز خود، یک یا دو هدف اصلی را مدنظر قرار دهید. آنها باید اهدافی باشند که شما را به جلو هل می‌دهند نه اینکه شما را از مسیر دور کنند. برای تضمین موفقیت، کارهای خود را به وظایف کوچک‌تری که از اهداف شما حمایت می‌کنند، تقسیم کنید.

در نهایت باید دوباره به این اشاره کنیم که به اعتقاد استیو جابز، تمرکز یعنی نه گفتن. این کار ساده نیست اما می‌توانید به کارهایی که انجام نداده‌اید نیز افتخار کنید.

منبع: Inc/digiato

فاز دوم پایگاه داده‌های گیاهان دارویی زیست‌بوم ایران راه‌اندازی می‌شود

پایگاه داده‌های گیاهان دارویی بومی ایران، پروژه‌ای است که اطلاعات سودمندی را در مورد مواد موثره موجود در گیاه را در اختیار پژوهشگران قرار می‌دهد. فاز دوم این طرح با افزودن اطلاعات مربوط به ۱۰۰ گیاه برتر دارویی زیست‌بوم ایران، به زودی آغاز به کار خواهد کرد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، فاز دوم «پایگاه داده ویژگی‌های فیزیکوشیمیایی مواد موثره موجود در گیاهان دارویی زیست بوم ایران» با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی، راه‌اندازی می‌شود. روح‌الله فیروزی عضو هیأت علمی پژوهشگاه شیمی و مهندسی شیمی ایران و مجری این طرح در این باره گفت: این طرح تحقیقاتی با طبقه-بندی کردن اطلاعات فیزیکی، شیمیایی، دارویی و محاسباتی مربوط به مواد موثره موجود در گیاهان دارویی ایران در قالب این وبگاه، امکان جست‌وجوی هدفمند و سریع برای متخصصان و پژوهشگران فعال در حوزه دارویی (سنتز و طراحی) را فراهم کرده است. در حال حاضر اطلاعات مربوط به ۲۲۶ گیاه در این پایگاه قابل دسترسی است. وی با اشاره به همکاری‌های صورت گرفته با ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت: به زودی فاز دوم این طرح با حمایت این ستاد راه‌اندازی می‌شود. در این فاز اطلاعات مربوط به ۱۰۰ گیاه برتر دارویی زیست‌بوم ایران بارگذاری می‌شود. وی با اشاره به برخی ویژگی‌های زیست بوم گیاهان دارویی در ایران، افزود: مهم‌ترین دستاورد این طرح، دیجیتالیزه کردن اطلاعات فیزیکوشیمیایی مواد موثره موجود در گیاهان دارویی ایران در قالب یک پایگاه داده با قابلیت جست‌وجوی هدفمند است. تدارک شیوه‌های متنوع جست‌وجو در این پایگاه داده، فرصت و امکان بسیار بزرگی را برای محققین داروساز ایجاد می‌کند تا برای داروهای سنتزشده موجود در بازار که غالباً ارزبری بالایی دارند، کاندیداهای جدید بر پایه گیاهان دارویی پیشنهاد شود. فیروزی نقش چنین پایگاه داده‌هایی را در معرفی گیاهان دارویی زیست بوم ایران بسیار مهم و حیاتی ارزیابی کرد و افزود: معرفی گیاهان دارویی ارزشمند و بومی ایران می‌تواند منجر به سرمایه‌گذاری‌های جدید و تولید فناوری‌های دانش‌بنیان در این حوزه شود. همچنین زمینه صادرات گیاهان دارویی کشور تقویت می‌شود، چراکه وجود چنین پایگاه‌داده‌هایی، ارتباط زیادی بین شرکت‌های تولیدکننده گیاهان دارویی و محققین این رشته برقرار خواهد کرد.

صادرکننده واکسن می‌شویم

واکسیناسیون را می‌توان یکی از تاثیرگذارترین مداخلات دارویی در کنترل بیماری‌ها دانست؛ اتفاقی که در ایران به سال ۱۲۶۴ قمری برمی‌گردد. روزگاری که قرار بود کودکان و نوجوانان تحت یک برنامه ملی علیه بیماری آبله واکسینه شوند. هرچند که این کار با مخالفت‌هایی روبه‌رو بود، اما کم‌کم در نظام درمانی پذیرفته شد. این مداخله پزشکی اوایل انقلاب و هم‌زمان با شکل‌گیری شبکه بهداشتی درمانی کشور با عنوان «برنامه گسترش ایمن‌سازی»، شکل جدی‌تری به خود گرفت و ذیل این برنامه کودکان گروه سنی زیر یکسال در برابر بیماری‌های قابل پیشگیری با واکسن شامل دیفتری، کزاز، سیاه سرفه، سرخک، فلج اطفال و سل ایمن شدند. ایران یکی از کشورهایی است که در صنعت واکسن‌سازی به یک باره جهش قابل قبولی یافت و جایگاه درستی در دنیا برای خود ایجاد کرد، اما چند سالی است که این صنعت رو به رشد جهانی در ایران درجا می‌زند و از ظرفیت‌های موجود در کشور برای توسعه آن بهره گرفته نمی‌شود. این در حالی است که توانمندی‌های موجود کشور در این حوزه بالا است و در کنار تامین نیازهای داخل امکان ورود به بازارهای جهانی را هم دارد. ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با ورود به این صنعت کاربردی و قدیمی در تلاش است تا زیرساخت‌های تولید واکسن‌های زیستی در کشور را توسعه دهد؛ واکسن‌هایی که در حوزه‌های مختلفی مانند دام، طیور و انسان کاربردی هستند. برای طی این مسیر هم قرار است بخش خصوصی با دولتی‌ها همراه شوند و تا دو سال دیگر ۱۸ واکسن زیستی را تولید کنند. مصطفی قانعی دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اعلام این خبر، می‌گوید: قرارداد تولید ۱۸ واکسن تا دو سال آینده را منعقد کردیم. این واکسن‌ها در حوزه انسانی، دام و طیور هستند.

به گفته قانعی، این واکسن‌ها قرار است در بخش خصوصی و توسط شرکت‌های دانش‌بنیان تولید شود. معاونت علمی و فناوری طی هفت سال گذشته موفق شد که واکسن را به حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان وارد کند و روز به روز تولید واکسن در شرکت‌های دانش‌بنیان بیشتر می‌شود و در آینده سهم عمده بازار متعلق به این شرکت‌ها خواهد بود.

کارگاه برندینگ

مستند رایگان اقدام جدید نت‌فلیکس در روزهای اوج ویروس کرونا

به قلم: کریستین فیشر خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

از همان ابتدای شـیوع کرونا، برندهـای جهانی تلاش کرده‌اند تا اقداماتـی را برای کمک به بهبود اوضاع انجـام داده و با این اقدام، وجهه خود را نزد مشـتریان افزایش دهند. در این راستا نت‌فلیکس بـه عنوان بزرگ‌تریـن تلویزیون اینترنتی جهان که در چند سـال اخیر در زمینه تولید محتواهایی نظیر فیلم، سریال و مستند بسیار حرفه‌ای و موفق عمل کرده اسـت در جدیدترین بیانیه خود، امکان مشـاهده چند مسـتند به نام‌های ۱۳th، Abstract، Babies، Chasing Coral، Explained، Knock Down the House، Our Planet، Period. End of a Sentence، The White Helmets، Zion را رایگان کرده است. علت اصلی این تصمیم به این خاطر است که مشاهده مستندها برای مدارس و دانشـگاه‌ها رایگان بوده و در شرایط حال حاضر که تمامی فضاهای آموزشـی تعطیل هستند، نیاز به امکان مشاهده آنها وجود دارد که نت‌فلیکس این امکان را برای همگان به وجود آورده اسـت. درواقع مشاهده مستند، می‌تواند به اندازه ساعت‌ها صحبت در رابطه با یک موضوع، اطلاعات را به افراد منتقل کند. همچنین در شـرایط حال حاضـر که قرنطینه خانگی در اکثر کشـورها در حال انجام اسـت، وجود چنین مواردی می‌تواند به کاهش سـختی در خانه ماندن، و پر کردن اوقات افراد کمک شـایانی کند. موضوعات این مسـتندها نیز در رابطه با طیف‌های گسـترده‌ای از طبیعت تا معضلاتی نظیر فقر اسـت، با این حال یک ضعف بزرگ وجود دارد و آن این اسـت که مسـتندها تنها به زبان انگلیسـی بوده و هیچ زیرنویسی وجود ندارد. در این رابطه مدیران این شـبکه، اعلام کرده‌اند که طی چند روز آینده زیرنویس‌هایی به زبان‌های مختلف نیز اضافه خواهد شد. حـال باید دید کـه این طرح جذاب، تا چه حد مـورد توجه عموم جهانیان قرار خواهد گرفت.

منبع: engadget.com

فورد موستانگ پادشاه بازار خودرو

به قلم: جان رولند خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

برای پنجمین سـال متوالـی، محبوب‌ترین برند خودروسـازی کشـور آمریکا موفق شـد تا عنوان پرفروش‌ترین خودروی اسپرت جهان را به دسـت آورد. اگرچه بیش از ۶۰درصد فروش آن به بازار آمریکا اختصاص دارد، با این حال آمارها بیانگر این واقعیت اسـت که این خودرو در بازارهای کشـورهای دیگر نظیر انگلستان، آلمان و لهسـتان، به سرعت در حال محبوب شدن است. به همین خاطر بسـیاری از تحلیلگران تداوم این دسـتاورد را برای فورد حداقل تا سه سـال دیگر تضمین شده می-دانند. تاکنون شش نسل از فورد موسـتانگ در آمریکا عرضه شـده اسـت که آخرین آن برای سال ۲۰۱۵ اسـت. به همین خاطر زمان برای معرفی یک نسـل جدید فرا رسـیده اسـت که اخبار از شروع به سـاخت یک طرح جدید و انقلابـی دارد، با این حال با توجه به شـیوع ویروس کرونا و ضرری که تمامی برندهای خودروسـازی متحمل شده‌اند، نمی‌توان زمان دقیقی را برای معرفی این محصول اعلام کرد. از ویژگی‌های جالب دیگر موسـتانگ این اسـت که در ۱۲ تیپ مختلف عرضه می‌شود کـه در محبوبیـت بالای آن بی‌تاثیر نبوده و کمـک کرده تا امکان جلب نظر هر نوع سـلیقه‌ای وجود داشـته باشد. حال باید دید که اقدامات سایر ابربرندهای خودروسازی برای تصاحب پادشاهی فورد چه خواهد بود.

منبع: automotiveworld.com

بالش‌های میلیون دلاری

مترجم: ملیندا جیدن نویسنده حوزه تکنولوژی
مترجم: امیر آل‌علی

یک شـرکت حوزه تکنولوژی اخیرا با یک اختراع جالب موفق شده است تا طی تنها یک هفته، به درآمد میلیونی دست پیدا کند. درواقع تکنولوژی باعث شـده است تا از طریق ساده‌ترین وسایل نیز بتوان به ثروت میلیونی دسـت پیدا کرد. cooling blanket نام نسل جدید بالش‌های تولیدشـده توسـط یک برند آمریکایی اسـت که به ادعای سـازندگان آن می‌تواند به صورت کامل مشکل بی‌خوابی را که ممکن است دلایل مختلفی نظیر اضطراب داشته باشد، برطرف کند. این امر به معنای آن خواهد بود که شما دیگر به قرص‌های خواب که مصرف مداوم آنها به علت عوارضی که دارند سلامت شما را به خطر می‌اندازند، نیاز نخواهید داشت. ایده این بالش‌ها براساس یک موضوع جالب است که افراد در هنگام سرمای شدید، تمایل به خواب دارند که این مسئله برای کوهنوردان بسیار اتفاق می‌افتد. به همین خاطر این بالش‌ها طی یک فرآیند زمانی ۱۵ دقیقه به مرور سـرد می‌شـوند تا فرد احساس خواب بیشتری را داشته باشند. همچنین این بالش‌ها امکان تغییر وزن را دارند. درواقع با انبسـاط موارد به کار رفته در درون این بالش، وزن سـنگین‌تر می-شود که این سبک و سـنگین‌تر شدن وزن نیز طبق تحقیقات، سـرعت به خواب رفتن را افزایش می‌دهد. نکته جالب این اسـت که این فرآیند تنها برای زمانی مشـخص ادامه خواهد داشت و نباید تصور کرد که سـرما برای مدتی طولانی ادامه دارد. این محصول خصوصا در فصل تابستان می‌تواند حتی برای افرادی که مشکل خواب ندارند نیز یک گزینه فوق‌العاده محسـوب شود. این امر در حالی است که قابلیت سـرمادهی آن را می‌توان در فصول سـرد متوقف کرد. در نهایت در این محصول موارد به کار رفته طبیعی بوده و باعث می‌شود تا سلامت افراد تضمین شود. قیمت آن نیز از ۱۷۹ دلار شروع می‌شود. این ایده پولساز می‌تواند الهام‌بخش بسیاری از افراد دیگر برای استفاده از تکنولوژی در وسایل بسیار ساده باشد.

منبع: www.entrepreneur.com

راهنمای جامع راه‌اندازی سایت در ۵ مرحله (۳)

در ایـن مقاله قصد داریم اطلاعاتی جامع و کاربـردی درباره چگونگی راه‌اندازی سـایتی در اختیارتان قرار دهیم که از کارایی قابل‌توجهی برخوردار باشد و در این مسیر، از همان قدم‌های اولیه و مشخص کردن اهداف قابل‌دسترسی تا تولید محتوا و پایان کار همراه شما خواهیم بود. در شماره‌های قبل سه مرحله را بررسی کردیم و در این شماره به مرحله چهارم خواهیم پرداخت.

۴. کار فروش محصولات (یا عرضه خدمات) را در سایت‌تان شروع کنید

چه در حال حاضر فروشگاهی برای فروش محصولات و عرضه خدمات خود داشته باشـید و چه کسب‌وکار نوپایی داشته باشـید، در هر دو صورت، راه‌اندازی سایت و ورود به دنیای تجارت الکترونیک روشـی عالی و کارآمد برای جذب مشـتری‌های جدید خواهد بود. برای جذب مشـتری‌های جدید به وسیله سایت‌تان انتخاب‌های متعددی پیش رو دارید. به خاطر داشـته باشید که سایت تجارت الکترونیک، ابزار بسـیار قدرتمندی برای افزایش سوددهی کسـب‌وکار و دسترسی به مشتری‌های جدید اسـت و باعث می‌شود برند شما و کسـب‌وکارتان، در خاطر مشتری‌ها باقی بماند. برای آنکه بتوانید با اسـتفاده از سـایت تجارت الکترونیک‌تان مشتری‌های جدید پیدا کنید و امکان خریدهای مکرر از سـوی آنها را بیشـتر کنید، المان‌های بخصوصی هستند که باید در سایت‌تان لحاظ کنید. در ادامه توضیحات بیشتری در این باره عنوان خواهد شد.

استفاده از عکس‌ها و توصیفات متقاعدکننده برای محصولات

قرار دادن عکسـی از محصول به همراه قیمت آن به احتمال زیاد نتیجه دلخواه را به همراه نخواهد داشـت. توصیه می‌شود عکس‌های باکیفیت از محصولات خود بگیرید و در کنار آن توضیحات مختصر و مفیدی درباره ویژگی‌ها و مزایای مختلف محصولات‌تان در اختیار مشـتری‌ها قرار بدهید. بهتر است به هنگام تهیه عکس از محصولات‌تان به توصیه‌ها و نکات زیر توجه داشته باشید:

- اگـر برای‌تان مقدور اسـت، از نورپردازی طبیعی (نور خورشـید) برای گرفتن عکس استفاده کنید
- از زوایای مختلف از محصول‌تان عکس بگیرید تا تمامی جزییات آن مشـاهده شود
- بهتر اسـت از ابزارهای مختلف عکاسی (سـه‌پایه، فلش دوربین و...) استفاده کنید تا به بهترین شکل ممکن از محصول‌تان عکس بگیرید.

البته نیازی نیست هزینه زیادی صرف خرید تجهیزات عکاسی و دوربین باکیفیت کنید. حتی با موبایل هوشمند هم می‌توانید عکس‌هایی بگیرید که باکیفیت و زیبا هستند. فقط به هنگام گرفتن عکس به پس‌زمینه‌ای که انتخاب می‌کنید، چگونگی نورپردازی و سلیقه مخاطبین‌تان توجه داشته باشید.

پس از آنکه کار گرفتن عکس به پایان رسید، باید درباره محصول‌تان توضیحاتی ارائه کنید. به هنگام نوشتن این توضیحات از لحن مناسب استفاده کنید و سلیقه مخاطبین را در نظر داشـته باشـید (این دو عامل در تدوین توضیحات، کلیدی و مهم هستند). به‌علاوه فهرستی هم باید تهیه کنید که ویژگی‌های محصول در آن درج شده باشد. البته نباید تنها به ذکر ویژگی‌ها (اندازه، رنگ، کیفیت و ...) اکتفا کنید و در کنار آن توصیه می‌شود از مزایای محصول هم صحبت کنید. بسیاری از کسـب‌وکارها از این مسئله غافل می‌شوند. سعی کنید به هنگام نوشتن، خریداران ایده‌آل خود را در نظر داشته باشید و به آنها توضیح بدهید چرا به محصول شما نیاز دارند. برای نمونه اگر شمع‌های طبیعی می‌فروشید، علاوه بر توضیحاتی که درباره کیفیت شـمع‌ها می‌دهید، این مسئله را هم عنوان کنید که مشتری‌ها با استفاده از آنهـا می‌توانند فضایی زیبا و آرامش‌بخش به وجود بیاورنـد و به‌علاوه، از رایحه دلپذیر آن لذت ببرند.

روش‌های پرداخت هزینه محصولات

بسـته به نوع سـایتی که راه‌اندازی کرده‌ایـد، روش پرداخت هزینه محصولات متفاوت خواهد بود. به هنگام مشـخص کردن چگونگی روش پرداخت مشتری‌ها، حتما نکات زیر را به خاطر داشته باشید:

- تا حد امکان انتخاب‌های مختلفی برای پرداخت در اختیار مشتری‌ها قرار بدهید
- روش پرداخت را به گونه‌ای در نظر بگیرید که مشـتری به‌سادگی بتواند خرید خود را نهایی کند و از این لحاظ، به دردسر نیفتد
- حتما بخشـی را لحاظ کنید که مشـتری‌ها در آن بتوانند به هنگام پرداخت از کوپن‌ها و کدهای تخفیفی که از شما گرفته‌اند استفاده کنند.

فرامـوش نکنید اگر روند پرداخت هزینه محصولات پیچیده یا دشـوار باشـد، بسـیاری از مشتری‌ها خرید خود را نهایی نخواهند کرد، بنابراین کارشان را از این لحاظ سـاده کنید و حتما انتخاب‌ها مختلفی بـرای پرداخت هزینه محصولات در اختیارشـان قرار بدهید (پرداخت از طریق درگاه‌هـای مختلف اینترنتی، پرداخت هزینه به هنگام تحویل محصول و ...).

توصیـه‌ای برای حرفه‌ای‌تر شـدن نتیجه کار: سـعی کنید برای ایمنی سـایت کسـب‌وکار خود از پروتکل SSL اسـتفاده کنید (SSL، مخفف عبارت انگلیسـی Secure Sockets Layer، بـه فارسـی لایـه سـوکت‌های امـن اسـت و بین دریافت‌کننده سرویس و سرویس‌دهنده ارتباطی ایمن برقرار می‌کند) سعی کنید با حراسـت از اطلاعات شخصی مشتری‌های‌تان اعتمادشان را جلب کنید و به این صورت، امکان خریدهای آتی آنها را بیشتر کنید.

ارسال محصول

اگر تمایل دارید سـبدهای خرید رهاشـده را تا حد امکان کمتر کنید، حتما از سرویس‌های قابل‌اطمینان و کارآمد برای ارسال محصولات خود استفاده کنید. اگر هم بتوانید بابت ارسال محصول هزینه‌ای از مشتری دریافت نکنید، سود زیادی از این کار عایدتان خواهد شـد. طبق نتایج تحقیقاتی کـه در این باره صورت گرفته اسـت، از هر ۱۰ مشـتری (مجموعا در میان ۱۴۰۰ مشتری که از آنها نظرسنجی شـد)، ۹ تای آنها اولویت اول خود برای خرید را ارسـال رایگان محصولات عنوان کرده بودند. می‌توانید به‌گونه‌ای هزینه ارسال را در قیمت تمام‌شده محصول لحاظ کنید و به این صورت تعداد مشتری‌های‌تان را به طور قابل‌توجهی افزایش بدهید.

اگر امکان ارسـال رایگان محصول را ندارید، روش‌هایی هستند که هزینه ارسال را با توجه به وزن محصول و مسـائل اینچنینی حسـاب می‌کنند؛ می‌توانید از آنها اسـتفاده کنید. با وجود اینکه ارسال رایگان بهترین روش ممکن است، سعی کنید روشی که انتخاب می‌کنید مورد استقبال مشتری‌های‌تان قرار بگیرد.

شرایط و ضوابط

صرف نظر از اینکه چه محصولاتی می‌فروشـید یا در چه حوزه کاری‌ای فعالیت می‌کنید، باید صفحه‌ای از سـایت‌تان را به شـرایط و ضوابط اختصاص دهید. باید درباره چگونگی روند فعالیت‌ها در سایت‌تان اطلاعاتی در اختیار بازدیدکنندگان قرار بدهید؛ به این صورت حقوق شـما و مشتری‌ها محفوظ خواهد ماند. ارائه اطلاعات دقیق درباره شـرایط و ضوابط یکی از بهترین روش‌ها برای جلب اعتماد مشتری‌ها است. از اطلاعاتی که در این خصوص باید ارائه کنید اطمینان ندارید؟ این اطلاعات بسـته به حوزه کاری‌تان می‌تواند متفاوت باشد، اما چند موضوع مشترک در میان حوزه‌های کاری مختلف وجود دارد که برای شـروع می‌توانید در صفحه مربوط به شرایط و ضوابط لحاظ کنید:

- هزینه‌های اضافی و مالیات
- مسائل مربوط به بازپرداخت و بازگشت محصول
- سیاست‌های مربوط به ارسال محصول
- قوانین مربوط به کپی‌رایت و مالکیت معنوی (مالکیت معنوی به حقوقی اشاره دارد که به اشـخاص یا شـرکت‌ها حق اسـتفاده از فعالیت‌های فکری و ابتکاری را می‌دهد. این فعالیت‌ها قابل دادوستد هستند اما شیء مادی نیستند)
- رفع مسئولیت (مسائلی که شرکت شما در قبال آن مسئول نخواهد بود)
- قوانین مربوط به لغو سفارش‌ها (برای نمونه اگر محصول موردنظر مشتری طی تاریخ مقرر به او تحویل داده نشـود، بتواند از دریافت محصول و پرداخت وجه آن خودداری کند).

تصدیق مشتری‌ها

هر مشـتری‌ای که از محصول یا خدمات شـما رضایت داشـته باشـد، فرصتی ایده‌آل برای تبلیغ خواهد بود. می‌توانید با استفاده از تصدیق و بازخورد مثبت این مشـتری‌ها به دیگر خریداران بالقوه خود ثابت کنید که محصول یا خدمات شـما ارزش هزینه کردن را دارد. در واقع مشـتری‌ها با عنوان کردن بازخوردهای‌شـان سـودی به دست نمی‌آورند و این مسئله ارزش این بازخوردها را دوچندان می‌کند و امکان جلب اعتماد خریداران دیگر به‌طور قابل‌توجهی بیشتر می‌شود. طبق نتایج تحقیقات انجام گرفته در این باره، ۸۸درصد مشـتری‌ها برای کسـب اطمینان از کیفیـت محصولات و خدمات کسـب‌وکارهای مختلف، بـه بازخوردها و نظرهای مشتری‌های دیگر استناد می‌کنند.

از جویاشدن نظر مشتری‌هایی که از شما خرید کرده‌اند واهمه‌ای نداشته باشید. برای این منظور هم می‌توانید از پرسش‌نامه استفاده کنید و هم می‌توانید به‌گونه‌ای پس از خرید به مشـتری دسترسی پیدا کنید. فقط به خاطر داشته باشید که باید سـؤالات‌تان را تا حد امکان به‌گونه‌ای تدوین کنید که مشتری طی جواب دادن به سـؤال‌ها به این مسـئله اشاره داشته باشـد که محصول یا خدمات شما چگونه به برطرف کردن نیازش کمک کرده اسـت. به‌علاوه، حتما مشتری‌ها را از این مسئله آگاه کنید که بازخوردها و نظرهای‌شان را به اشتراک خواهید گذاشت.

حال که مسـائل اساسی مربوط به سایت تجارت الکترونیک را با یکدیگر مدنظر قرار دادیم، باید به فکر چگونگی کنار هم قرار دادن این مسـائل باشیم تا سایت از کارایی و تأثیرگذاری لازم برخوردار باشد. به هنگام راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی، ۱۰ المان مرتبط با طراحی هستند که باید مدنظر قرار بدهید. این ۱۰ المان عبارتند از:

۱. فراخوان برای اقدام‌ها تا حد امکان واضح و دقیق باشند و موجبات مشغولیت بیشتر بازدیدکنندگان را فراهم کنند
۲. طراحی منظم و مرتب
۳. امکان دسترسی آسان به بخش‌های مختلف سایت
۴. روند وارسی ساده و قابل‌فهم
۵. صفحه تماس با ما به منظور فراهم کردن دسترسی مشتری به شما
۶. اسـتفاده از کاتالوگی که حاوی توضیحاتی درباره استفاده آسان از محصولات باشد
۷. استفاده از رنگ‌ها و لوگوهایی که با برند همخوانی داشته باشند
۸. پاسخگو بودن و امکان استفاده آسان به وسیله کاربران موبایل‌های هوشمند
۹. اسـتفاده از فرم‌های ثبت‌نام به منظور حفظ مشتری‌ها و تکرار خرید از سوی آنها
۱۰. قرار دادن لینک‌هایی که بازدیدکنندگان را به صفحات شـما در شبکه‌های اجتماعی هدایت کنند.

نکاتی درباره استفاده از ووکامرس در کنار وردپرس

وردپـرس امکانـات مختلفی در اختیار کاربرانش قـرار می‌دهد که در این مقاله امکان صحبت درباره تمامی آنها وجود ندارد، اما از آنجایی که در این بخش، تجارت الکترونیـک را مدنظر قرار داده‌ایم، حتما باید کمی هـم درباره ووکامرس صحبت کنیم که اهمیت بسزایی در پیشبرد مؤثر فعالیت‌ها دارد. ووکامرس پلاگین بسیار قدرتمندی اسـت و امکان اسـتفاده همزمان آن با وردپرس وجود دارد (به‌شـکلی مؤثر با وردپرس ادغام می‌شود). این پلاگین بیش از ۴۰۰ افزونه و امکانات مختلف دارد که می‌توانید بسته به نیازهای‌تان از آنها بهره بگیرید. البته اگر پیش از این از ووکامرس استفاده نکرده‌اید و تجربه کار با آن را ندارید، نیازی به استفاده از تمامی این افزونه‌ها ندارید. اولین قدم در استفاده از ووکامرس این است که نیازهای‌تان را محدود کنید. بهتر است پیش از هر چیز مسائل زیر را مدنظر قرار بدهید:

- لیست محصولاتی که برای مشتری ارسال می‌شوند
- روش‌های مختلف ارسال محصولات
- ادغام با بازاریابی به وسیله ایمیل
- مدیریت فهرست دارایی‌ها و موجودی انبار
- کارکرد سبد خرید پیشرفته.

بیشـتر امکانات موجود در ووکامرس دارای دوره آزمایشی رایگان هستند. بهتر اسـت چند تا از آنها را امتحان کنید تا درک بهتری از شیوه کارشان پیدا کنید. تا زمانی که ووکامرس را از میان پلاگین‌های موجود در وردپرس حذف نکنید، قابلیت استفاده از امکانات مختلف آن را خواهید داشت.

۷ افزونه پراستفاده و محبوب ووکامرس

همان‌گونه که پیش‌تر عنوان شد، ووکامرس دارای افزونه‌هایی است که با استفاده از آنهـا می‌توانید کارایی این پلاگین قدرتمند را بیشـتر کنید. در ادامه تعدادی از افزونه‌های محبوب ووکامرس را معرفی خواهیم کرد. اگر تجربه استفاده از ووکامرس را ندارید، برای شروع می‌توانید از افزونه‌های زیر استفاده کنید:

۱. افزونـه سـبد خرید رهاشـده(Abandoned Cart Lite): هدف شـما از راه‌اندازی سایت تجارت الکترونیک در درجه اول فروش محصولات است. با استفاده از ایـن افزونه کارآمد می‌توانید برای مشـتری‌هایی که فرآیند خرید خود را نهایی نکرده‌اند ایمیل ارسال کنید و به این شکل آنها را مجددا تشویق به خرید کنید.

۲.افزونه ورودی/خروجی محصول(Product Import Export): اگر فهرست بلندبالایی از محصولاتی که باید وارد شوند دارید، با استفاده از این افزونه می‌توانید به‌سادگی و به‌یک‌باره این کار را انجام دهید.

۳. افزونه منوی سبد خرید(Menu Cart): با استفاده از این افزونه می‌توانید در هر صفحه از سایت سبد خرید کوچکی لحاظ کنید و به این صورت روند وارسی را ساده‌تر کنید و مشتری‌های‌تان را راضی نگه دارید.

۴. افزونـه فیلتـر محصـولات(Products Filter): ایـن امـکان را در اختیار مشتری‌ها می‌گذارد که با استفاده از تگ‌ها، ویژگی‌های محصول، دسته‌بندی و ... محصولاتی را که در معرض دیدشان قرار می‌گیرد محدود کنند.

۵.افزونـه لیسـت علاقه‌منـدی(YITH Wishlist): با اسـتفاده از این افزونه مشـتری‌ها می‌توانند محصولات مورد علاقه‌شان را به لیستی که برای خود درست می‌کنند اضافه کنند. این افزونه تأثیر بسزایی بر افزایش نرخ تبدیل دارد.

۶. افزونه مدیریت انبار(Stock Manager): با اسـتفاده از این افزونه می‌توانید در یک صفحه تمامی اطلاعات مربوط به فهرسـت موجودی‌تان را ببینید و آنها را مدیریت کنید.

۷.افزونه چندزبانه کردن(Multilingual): اگر قصد راه‌اندازی سایت بین‌المللی دارید، حتما باید از این افزونه استفاده کنید. این افزونه امکان ترجمه مطالب موجود در سایت‌تان را برای بازدیدکنندگان کشورهای دیگر فراهم می‌کند.

نگاهی اجمالی به آنچه در این بخش مورد بررسی قرار دادیم

طبق مطالبی که در این بخش عنوان شـد، باید مسـائل و نـکات زیر را پس از راه‌اندازی سایت مدنظر قرار داده باشید:

- استفاده از عکس و توضیحات مناسب برای معرفی محصولات
- تصمیم‌گیری برای انتخاب شیوه پرداخت هزینه و ارسال محصولات
- لحاظ کردن بخش‌هایی برای شرایط و ضوابط و تصدیق مشتری‌ها
- توجه به المان‌های مرتبط با طراحی سایت تجارت الکترونیک
- آشنایی با بخش‌های بیشتری از وردپرس و استفاده از پلاگین ووکامرس.

مدت‌زمان لازم جهت لحاظ کردن ویژگی‌های لازم برای تجارت الکترونیک: چند روز.

ادامه دارد ...

منبع: godaddy/chetor

معمای طراحی لوگوی مناسب برای برند

ترجمه: علی آل‌علی

لوگو بیشتر یک المان تزئینی است که برای برندها کاربرد دارد. امروزه اغلب مشتریان با مشاهده لوگوی برندها اقدام به خرید از آنها می‌کنند. اگر برند ما فاقد لوگوی جذاب باشد، فرآیند جلب پایدار نظر مشتریان دشوار خواهد شد. شناسایی سریع برندها از سوی مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. حافظه دیداری افراد بسیار بهتر از سایر الگوها عمل می‌کند. به همین خاطر استفاده از لوگوی کاربردی به منظور جلب نظر مخاطب هدف ضروری خواهد بود. همچنین نخستین تعامل مشتریان با برند ما از طریق لوگو صورت می‌گیرد، با این حساب برای تاثیرگذاری اولیه مناسب بر روی مخاطب هدف نیز باید از لوگوی مناسب استفاده کرد.

پرسش مهم برندها در رابطه با طراحی لوگو مربوط به هماهنگی ماهیت برند و لوگوی موردنظر است. بدون تردید ارتباط منطقی میان برند و لوگو ضرورت دارد. بسیاری از برندها به دلیل انتخاب لوگو بی‌ارتباط با حوزه تخصصی‌شان در عمل توانایی تاثیرگذاری بر مشتریان را از دست می‌دهند. هدف اصلی ما در این مقاله بررسی تاثیر انتخاب لوگوی مناسب بر روی عملکرد برند است. در این راستا با ۱۵ کارشناس موسسه فروبس همکاری کرده‌ایم. در ادامه بحث‌های هر کدام از کارشناس‌ها در زمینه لوگوی مناسب برای برندها بیان می‌شود. نکته مهم در این میان امکان استفاده از نکات موردنظر از سوی تمام کارآفرینان در حوزه‌های مختلف است.

۱. ابتدا کارهای اساسی
میلی کئون: موسسه Listen Technologies

بسیاری از اوقات مردم برند را با لوگو یکسان فرض می‌کنند. این امر اشتباهی بزرگ است. برند و لوگو دو ساختار متمایز از هم هستند. اگرچه در فرآیند جلب نظر مخاطب هدف هر دو مورد در کنار هم کاربرد پیدا می‌کنند، اما توجه به تفاوت‌های آنها ضروری خواهد بود. لوگو در ساده‌ترین تعریف جلوه بصری برند را شکل می‌دهد. وقتی ما در بیلبوردهای تبلیغاتی لوگوی برندی مانند نایک را مشاهده می‌کنیم، این المان با اصل برد تفاوت آشکاری دارد. به عبارت بهتر، ما در حال مشاهده جلوه بصری یک برند هستیم.

بسیاری از برندها در زمینه انتخاب لوگوی مناسب مشکلات بسیار زیادی دارد. این امر در نهایت موجب افزایش نارضایتی از انتخاب لوگوهای تازه می‌شود. ما همیشه باید انتخاب لوگو را براساس ماهیت برندمان در نظر داشته باشیم. در غیر این صورت هزینه بی‌فایده‌ای را انجام خواهیم داد. شروع کار طراحی لوگو باید از مراحل اساسی و پایه‌ای صورت گیرد. توصیه من در اینجا تلاش برای پاسخگویی به یک پرسش ساده است: چرا شما در تلاش برای طراحی لوگو هستید؟

پاسخگویی به پرسش فوق مسیر روشنی پیش روی ما قرار خواهد داد. به این ترتیب فرآیند طراحی لوگو از سوی ما دارای نظم و ترتیب بهتری خواهد شد. مشکل اصلی بسیاری از برندها عدم رعایت این نظم در فرآیند طراحی لوگو است. نتیجه این امر ناتوانی در زمینه انتقال مفاهیم موردنظرشان در قالب لوگو خواهد بود.

۲. اهمیت سادگی
کیت بارتون: موسسه مشاوره‌ای ClearVeiw

برندسازی همیشه رابطه نزدیکی با رعایت سادگی داشته است. امروزه برخی از برندها به اشتباه در تلاش برای ایجاد تصویری پیچیده و عجیب از خود هستند. مشتریان در صورت مواجهه با چنین برندهایی به سرعت از آنها عبور خواهند کرد. اگر ما در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف هستیم، باید نسبت به استفاده از الگوهای طراحی لوگو ساده توجه داشته باشیم. در غیر این صورت ایجاد ارتباط میان مخاطب هدف و لوگوی برندمان دشوار خواهد شد.

جلوه‌های بصری هر برند نکات بسیار زیادی در خود دارند. انتقال مفاهیم از طریق لوگو نیازمند استفاده از طرح‌های پیچیده نیست. ما امکان دسترسی ساده به مخاطب از طریق رعایت سادگی را خواهیم داشت. مهم‌ترین نکته در این میان قابلیت شناسایی سریع لوگوی برندمان است. برخی از لوگوها شباهت بسیار زیادی به یکدیگر دارند. این امر فرآیند شناسایی از سوی مخاطب هدف را دشوار خواهد کرد. به این ترتیب مشتریان همیشه برندهای دارای لوگوی مشابه را با یکدیگر اشتباه می‌گیرند. تلاش برای ایجاد تمایز میان لوگوی برندمان با دیگر کسب و کارها امری به شدت ضروری محسوب می‌شود.

۳. توجه به نظرات کارمندان
استیسی شرمن: برند DoingCXRight

برخی از بهترین لوگوها در دنیای کسب و کار از دل صحبت‌های روزمره کارمندان بیرون آمده است. برخی از برندها در تلاش برای استفاده از طرح‌های جذاب برای طراحی لوگو همیشه به دنبال گرافیست‌های حرفه‌ای هستند. شاید در نگاه نخست همکاری با گرافیست‌های حرفه‌ای طراحی یک لوگوی جذاب را تضمین کند، اما همیشه اوضاع به این ترتیب نیست. ما باید آمادگی لازم برای استفاده از نظرات کارمندان و حتی افراد بیرون از شرکت برای بهبود طرح نهایی لوگوی‌مان را مدنظر داشته باشیم.

ایراد اصلی برخی از برندها در زمینه طراحی لوگو بی‌توجهی به نظرات دیگران است. گاهی اوقات مدیران براساس سلیقه شخصی‌شان اقدام به طراحی یک لوگو می‌کنند. به این ترتیب در تحلیل نهایی لوگوی موردنظر فقط موردپسند آنها خواهد بود. بهترین ایده برای دستیابی به ایده‌های جذاب در زمینه طراحی لوگو نظرخواهی مداوم از کارمندان است. مزیت اصلی این شیوه امکان دسترسی به ایده‌های جذاب و متفاوت کارمندان خواهد بود.

۴. تأمل پیرامون احساسات موردنظر برند
ریک راموس: موسسه Health Joy

هر لوگو در فرآیند تعامل با مخاطب هدف در حال انتقال برخی از احساسات اساسی است. وقتی ما به لوگوهای متفاوت نگاه می‌کنیم، احساسات مختلفی خواهیم داشت بنابراین توجه به احساسات در فرآیند طراحی لوگو ضروری خواهد بود. بدون تردید اغلب صاحبان کسب و کار نسبت به استفاده از احساسات در طراحی لوگو بی‌توجه هستند. نکته مهم در این میان معنای متفاوت هر طیف رنگ در طراحی لوگو است بنابراین ما پیش از شروع فرآیند طراحی لوگو باید درک مشترکی از این امر داشته باشیم. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری مطلوب بر روی مخاطب هدف وجود نخواهد داشت.

بی‌تردید همه ما تجربه مشاهده لوگوهای مبهم و عجیب را داشته‌ایم. این امر ناشی از بی‌توجهی برند موردنظر به فرآیند طراحی لوگو در حالت حرفه‌ای است. وقتی ما به احساسات موجود در هر طیف رنگ یا اشکال هندسی توجه نداشته باشیم، انتظار دریافت نتیجه مطلوب دور از انتظار خواهد بود بنابراین پیش از شروع فرآیند طراحی لوگو نسبت به کسب آگاهی از معنای طیف رنگ‌ها و اشکال هندسی کاربردی در لوگوها اقدام کنید.

۵. شروع فرآیند با داستان برند
شیلو هولمز: موسسه بازاریابی Open Roads

هر برند دارای داستان منحصر به فردی است. شاید در نگاه نخست داستان منحصر به فرد برای هر برند بیش از اندازه آرمانی به نظر برسد. اگر برند شما هنوز داستان خود را ندارد، دلیل این امر کم کاری شماست. بازاریاب‌ها همیشه توانایی بالایی در یافتن داستان مناسب برای هر برند دارند. شروع فرآیند طراحی لوگو نیز باید با توجه به داستان برند باشد. استفاده از المان‌های اصلی در داستان اصلی برای طراحی برند ضروری خواهد بود. بهترین نمونه در این زمینه شرکت‌های خودروسازی است. برخی از برندها مانند فراری در زمینه تولید اتومبیل‌های پرسرعت تخصص دارند. نشانه اصلی سرعت در میان فرهنگ‌های مختلف اسب است بنابراین مشاهده اسب به عنوان المان اصلی لوگو در میان برندهای مختلف امری طبیعی خواهد بود. چنین جریانی در مورد برند مانند لامبورگینی نیز صحت دارد. چنین برندهایی با توجه به داستان اصلی‌شان از دل المان‌های موردنظر لوگوی خود را خلق کرده‌اند. درست به همین خاطر تاثیرگذاری لوگوهای موردنظر بسیار زیاد است.

هر سال شمار بسیار زیادی از استارت‌آپ‌های تازه تاسیس با شکست مواجه می‌شوند. دلیل اصلی این امر ناتوانی در زمینه برندسازی مناسب است. یکی از بخش‌های اساسی برندسازی توجه به لوگو و داستان اصلی است. اگر ما به این دو عامل توجه نداشته باشیم، امکان ایجاد ارتباط میان برندمان و مشتریان از بین خواهد رفت.

۶. اهمیت ویژگی به یادماندنی لوگو
اسکات لیسز: موسسه A&D

تمام برندها از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در یک سطح و اندازه نیستند. این امر ناشی از تفاوت شیوه عملکرد برندها در مقیاسی وسیع است. بی‌تردید هر برند براساس شرایط مختلف اقدام به استفاده از یک استراتژی خاص برندسازی می‌کند. همین امر در ادامه روند فعالیت برندها موجب ایجاد تفاوت‌های چشمگیر خواهد شد. اگر شما نیز در حوزه برندسازی فعالیت دارید، باید نسبت به میزان ماندگاری لوگوی برندتان در ذهن مخاطب هدف اطمینان حاصل کنید.

برخی از لوگوها به دلیل ساختار غیرمرتبط با فعالیت برند اصلی ماندگاری چندانی در ذهن مخاطب هدف نخواهد داشت. این امر مشکلی اساسی در فرآیند بازاریابی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها به طور مداوم در حال سرمایه‌گذاری در حوزه بازاریابی هستند، اما نتیجه نهایی چندان مطلوبی از فرآیند سرمایه‌گذاری‌شان کسب نمی‌کنند. یکی از دلایل اصلی این امر ناتوانی آنها در راستای ایجاد لوگوی به یادماندنی برای مخاطب هدف است. این مشکل در سطحی وسیع‌تر موجب ناتوانی برندها برای ایجاد برندی جذاب برای مشتریان می‌شود. ما در هر گام از فرآیند طراحی لوگو باید به ویژگی ماندگاری‌اش در ذهن مخاطب هدف توجه داشته باشیم. در غیر این صورت تمام فعالیت‌های برندمان با مشکل مواجه خواهد شد.

۷. توجه به حوزه اصلی کسب و کار
ملیسا کاندل: استودیو لیتل ورد

گاهی اوقات برندها در تلاش برای توسعه هرچه بیشتر نام‌شان هستند. در چنین شرایط ما نیازمند ایجاد سر و صدای زیادی برای فعالیت‌مان هستیم. در سایر موارد برندها در حوزه‌های تخصصی فعالیت دارند. به این ترتیب نیازی به ایجاد سر و صدا یا حتی بازاریابی گسترده به منظور جلب نظر مشتریان نخواهند داشت. نحوه طراحی لوگو برای هر کدام از شرکت‌های موردنظر متفاوت خواهد بود. بر این اساس ما باید به نیاز پایه برندمان در زمینه طراحی لوگو توجه داشته باشیم. طرح‌های بیش از اندازه پیچیده برای برندها تخصصی کاربرد ندارد. در برخی از موارد نادر برندها حتی نیازی به لوگو نیز پیدا نمی‌کنند بنابراین توجه به حوزه تخصصی فعالیت برندمان پیش از پرداختن به موضوعات جانبی اهمیت خواهد داشت.

جلوه بصری هر برند بیانگر حوزه تخصصی‌اش است. برخی از صنعت‌ها دارای المان‌های مشخصی در حوزه کسب و کارشان هستند. ما در زمینه طراحی لوگو برای شرکت‌های بسیار بزرگ باید از المان‌های اصلی صنعت‌شان استفاده کنیم. بهترین نمونه در این میان شرکت‌های تولید فولاد است. استفاده از لوگوهای دارای ابزارآلات اصلی حوزه تولید فولاد برای افزایش تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ضروری خواهد بود. ایراد اصلی به این شیوه عدم آگاهی برخی از مشتریان نسبت به ابزارهای اساسی در حوزه تولید فولاد است. نکته مهم در این میان ماهیت تخصصی مشتریان شرکت‌های عظیم تولید فولاد است بنابراین پیشفرض اصلی در اینجا آگاهی نسبی شرکت‌های طرف قرارداد تولیدی فولاد از ابزارهای اصلی صنعت موردنظر است.

۸. تاثیرگذاری بهتر لوگوهای مینیمال
امین راهال: موسسه Regal Assets

برندها و لوگوها باید به طور مشخص برای مخاطب هدف قابل شناسایی باشد. نمادگرایی در زمینه طراحی لوگو اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر ما نسبت به نمادهای مختلف و معانی آنها در زمینه کسب و کار آگاهی نداشته باشیم، امکان طراحی لوگوهای جذاب را نخواهیم داشت. نکته اساسی در زمینه استفاده از طرح‌های مینیمال برای لوگو توجه به ساختارشان است. به عنوان مثال، برند مک دونالد را در نظر بگیرید. این برند نامی مشابه موسس‌اش را یدک می‌کشد. اعتبار اصلی‌اش نیز به همین خاطر ایجاد شده است.

گاهی اوقات برندها در زمینه طراحی لوگو یا نام‌گذاری کسب و کارشان وسواس بسیار زیادی به خرج می‌دهند. این امر شامل تلاش برای انتخاب نام‌های عجیب و غریب است. بهترین توصیه در این میان رعایت اختصار و استفاده از طرح‌های مینیمال است. به این ترتیب ما رابطه مناسب میان برندمان و مخاطب هدف را تضمین خواهیم کرد.

نام برخی از برندها دارای بخش‌های مختلفی است. توصیه من در اینجا استفاده از نام یک بخشی برای برند است. این امر تاثیر مطلوبی بر روی به یادسپاری نام موردنظر خواهد داشت.

۹. توجه به رفتار مشتریان و آمارها
میشله هاف: موسسه UserTesting

شرکت‌های فعال در زمینه خرده‌فروشی آنلاین به شیوه‌های مختلفی کسب و کارشان را توسعه می‌دهند. امروزه استفاده از آمارهای دقیق برای توسعه کسب و کار در بسیاری از صنایع کاربرد دارد بنابراین ما نیز باید از آمارهای موردنظر برای بهبود سطح فعالیت برندمان استفاده کنیم. در غیر این صورت امکان فعالیت و تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را از دست خواهیم داد.

طراحی لوگو بدون استفاده از آمارهای دقیق و ارزیابی سلیقه مشتریان امکان ناپذیر است بنابراین ما باید نسبت به استفاده از چنین آمارهایی برای طراحی هرچه بهتر لوگو اقدام کنیم. یکی از اشتباهات اصلی برندها در زمینه طراحی لوگو توجه به ترندهای زودگذر است. به این ترتیب لوگوی آنها پس از گذشت مدت زمانی اندک دیگر جذابیت زیادی نخواهد داشت. بدون تردید هر لوگو پس از یک یا دو دهه نیازمند بازآفرینی است، با این حال تغییر کلی لوگو در فاصله زمانی کوتاه ایده مناسبی محسوب نمی‌شود. هرچه توانایی تاثیرگذاری لوگوی ما در طولانی مدت بیشتر باشد، مخاطب هدف به برندمان عادت بیشتری خواهد کرد.

تحلیل رفتاری مشتریان به هنگام تلاش برای طراحی لوگو ضروری است. اگر برند شما در زمینه دسترسی به پژوهش‌های کاربردی در زمینه مشتریان هدف‌اش مشکل دارد، همکاری با آژانس‌های بازاریابی ایده مناسبی خواهد بود. چنین آژانس‌هایی به طور معمول دارای بانک اطلاعاتی گسترده‌ای هستند. بنابراین همکاری با آنها امکان دسترسی به اطلاعات وسیع برای ما را فراهم خواهد کرد.

۱۰. ضرورت شخصی‌سازی
آلبرتو فرانتو: موسسه گرملین

بهترین برندها در زمینه انتخاب نام از کلمات ساده و مرتبط با کاری که انجام می‌دهند، استفاده می‌کنند. این امر تاثیر مثبتی بر روی فرآیند فعالیت آنها دارد. هرچه نام برند با حوزه فعالیتش نزدیکی بیشتری داشته باشد، بهتر در ذهن مخاطب هدف باقی خواهد ماند. بسیاری از بازاریاب‌ها و کارشناس‌های حوزه برندسازی در زمینه انتخاب نام برای برندها به سراغ کلمات و عبارت‌های ساده و عامیانه می‌روند. دلیل این امر ماندگاری بهتر چنین عبارت‌هایی در ذهن مخاطب هدف است.

نکته مهم در زمینه استفاده از عبارت‌های ساده و روزمره برای برند امکان شخصی‌سازی بهترشان است. مفاهیم کلی همیشه جا برای شخصی‌سازی دارند. به این ترتیب ما امکان شخصی‌سازی مفهوم موردنظر برای بهبود فعالیت برندمان را خواهیم داشت. طراحی لوگو نیز چنین شرایطی دارد. برخی از برندها برای افزایش تاثیرگذاری لوگوی برندشان اقدام به استفاده از نام برندشان در قالبی زیاد می‌کنند. به این ترتیب لوگوی نهایی همان نام برند خواهد بود. این امر در صورت سادگی نام برند منطقی و تاثیرگذار خواهد بود.

امروزه بسیاری از برندها تمایل به استفاده از طرح‌های گرافیکی برای لوگو دارند. نکته منفی این امر دشواری کاربرد آنها در حوزه بازاریابی و تبلیغات است. ما باید لوگویی ساده برای ارائه در کمپین‌های تبلیغاتی داشته باشیم. در غیر این صورت تاثیرگذاری آن به شدت محل بحث خواهد بود.

۱۱. توجه به حوزه تخصصی کسب و کار
کادی مک کانل: موسسه مشاوره‌ای یونیک

طراحی لوگو در حوزه کسب و کار ارتباط نزدیکی با راهکار برندها برای کاهش یا رفع نیاز مشتریان دارد بنابراین ما باید همیشه به دنبال ساده‌سازی راهکارها برای مشتریان باشیم. ایراد اصلی برخی از برندها بیان پیچیده راهکارشان برای بهبود وضعیت مشتریان است. به این ترتیب در نهایت امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان از میان می‌رود. ما در زمینه طراحی لوگو باید به راهکار اصلی برندمان برای رفع نیاز مشتریان تاکید کنیم.

برندهای مختلف دارای راهکارهای متفاوتی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان هستند. این امر شامل استفاده از راه حل‌های متنوع برای رفع مشکلات مشتریان است. استفاده از جلوه بصری راهکار برندمان برای مشتریان در لوگو بهترین ایده به منظور ماندگاری هرچه بیشتر کسب و کارمان در ذهن مشتریان خواهد بود.

۱۲. طراحی و امتحان نسخه‌های مختلف
مائورا کندی: موسسه پاند لهوکی

استفاده از گروه آزمایشی برای ارزیابی بازخوردهای احتمالی ایده مناسبی محسوب می‌شود. بر این اساس ما پیش از انتشار نسخه نهایی لوگوی برندمان باید نسبت به ارائه نمونه‌های اولیه به مخاطب‌های محدود اقدام کنیم. مزیت این فرآیند امکان دسترسی به نظرات متنوع کاربران است. اگر شما قصد ایجاد یک گروه آزمایشی را دارید، توصیه ما ترکیب مشتریان ثابت برند و مخاطب‌های معمولی است. هدف اصلی ما در هر صورت دستیابی به نظرات مختلف است. بنابراین باید گروه آزمایشی‌مان شامل افراد متنوع باشد. در غیر این صورت امکان دسترسی به اطلاعات کلیدی فراهم نخواهد شد.

برندهای بزرگ همیشه پیش از معرفی محصولات‌شان اقدام به ارزیابی نظرات برخی از مشتریان می‌کنند. این امر امکان رفع مشکلات محصول اولیه را فراهم می‌کند. ما در زمینه طراحی لوگو نیز باید چنین راهبردی را مدنظر داشته باشیم. به این ترتیب ریسک‌های موجود در زمینه طراحی لوگوی ناسازگار با سلیقه مخاطب هدف به کمترین میزان خواهد رسید.

۱۳. تضمین آینده لوگو
وینسنت فاموان: موسسه مشاوره ویتن

توجه به توسعه حوزه کسب و کار در زمینه انتخاب نام و لوگو برای برند ضروری است. ما همیشه باید آینده حوزه کسب و کارمان را مدنظر داشته باشیم. در غیر این صورت نام و لوگوی برندمان پس از مدتی نیازمند اصلاح و حتی تغییر کامل خواهد شد. بهترین نمونه‌ها در این زمینه تغییر نام بخش Apple Computers به Apple Inc در سال ۲۰۰۷ است. همچنین انتخاب نام آیفون و آیپد برای سری جدید محصولات اپل نیز اقدامی هوشمندانه بود. برندی مانند دانکین دوناتز نیز پس از مدتی نام خود را به دانکین تغییر داد. ما باید همیشه آینده حوزه کسب و کار را مدنظر داشته باشیم. در غیر این صورت نیاز فوری به تغییر نام کسب و کار افزایش خواهد یافت.

۱۴. انتقال پیام منحصر به فرد و ارزشمند
مگان لانگندرفر: موسسه ویکتالیک

نام و لوگوی هر برند باید ارزش‌های مشخصی را به مخاطب هدف منتقل کند. ایراد اصلی برخی از برندها عدم توجه به ارزش مرکزی کسب و کارشان است. نتیجه این امر عدم جذابیت کسب و کارشان برای مخاطب هدف خواهد بود. ما باید همیشه نسبت به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف توجه داشته باشیم. بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی بر روی انتقال پیام‌های خاص تمرکز دارند. پیش‌نیاز چنین امری استفاده از نام و لوگویی منحصر به فرد است. اگر ما از کلیشه‌های رایج برای نام‌گذاری و طراحی لوگوی برند استفاده کنیم، دستیابی به موفقیت در حوزه بازاریابی و فروش بسیار دشوار خواهد شد.

۱۵. توجه به مدیریت سئو
پاتریک وارد: موسسه روت‌استراپ

مدیریت سئو در دنیای کنونی اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب برندها در دنیای آنلاین فعالیت گسترده‌ای دارند. یکی از راهکارهای اساسی برای بهبود وضعیت برندمان در حوزه مدیریت سئو استفاده از نام و لوگوی ساده است. به این ترتیب دسترسی به محتوای مرتبط با برندمان بسیار ساده خواهد شد. امروزه کاربران حوصله چندانی برای جست‌وجوی نام‌های طولانی برندها ندارند. این نکته باید مدنظر تمام صاحبان کسب و کار در فرآیند انتخاب نام و لوگوی برند باشد.

منبع: forbes.com

ایستگاه بازاریابی

دلایل ضروری‌بودن بازاریابی ویدئویی برای برندها

به قلم: گری گرانت متخصص حوزه بازاریابی و تبلیغات

مترجم: امیر آل‌علی

اگرچه بارها در رابطه با اهمیت بازاریابی ویدئویی صحبت شده است، با این حال آمارها بیانگر آن است که هنوز توجه لازم به این بخش صورت نگرفته است. درواقع اگر بخواهیم مهم‌ترین اقدام بازاریابی حال حاضر را نام ببریم، گزینه فوق انتخاب شایسته‌ای خواهد بود. در این راستا به بررسی دلایل حیاتی بودن این اقدام خواهیم پرداخت.

۱-حالتی انسانی‌تر دارند

هنگامی که مخاطبان صدا و چهره یک نفر را می‌شنوند، احساس به مراتب بهتری را خواهند داشت. همچنین در هنگام صحبت کردن، شما می‌توانید لحن خود را تغییر داده و جو موردنیاز را سریعا ایجاد کنید. این امر در حالی است که در نوشتن، محدودیت‌هایی وجود دارد. فراموش نکنید که یک صدای دلنشین، می‌تواند احتمال دیده شدن محتوا را نیز افزایش دهد. به همین خاطر مشاهده، دارای امکانات به مراتب بیشتری در مقایسه با گوش کردن و مطالعه است. درواقع ویدئو-ها بالاترین شانس تاثیرگذاری سریع را دارند. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که چشم‌نواز بودن اقدام شما نیز در این رابطه مهم است. به همین خاطر حضور یک ادیتور حرفه‌ای در کنار تجهیزاتی نظیر هلی‌شات، باعث افزایش سطح اقدامات شما خواهد شد.

۲-مخاطبین مشاهده را ترجیح می‌دهند

مشاهده کردن اقدامی ساده‌تر در مقایسه با مطالعه است، با این حال توجه داشته باشید که اصل کوتاهی باید رعایت شود. درواقع هیچ فردی تمایل ندارد که یک سخنرانی دو ساعته را مشاهده کند. در این رابطه اگر نیاز به زمان زیادی دارید، ضروری است تا موضوعات را به چند قسمت تبدیل کنید. این امر باعث می‌شود تا دلیلی برای مراجعه مجدد به سایت شما وجود داشته باشد. همچنین لازم است تا بسترهای زیادی را برای اشتراک ویدئوهای خود انتخاب کنید. در نهایت فراموش نکنید که زیرنویس کردن محتواهای خارجی نیز اقدامی اشتباه بوده و در تضاد با اصل مشاهده است. به همین خاطر لازم است تا آنها را دوبله کنید. علی رغم تصور عموم، این اقدام بسیار ساده بوده و با یک نرم‌افزار، امکان به اجرا درآوردن آن وجود دارد.

۳-فرآیند اعتمادسازی را سرعت می‌بخشد

برای خرید کردن هیچ چیز به اندازه اعتماد تاثیرگذار نخواهد بود. آمارها حاکی از آن است که ویدئوها توان به مراتب بیشتری را در این زمینه در مقایسه با سایر محتواها دارند. اگرچه نمی‌توان هزینه‌بر بودن این اقدام را منکر شد، با این حال توجه داشته باشید که شما می‌توانید اول، وسط و یا آخر ویدئوی خود تبدیل کرده و از این طریق بخشی از هزینه خود را جبران کنید. در نهایت فیلم‌ها به طور معجزه‌آسایی تمایل افراد به واکنش و نظر دادن را افزایش می-دهد. به همین خاطر ایجاد تعامل را بهبود می‌بخشد.

۴-کاربران موبایل را به سمت شما می‌کشاند

فضای کوچک تلفن‌های همراه باعث شده است تا افراد تمایل چندانی را به مطالعه متن نداشته باشند. درواقع برای سهولت، به ابعاد صفحه یک لپ تاپ نیاز خواهد بود که به اجرا درآوردن آن برای گوشی‌های تلفن همراه عملا غیرممکن است، با این حال مشاهده ویدئو حالتی کاملا عکس دارد. فراموش نکنید که بیشتر کاربران یوتیوب از طریق گوشی‌های هوشمند خود، اقدام به مشاهده ویدئوها می‌کنند. با توجه به این امر که این ابزارها به بخش جدانشدنی زندگی افراد در طول شبانه روز تبدیل شده‌اند، بسیار مهم است که نظر آنها را به سمت خود جلب کنید که در این رابطه ویدئو-ها شانس شما را افزایش می‌دهند. در شبکه-های اجتماعی نیز شاهد این موضوع هستید که تولیدکنندگان ویدئو نظیر واینرها، سرعت رشد به مراتب بیشتری را در مقایسه با افرادی دارند که صرفا به ارسال عکس و متن محدود هستند.

۵-نرخ اشتراک‌گذاری بسیار زیادی دارند

افراد بیشترین تمایل را برای به اشتراک‌گذاری ویدئوها با اطرافیان خود دارند. این امر در حالی است که این مسئله به ندرت برای متن و عکس اتفاق می‌افتد. این امر به معنای آن خواهد بود که یک بازدیدکننده، چندین نفر دیگر را به سمت شما می‌کشاند، با این حال فراموش نکنید که کیفیت محتواها در این رابطه شرط اصلی محسوب می‌شود. درواقع در صورت یک عملکرد ضعیف و حتی متوسط در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، احتمال نادیده گرفته شدن شما نیز وجود دارد.

۶-تبلیغ‌های موفق‌تری را تجربه خواهید کرد

شما می‌توانید بخشی از ویدئوهای خود را به عنوان تبلیغ در ویدئوهای دیگر قرار داده و با این اقدام شانس دیده‌شدن خود را افزایش دهید. درواقع با توجه به محبوبیت بالای آنها، تبلیغات شانس موفقیت بسیار بالایی را به همراه خواهد داشت.

۷-محدوده عملکردی شما را افزایش می‌دهد

در ویدئو، شما می‌توانید بسیاری از موضوعات را به ساده‌ترین روش ممکن توضیح داده و کار را ساده کنید. در این رابطه فراموش نکنید که انیمیشن‌ها نیز در دسته محتواهای ویدئویی قرار می‌گیرند. این امر در حالی است که اگر بخواهید از طریق متن بسیاری از مطالب را توضیح دهید، نه تنها جذابیتی را برای مخاطب به همراه نخواهد داشت، بلکه به یک متن بیش از حد طولانی نیاز است.

در نهایت فراموش نکنید که برای موفقیت در این عرصه، ضروری است تا همواره به جدیدترین ترندها توجه داشته و از بهترین تجهیزات استفاده کرده و بالاترین تنوع کاری را داشته باشید. بدون شک با رعایت این موارد، موفقیت کاملا در دسترس خواهد بود.

منبع: business۲community.com

رهبری

مزایا و معایب آزادکاری

به قلم: بلا وانگ نویسنده حوزه کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از اشـتباهات رایج این است که افراد بین مدل‌های کاری، یک ترتیب‌بندی را ایجـاد می‌کنند. برای مثال کار برای یک برنـد را به مراتب بهتر از آزادکاری می‌دانند و برخی دیگر عقیده‌ای کاملا عکس دارند. این امر در حالی اسـت که هر دو گروه در اشتباه بوده و این امر به موقعیت، سلیقه و بسیاری عوامل دیگر بستگی خواهد داشت. به همین خاطر آزادکاری یا در اصطلاح فریلنسر، برای برخی از افراد بهتر خواهد بود. در این رابطه آگاهی از مزیت‌ها و معایب این اقدام، شما را در تصمیم‌گیری بهتر یاری خواهد کرد.

مزایا: ۱-انعطاف زمانی

درواقـع در آزادکاری دیگر شـما مجبور به مراجعه به دفتر کاری خود در سـاعت مشـخص و خارج شدن پس از اتمام سـاعت کار نخواهید بود. این امر کمک خواهد کرد تا امکان ایجاد تعادل میان کار و زندگی شـخصی، مهیاتر باشـد. همچنین شما عملا به مکان خاصی برای انجام کارهای خود نیاز نداشته و در هر شرایطی می‌توانید وظایف را ادامه دهید. این مسـئله شباهت بسـیاری را به دورکاری دارد. با این تفاوت که شما استخدام هیچ برند خاصی نخواهید بود. بدون شک این اقدام برای افرادی که انعطاف‌پذیر بودن زمان انجام کار برایشان مهم است بسیار سودمند خواهد بود.

۲-محکوم به تحمل شرایط نخواهید بود

یک کارمند، مجبور اسـت که رئیس و کارمندان شرکت را تحمل کند، با این حال یک آزادکار به علت عدم ارتباط با آنها، عملا هیچ مشکلی را نخواهد داشت. همچنین می‌توان گزینه‌ها را بررسی کرده و آزادی عمل بالاتری را تجربه کنید. همچنین شما می-توانید در هر شـرایطی به کارهای خود رسـیدگی کنید. برای مثال بدون خارج شدن از تخت خواب، قادر به انجام یک پروژه خواهید بود. این امر به معنای آن است که دیگر نیاز به پوشیدن لباس مناسب، پرداخت هزینه برای حمل و نقل و رسیدن به دفتر شرکت وجود نداشته و زمان شما برای رفت و بازگشت تلف نخواهد شد. با توجه به این امر که امکان استراحت در هر زمانی وجود دارد، معمولا آزادکارها قادر به انجام حجم کاری بیشتری هستند.

۳- رئیس خودتان هستید

شما تعیین خواهید کرد که کارها به چه نحوی و در چه زمانی انجام شود. درواقع شما دیگر زیر ذره بین مدیر شرکت نخواهید بود. درواقع شرایط کاری را خودتان تعیین می‌کنید که می‌تواند برای بسـیاری از افراد جذابیت بالایی را به همراه داشـته باشد. درواقع یک آزادکار می‌تواند در رابطه با هر چیزی با طرف قرارداد مذاکره کند. این امر در حالی است که یک کارمند، باید طبق دستورات عمل کند.

۴-امکان کسب درآمد بیشتری وجود دارد

حقوق یک کارمند مشـخص بوده و برای افزایش آن شـما باید پیشرفت کرده و یا اضافه کاری کنید. درواقع تعهد به یک شرکت باعث می‌شود تا فرصت همکاری با سایر برندها عملا نابود شود. این امر در حالی است که یک آزادکار می‌تواند به هر میزانی که تمایل دارد، با برندهای مختلف همکاری داشته و با این اقدام شانس افزایش نامحدود درآمد خود را داشته باشد. همچنین یک آزادکار هیچ‌گاه براساس زمان فعالیت خود، درآمد نخواهد داشت. این امر باعث می‌شود که در صورت اتمام سریع‌تر، فضا برای انجام یک فعالیت دیگر وجود داشته باشد.

۵-مالیات به مراتب کمتری را پرداخت خواهید کرد

به این علت که شما به صورت رسمی با هیچ برندی همکاری ندارید، مالیات بر درآمد نیز بسیار پایین خواهد بود. در برخی از کشورها نیز برای آزادکارها مالیاتی تعیین نشده است. این مسئله باعث می‌شود تا هزینه‌های شما در مقایسه با یک کارمند معمولی، کمتر باشد. همچنین این امر که بیشتر در خانه هستید، امکان حفظ سلامتی و کمتر مریض شدن را به همراه دارد.

معایب: ۱-باید بیشتر از یک کارمند فعالیت کنید

یک کارمند تا اتمام سـاعت کاری خود، به صورت مداوم فعالیت نکرده و بخشی از زمان به اسـتراحت، گفت‌وگو با دیگران، نشست‌ها، جست‌وجوها و زمان ناهار سپری خواهد شـد. همچنین این افراد امنیت درآمدی داشته و می‌دانند که در آخر ماه یک مبلغ مشخصی به حساب آنها واریز خواهد شد، با این حال یک آزادکار از چنین امکانی برخوردار نبوده و برای همرده شـدن با یک کارمند، نیاز به فعالیت بیشـتری خواهد داشت علت این امر به این خاطر است که شرکت‌ها براساس انجام وظایف به شما حقوق می‌دهند. این امر در حالی است که حقوق یک کارمند، به ساعت بستگی دارد. همچنین معمولا به آزادکارها، قیمت کمتری پیشنهاد می‌شود.

۲- از عادت کردن محروم خواهید بود

کارهای یک آزادکار ممکن است تنوع بسیار بالایی را داشته باشد. این امر در حالی است که بیش از ۸۰درصد اقدامات یک کارمند، همواره ثابت خواهد ماند. این مسئله باعث می‌شـود که پس از مدتی کارمندان به وظایف عادت کرده و سختی کمتری را متوجه شوند. همچنین آنها دقیقا می‌دانند که انتظارات در چه سطحی قرار دارد، با این حال یک آزادکار همواره با افرادی با انتظارات متفاوت و اقدامات متنوع مواجه هستند که سرعت کار را کاهش داده و فشار بیشتری را بر روی فرد به همراه خواهد داشت.

۳-امکان تاخیر در پرداختی‌ها وجود دارد

اگرچه در حالت عادی پس از اتمام پروژه شـما باید به کل مبلغ توافقی دست پیدا کنید، با این حال واقعیت کاملا متفاوت بوده و تقریبا تمامی آزادکارها با معضل تاخیر در پرداخت‌ها مواجه هستند. این امر می‌تواند جریان زندگی عادی شما را تحت تاثیر قرار دهد. برای مثال برای یک کارمند امکان پرداخت اقسـاط در زمان تعیین شـده وجود دارد، با این حال یک آزادکار ممکن است در این زمینه با مشکل مواجه شود. به همین خاطر باید به مسئله دیرکردها توجه داشته باشید. همچنین در مواردی مشاهده شـده اسـت که برندها برخلاف توافق عمل کرده و یا از طریق مشاوره با وکلای خود، موارد کوچکی را در قرارداد ذکر می‌کنند که به واسـطه آن‌که مورد توجه شـما قرار نگرفته، به سادگی حق شما را نادیده می‌گیرند و رفتن به دادگاه نیز زمان زیادی را از شـما می‌گیرد که این امر به معنای به هم خوردن همه برنامه‌ها و عقب افتادن سـایر سفارش‌ها خواهد بود.

۴-همواره در جست‌وجوی کار هستید

یک کارمند از امنیت شغلی برخوردار بوده و در صورت اخراج، به علت سابقه کاری خود می‌تواند شغلی دیگر را پیدا کند، با این حال برای یک آزادکار به علت عدم تجربه، بسیار سخت خواهد بود که یک شغل ثابت در یک شرکت را بیابد. درواقع شما باید به صورت مداوم به دنبال پیداکردن مشتری برای خود باشید که می‌تواند اقدامی زمان‌بر محسوب شود. همچنین فراموش نکنید که اگر بازار ضعیف شود، یک کارمند همچنان حقوق خود را دریافت خواهد کرد، با این حال این مسـئله تاثیر مستقیمی را بر روی میزان مشتری‌های شما به همراه خواهد داشت. همچنین برنامه‌ریزی برای آینده برای یک آزادکار، سخت‌تر است.

۵-از مزیت‌های کارمندی برخوردار نخواهید بود

انواع بیمه‌ها، امکان مرخصی، حجم کاری ثابت، کار تیمی و وجود وسایل مورد نیاز تنها بخشـی از مزیت‌های یک کارمند محسـوب می‌شود، با این حال هیچ یک از آنها برای یک آزادکار وجود نداشته و حتی ساده‌ترین ابزارها را باید شخصا تهیه کنید. این نکته را فراموش نکنید که یک نرم‌افزار گرانقیمت، توسط شرکت خریداری می‌شود و کارمند عملا متوجه هزینه آن نخواهد شد، با این حال شما باید شخصا آنها را خریداری کنید که در بسیاری از موارد کاملا سخت خواهد بود.

منبع: legalzoom.com

مدیریت بحران کاری براساس تجربه ویروس کرونا

به قلم: آیتکین تنک کارآفرین، موسس و مدیرعامل برند جات فورم
ترجمه: علی آل‌علی

امروزه بسـیاری از مردم در حال رعایت نکات ایمنی برای پیشـگیری از ابتلا به ویروس کرونا هسـتند. این امر در سراسـر دنیا رعایت می‌شود. در این میان برخی از افراد به دلیل تخصص در زمینه پزشـکی یا تعهدات داوطلبانه در خط مقدم درمان و رسـیدگی بـه بیماران کرونایی قرار دارنـد. دنیل گولدنبرگ نیز یکی از میلیون‌ها دانش‌آموز پایبند به شرایط قرنطینه در سراسر دنیاست. دنیل بـه دلیل حضور پـدرش در واحد اورژانس درمانی علاقه زیـادی برای کمک به بیماران داشـت. با این حال شـرکت در فرآیند درمان بیماران برای یک نوجوان بیش از اندازه خطرناک اسـت. بی‌تردید شـرایط موردنظر برای دنیل یک بحران تمام عیار محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان تقویت انگیزه خلاقیت دنیل در طول این بحران بود.

چند روز پس از اوج‌گیری بحران کرونا در سراسـر دنیا، دنیل سرویس رایگان Zoomers To Boomers را طراحـی کـرد. هدف از طراحی این سیسـتم کمک به افراد آسـیب‌پذیر در ایالت کالیفرنیا به منظـور تهیه مواد غذایی مورد نیازشـان بود. نیروی اصلی تهیه و ارسـال موادغذایی نیز شـامل دانش‌آموزان و همکلاسـی‌های دنیل بودند. آنها بـه این ترتیب امکان همکاری سـازنده برای کمک به پیشگیری از شیوع ویروس کرونا را پیدا کردند. آنها همچنین در زمینه تهیه و تولید ماسک‌های ضروری برای بیماران نیز اقدام به راه‌اندازی خط تولید کوچکی کردند. شـاید در نگاه نخست این اقدام چندان تاثیرگذار به نظر نرسد، اما صرف اقدام تعدادی نوجوان برای کمک به جلوگیری از شـیوع ویروس کرونا قابل تحسین است.

سـرویس Zoomers To Boomers در ابتـدا فقـط بـا همـکاری ۱۳ دانش‌آموز شـروع به کار کرد، با این حال یک هفته پس از شـروع به کار تعداد افراد داوطلب برای شرکت در این طرح با ۳ هزار نفر رسید. یک ایده ساده برای مدیریت شرایط در ایالت کالیفرنیا به سرعت در میان تمام افراد شهرت به دست آورد. بسـیاری از فرآیندهای مدیریت بحران در سـطح جهانی به ایده‌های ساده شروع می‌شود. بنابراین ما نباید به دنبال طراحی ایده‌های بیش از اندازه حرفه‌ای باشـیم. در غیر این صورت امکان مدیریت شـرایط ب گونه‌ای تاثیرگذار برای ما از میان خواهد رفت.

بدون تردید گولدنبرگ به عنوان یک نوجوان هیچ تحصیل رسـمی در زمینه مدیریت کسـب و کار نداشـت. همچنین وی دارای انگیزه کافی برای مدیریت تمام بحران در ایالت کالیفرنیا نیز نداشت. نکته مهم در این میان دست زدن به عملـی هرچند کوچک برای مقابله با بحرانی عظیم بود. اوضاع در زمینه کسـب و کار نیز درسـت به همین ترتیب اسـت. بسـیاری از برندها علی رغم آگاهی از شـرایط بحرانی توانایی مدیریت مناسـب آن را ندارند بنابراین ما باید به دنبال راهکارهایی برای مدیریت بحران در شرایط اضطراری باشیم. در غیر این صورت پایـداری برند ما چندان به طول نخواهد انجامید. یادگیری نکات مفید از بحران کرونا و تجربه دنیل گولدنبرگ برای مدیریت بحران در حوزه کسب و کار بسیار آموزنده است. ما در ادامه نگاهی به بهترین تکنیک‌های مدیریت بحران در حوزه کسب و کار خواهیم انداخت.

انتخاب شیوه مدیریت

نویسندگان و فیلسوفان به طور مداوم در تلاش برای ارائه راهکارهای مناسب زندگـی بـه افراد عادی بوده‌اند. اکنون دنیا در شـرایط عجیب و غریبی به سـر می‌برد. مدیران بنگاه‌های تجاری به طور کلی دو راهکار پیش رو دارند. نخستین راهکار شـامل ترس و اقدام برای تعطیلی کلی کسـب و کارشان است. این اقدام شـاید بهترین گزینه موردنظر نباشد، اما طرفدارهای بسـیار زیادی دارد. وقتی شرایط پیش رو برای ما مشخص نیست، اقدام برای تعطیلی کسب و کار منطقی به نظر می‌رسـد. راهکار بعدی شـامل تلاش برای مدیریت اوضاع و حتی کمک به دیگـران برای مقابله با ویروس کروناسـت. این امر جسـورانه‌تر از هر گزینه دیگری است.

من به هیچ وجه نگاه مثبت یا سـاده‌انگارانه‌ای نسـبت به ویروس کرونا ندارم. هزاران نفر در سراسـر دنیا با مرگ دسـت و پنجه نرم می‌کنند بنابراین اکنون موقعیت مناسب برای دست کم گرفتن شرایط نیست. شرایط موجود به احتمال زیاد در ماه‌های آتی تغییر نخواهد کرد بنابراین ما باید نسـبت به بهبود شـرایط مدیریت برندمان با وجود کرونا اقدام کنیم. تعطیلی بیش از حد طولانی کسب و کار برای صاحبان آن به معنای خداحافظی با سرمایه‌شـان است بنابراین ما باید در عمل راهکاری برای فعالیت در شرایط کنونی پیدا کنیم.

من تمام پاسخ‌های کاربردی برای ادامه فعالیت کسب و کار در شرایط کنونی را نـدارم. نکته مهم در این میان تصمیم‌گیری شـما بـرای انتخاب نوع رویکرد برندتان به مسـئله اسـت. در غیر این صورت شـرایط برای شـما بیش از اندازه دشـوار خواهد شد. برندهایی که نسبت به بحران‌های پیش رو تصمیم مشخصی نمی‌گیرند، همیشـه در معرض ورشکسـتگی و مواجهه با مشکلات بسیار عمیق هستند.

۱.بازیابی ارتباط با هدف برند

امروزه صنعت خرده فروشـی اهمیت فراوانی پیدا کرده اسـت. توزیع مناسب مواد غذایی در سراسـر شـهرها در ارتباط با مرگ و زندگی است بنابراین خرده فروشی‌های مختلف مسئولیت اجتماعی بسیار سنگینی در شرایط کنونی دارند. اگر یکی خرده فروشی اقدام به تعطلی فعالیتش کند، بسیاری از افراد در منطقه موردنظر با مشکل مواجه خواهند شد.

اکنـون زمان بازیابی ارتباط برندها با اهداف اصلی‌شـان اسـت. بسـیاری از برندها در شـرایط عادی برای توسـعه کسب و کارشـان اقدام به تعیین اهداف و ارزش‌هـای جذابی می‌کنند. میزان باورپذیـری اهداف مختلف فقط در چنین شـرایطی سنجیده می‌شود بنابراین ما باید نسبت به بازیابی ارتباط‌مان با اهداف برند اقدام کنیم. در غیر این صورت پس از رفع بحران کرونا دیگر هیچ مشـتری به کسب و کار ما اعتماد نخواهد کرد.

هدف اصلی تمام کسب و کارها در شرایط کنونی کمک به مردم برای مقابله با ویروس کروناست. این امر به شیوه‌های مختلفی صورت می‌پذیرد بنابراین ما باید جایـگاه برندمان در این مبارزه برای مدیریت بحـران را پیدا کنیم. بدون تردید برندهای فعال در زمینه کمک به مردم شـانس بالایـی برای ماندگاری طولانی مدت در ذهن مشتریان دارند.

بسـیاری از برندها اکنون در حال کمک به مردم هسـتند. نکته مهم در این میان طرح یک پرسـش اساسـی است: ما به راسـتی چرا در تلاش برای کمک به مردم هسـتیم؟ این پرسـش منکر اهمیت کمک به مردم نیسـت. مسئله بر سـر آگاهی از دلیل کمک به مردم اسـت. ما باید ارزش‌های متعهد به کمک در برندمـان را پیدا کنیم. نتیجه امر امکان تاکید بیشـتر بـر روی فرآیند کمک به دیگـران خواهد بود. همچنین ما امکان اسـتفاده از تجربه کنونی برای مدیریت بهتر بحران‌ها در سطح جهانی را خواهیم داشت.

۲.اولویت همیشه با مردم است

مدیریت کسـب و کار همیشـه برای افراد درگیر تولید معنا می‌کند. بسیاری از افراد در شـرایط حاد نیز دسـت از کار و تلاش برنمی‌دارند. وقتی ما با بحرانی به بزرگی کرونا مواجه هسـتیم، تمام ارزش‌های کاری باید جای خود را به مردم دهد. هیچ چیز باارزش‌تر از جان مردم نیست بنابراین ما در محاسبات کاری‌مان باید همیشـه اولویت را به مردم دهیم. در غیر این صورت مدیریت کسـب و کار برای ما دشوار خواهد شد.

ما به عنوان مدیر یک کسـب و کار بیش از هر زمان دیگری باید حمایت‌مان از کارمندان را نشـان دهیم. در غیر این صورت امکان مدیریت بهینه کسـب و کار را از دست خواهیم داد. تیم‌های کارمندان در شرایط کنونی نیازمند حمایت بیشتری از سـوی مدیریت هستند. در غیر این صورت با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهند شـد. ما باید شناخت درستی از شـخصیت کارمندان‌مان داشته باشـیم. فقط در این صورت امکان کمک به آنها براسـاس برنامه‌ای مدون فراهم خواهد شد.

شـرایط بحرانی بسـیاری از عادت‌های ما را برهم خواهـد زد بنابراین ما باید راهکارهای تازه‌ای برای مدیریت اوضاع پیدا کنیم. در غیر این صورت سرنوشـت کسـب و کارمان به شدت بحرانی خواهد شد. نجات کسب و کار تنها هدف رایج در زمینه مدیریت بحران نیست. ما باید نسبت به وضعیت مردم یا به عبارت بهتر کارمندان‌مان نیز توجه داشته باشیم.

۳.به‌روز رسانی‌های شفاف

تیم کارمندان ما در شـرایط بحرانی بیش از هر زمان دیگری احسـاس خشم و عصبانیـت خواهد کرد بنابراین ما باید همیشـه در کنار آنها باشـیم. مدیریت احساسـات کارمندان در بحران‌های طولانی مـدت اهمیت ویژه‌ای دارد. در غیر این صورت ما امکان مدیریت بهینه شـرایط را نخواهیم داشـت. شرایط بحرانی نیازمند اطلاع‌رسـانی سـریع و منظم به کارمندان اسـت بنابرایـن انتظار آنها برای دریافت اطلاعات دقیق بی‌جا نیسـت. راه‌اندازی سـامانه‌ای مناسـب برای اطلاع‌رسانی به کارمندان گزینه منطقی محسوب می‌شود.

ما نیازی به تظاهر به عادی بودن شـرایط نداریم. بی‌تردید همه ما در شرایط بحرانـی به سـر می‌بریم بنابراین باید نسـبت به اطلاع‌رسـانی دقیق و شـفاف اقـدام کنیم. اگر اخبار مربوط به کسـب و کار مـا از طریق مجراهای دیگری به اطلاع کارمندان یا مشـتریان برسـد، شرایط برای ما بسـیار دشوار خواهد شد. تمام اطلاعات مرتبط با کسـب و کارمان در شـرایط بحرانی باید فقط از طریق کانال‌های ارتباطی رسمی برند اعلام شود.

تیم‌های کاری در شـرکت‌ها در شـرایط کنونی امکان حضور فیزیکی در دفتر کار را ندارنـد بـا این حال برای پیشـبرد امور همچنان نیاز بـه ارتباط نزدیک آنهاسـت. بنابرایـن ما بایـد برنامه‌ای دقیق بـرای حفظ ارتبـاط و پیوند میان کارمندان داشـته باشـیم. اکنون بسـیاری از برندهای بزرگ برای بهبود هرچه بیشتر شرایط در تلاش برای راه‌اندازی سامانه‌های ارتباط آنلاین هستند. چنین سامانه‌هایی امکان فعالیت بهتر تیم‌ها در شرایط بحرانی را فراهم خواهد ساخت. بدون تردید شـرایط کنونی هیچ شـباهتی به وضعیت ایده آل ما ندارد. ما باید همیشـه در تلاش بـرای کاهش تاثیر بحران بـر روی فعالیت برندمان باشـیم بنابراین فاصله گرفتن از شرایط آرمانی فعالیت کاری امری طبیعی خواهد بود.

۴.خوش‌بینی عملی و واقعی

برخی از مدیران کسـب و کار در شـرایط بحرانی اقدام به خوش‌بینی بی‌دلیل می‌کنند. این امر همراه با امیدبخشی بی‌پایه و اساس به کارمندان موجب ایجاد انتظارات بالا از برند می‌شود. همچنین در صورت شدت بیش از اندازه بحران در عمل حرف‌های ما برای کارمندان و مشتریان بی‌اعتبار خواهد شد.

مدیران حرفه‌ای در شـرایط بحرانی از دو راهکار مختلف برای روحیه‌بخشـی به کارمندان اسـتفاده می‌کنند. آنها در وهله نخسـت نسـبت به شرایط بحرانی آگاهی دقیقی دارند. این امر به آنها امکان مدیریت بهینه شـرایط را می‌دهد، با این حسـاب هرگونه فعالیتی برای روحیه‌بخشـی به کارمندان همراه با محاسبه دقیق شرایط خواهد بود.

یکی از ایـرادات اصلی مدیران تازه کار در زمینه روحیه‌بخشـی به کارمندان تلاش برای اغراق اسـت. ما باید واقعیت‌های کسـب و کار را به صورت عملی به کارمندان منتقل کنیم. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی آنها از بین مـی‌رود. بیان نکات دروغ در زمینه مدیریت بحران و بهبود شـرایط فقط اعتبار ما را کاهش می‌دهد.

۵. تصمیم‌گیری جمعی برای اقدام مشترک

جـف بزوس، مدیرعامـل آمازون، در گفتگو با سـهامداران شـرکت پیرامون بحران کرونا از تلاش بـرای اخذ بهترین تصمیم‌های ممکن با توجه به شرایط موردنظر بحث کرد. این نکته اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب تصمیم‌گیری‌ها در شـرایط بحرانی باید با مشارکت اغلب اعضای شرکت صورت گیرد. این امر نکته‌ای ساده اما تاثیرگذار است. در شرایط بحرانی افراد دارای درک متفاوتی از شـرایط هستند. وقتی ما از نظرات اغلب افراد برای مدیریت اوضاع اسـتفاده کنیم، امکان اخذ تصمیم‌های بهتر فراهم خواهد شد.

بازنگری در تصمیم‌های صورت‌گرفته از سوی کار شرکت اهمیت بسیار زیادی دارد. بی‌تردید تمام تصمیمات دارای کیفیت عالی نیسـت بنابراین ما باید انگیزه کافی برای بازنگری در تصمیمات را داشـته باشـیم. این امر در صورت اقدام به موقع شـرکت برای بازنگری در تصمیمات امـکان بهبود فرآیند مدیریت بحران را فراهم خواهد کرد.

اگر در شـرایط بحرانی تصمیمات اساسـی از سـوی یک یا چند نفر محدود گرفته شـود، همیشـه امکان کاهش تاثیرگذاری وجود خواهد داشت بنابراین ما باید اقدام به بهبود وضعیت برندمان با مشارکت حداکثری کارمندان را در دستور کار قرار دهیم. برخی از برندها در شرایط کنونی حتی از کمک مشتریان‌شان نیز استفاده می‌کنند. این امر ایده بسیار منطقی محسوب می‌شود. به این ترتیب ما از نقطه نظر و زاویه دید مشتریان نیز در شرایط کنونی بهره‌مند خواهیم شد.

۶.تقویت انگیزه برای همکاری بیشتر

بحران‌هـا امکان ایجاد سـردرگمی میان افراد را دارنـد. گاهی اوقات عملکرد افراد در شرایط بحرانی به دلیل نگرانی‌های متعدد به شدت کاهش پیدا می‌کند. توانایـی مدیریت بحران ارتباط نزدیکی با مهـارت مدیران برای تقویت انگیزه و بازیابی توان فعالیت کارمندان دارد. در غیر این صورت برندها با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهند شد.

اغلب افراد در شـرایط بحرانی واکنش‌های عجیبی نسبت به شرایط دارنـد. ما به عنوان مدیر یک شـرکت باید تمام تلاش‌مان برای کاهش سـطح واکنش نامناسب کارمندان را به کار ببندیم. در غیر این صورت شرایط برای مدیریت بحران و بازگرداندن شرایط به حالت عادی دشوار خواهد شد.

برخی از مدیران در تلاش برای کسـب سـودهای عجیب و غریب در شـرایط بحرانی هسـتند. نکته مهم در این میان تلاش برای نجات کسـب و کارمان در شرایط بحرانی است. هرگونه تصمیم‌گیری دیگری در چنین شرایطی محکوم به شکسـت خواهد بود بنابراین برنامه‌ریزی‌های کسب و کار ما در چنین شرایطی باید براساس واقعیت‌های موجود صورت گیرد.

منبع: entrepreneur.com.

اخبار

برگزاری جلسه ویدئو کنفرانس معاونین درمان دانشگاه های علوم پزشکی با معاونت درمان وزارت بهداشت

ساری – دهقان: جلسه ویدئو کنفرانس معاونین درمان دانشگاه های علوم پزشکی کشور با معاونت درمان وزارت با حضور دکتر تورج اسدی معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران برگزار شد. در این جلسه مباحث زیر مطرح شد : خدماتی که در بیمارستان ها چه در بخش اورژانس و چه در بخش های بستری کرونا به مردم ارائه می شود گزارش شود.
بر نظارت بر دستورالعمل های ابلاغی وزارت متبوع در بیمارستان ها تاکید گردید
درمان بیماران کرونایی قطعا باید طبق پروتکل وزارتی پیش برود
ثبت اطلاعات بیمارستان ها در سامانه های HIS بیمارستانی، MCMC و به موقع انجام شود. بیمارستان ها دقت کنند تا اطلاعات بیماران را بر اساس کدینگ اعلام شده وزات بهداشت در HIS وارد کنند. همچنین در این جلسه در خصوص روش و پروتکل برگشت و راه اندازی بخش های کرونایی بیمارستان ها جهت امادگی برای هر گونه شرایط احتمالی برگشت به پیک مجدد بیماری کرونا طی یکی دو هفته ی آینده مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

واحد روابط عمومی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی :

کاهش مصرف ۵۵ درصدی بنزین در هفته اول فروردین ۹۹در استان مرکزی

اراک – خبرنگار فرصت امروز: سعید جمشیدی از کاهش مصرف ۵۵ درصدی بنزین در استان مرکزی نسبت به مدت مشابه سال قبل خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی مهندس جمشیدی سرپرست شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی از کاهش مصرف ۵۵ درصدی بنزین در استان مرکزی نسبت به مدت مشابه سال قبل خبر داد و گفت میزان مصرف بنزین در استان مرکزی از تاریخ ۲۸ اسفند ۱۳۹۸تا ۵ فروردین ۹۹در مقایسه با مدت مشابه سال قبل به خاطر کاهش مسافرتها ی نوروزی به جهت جلوگیری از شیوع کرونا ۵۵در صد کاهش نشان میدهد. ایشان ضمن تشکر از مردم به خاطر ماندن در منازل خود و عدم مسافرتهای نوروزی ابراز امیدواری کرد هرچه سریعتر شاهد شکست این ویروس منحوس باشیم. جمشیدی به رعایت اصول بهداشتی و پزشکی در سطح جایگاهها ی استان مرکزی نیز اشاره کرد و گفت تلاش ما و جایگاهداران تهیه دستکش و مواد ضد عفونی کننده در کنار نازلها و تلمبه ها بوده که مردم بتوانند با خیال راحت اقدام به سوختگیری نمایند این مقام مسئول از مردم فهیم استان مرکزی و دیگر مراجعین به جایگاهها خواست به شایعات در فضای مجازی توجه نکنند و مطمئن باشند مدیران مالکان و کارگران جایگاهها در کنار مراجعین محترم هستند و تلاش همه ما تکریم به مراجعین است در پایان سرپرست منطقه استان مرکزی از جایگاه داران و تلاشگران این عرصه و همکاران منطقه تشکر کردند.

رییس کمیته داوران تکواندو خوزستان

بیماری کرونا و محدودیت های ناشی از آن مانع فعالیت تکواندو استان نشده است

اهواز – شبنم قجاوند: اسماعیل اسفندیاری رییس کمیته داوران هیات تکواندو استان خوزستان در تشریح فعالیت این کمیته اظهار داشت ؛ بیماری کرونا و محدویت های ناشی از آن مانع فعالیت های این کمیته نشده است. همزمان با کاهش فعالیت های ورزشی در جهانی و به منظور بالا بردن ضریب سلامت ورزشکاران و داوران استان .کمیته داوران هیات تکواندو خوزستان با راه اندازی کانال و گروه در شبکه مجازی بدون کوچکترین محدویت فعالیت خود را ادامه می دهد. بر پایه همین گزارش اسفندیاری گفت : با توجه به برنامه مدون و هرساله در تقویم ورزشی فدراسیون تکواندو جمهوری اسلامی ایران کلیه داوران میبایست در اولین ماه هر سال در کلاس باز آموزی و بروز رسانی دانش خود شرکت و پس از پایان دوره و اخذ مدرک قبولی مجوز حضور در رویدادهای کشوری برای قضاوت را اخذ نمایند. به همین منظور و قبل از کلیه استانهای دیگر ما در خورستان به عنوان استانی پیشگام یک کانال اموزشی برای تشریح اخرین تغییرات و اموزش به دو زبان انگلیسی و فارسی برای داوران بین المللی و یک گروه انلاین بصورت پرسش و پاسخ برای داوران داخلی در شبکه های مجازی طراحی و آغاز بکار نموده است. رییس کمیته داوران تکواندو درخصوص چگونگی قضاوت داوران هم اذعان داشت، بدون شک با همت احاد ملت این بیماری شکست خواهد خورد و تعیین سطح داوران برای قضاوت در رویدادهای رسمی پس از گذر از امتحانات همین شبکه در قالب شبیه سازی. پاسخ به سوالات .و علایم دست مشخص و به کشور راعلام خواهد شد.

شناسایی کانون هجوم ملخ های مراکشی در منطقه ترشکلی مراتع گنبد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش منابع طبیعی و آبخیزداری شهرستان گنبد کانون هجوم ملخ های مراکشی در منطقه ترشکلی مراتع گنبد توسط کارشناسان منابع طبیعی شناسایی شدبه گزارش منابع طبیعی و آبخیزداری شهرستان گنبد کانون هجوم ملخ های مراکشی در منطقه ترشکلی مراتع گنبد توسط کارشناسان منابع طبیعی شناسایی شد.آفت ملخ مراکشی مراتع شهرستان های مراوه تپه، گنبد کاووسی ، آق قلا و آزادشهر را هر ساله مورد هجوم قرار می دهد.شناسایی کانون هجوم ملخ های مراکشی جهت عملیات سمپاشی مبارزه با ملخ مراکشی در مراتع گنبد با برنامه ریزی اکیپ مبارزه با ملخ مراکشی جهاد کشاورزی ، منابع طبیعی و آبخیزداری صورت گرفت.

اجرای بیش از ۷۵۰ برنامه توسط سازمان فرهنگی،اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین در ۱۱ ماهه سال ۹۸

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: درافشانی،رئیس سازمان فرهنگی،اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین گفت:امسال بیش از ۷۵۰ برنامه فرهنگی،ورزشی،هنری و آموزشی در سطح استانی،ملی و در مقایس کوچکتر در محلات شهر قزوین و نواحی منفصل شهری برگزار شده است. به گزارش روابط عمومی سازمان فرهنگی،اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین،محمد درافشانی با اشاره به برنامه های شاخص اجرا شده توسط سازمان فرهنگی،اجتماعی و ورزشی شهرداری در سالجاری،افزود: اولین جشنواره ملی فرهنگ و سنن ایرانی نوروز ۹۸ در قزوین با بازدید ۱۴۰ هزار نفر از جمله برنامه های اجرا شده می باشد که درکل جشنواره، ۳۲ عنوان کلی و به تبع آن ۲۳۵ برنامه متنوع فرهنگی و آئینی اجرایی شد.

اجرای بیش از ۱۱۰ برنامه متنوع فرهنگی،هنری و ورزشی

وی برگزاری بزرگداشت هفته فرهنگی قزوین را از دیگر برنامه های شاخص سال ۹۸ برشمرد و گفت:خوشبختانه استقبال شهروندان از برنامه‌های این هفته بسیار پرشور بود و بیش از ۱۱۰ برنامه متنوع فرهنگی،هنری و ورزشی در طول هفته فرهنگی قزوین در سطح شهر بالاخص در نواحی منفصل شهری برگزار شد که از آن جمله می توان به بزرگداشت حجت الاسلام و المسلمین حاج سید موسی ابراهیمی ابوالشهید محدث معاصر،«شب های فیروزه ای»، تاریخ شفاهی گویش ها و لهجه های فرهنگ قزوین قدیم،شب نشست موسیقی و هنر، برپایی نمایشگاه کشوری استادان برجسته ایرانی «دستخط ۵»، برگزاری مسابقات فوتبال محلات، اجرای شش جنگ شاداب «محله مینودری»، رویداد استارت آپی کارآفرینی گردشگری و.... اشاره کرد.

برگزاری ۱۶۵ برنامه فرهنگی،ورزشی و هنری در فصل تابستان

درافشانی افزود:۱۶۵ برنامه فرهنگی،ورزشی و هنری با عنوان جشنواره اجرای جشنواره تابستانی شهر شاداب در سطح مناطق مختلف شهر قزوین نظیر بوستان ها و نواحی منفصل شهری برگزار شد که از جمله برنامه ها می توان به برگزاری جشنواره تحرک و نشاط شهری در چهار بوستان شهر قزوین،اجرای هفت جنگ شبانگاهی شب های پرستاره شهر من، ۱۰ جنگ آپارتمانی همسایه من، اجرای جنگ های شاد شهروندی،شب های فرهنگ و ادب قزوین اشاره کرد.

اجرای ۶۷ برنامه فرهنگی ورزشی در ایام الله دهه مبارک فجر

درافشانی بیان کرد:همچنین به مناسبت چهل و یکمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی ۶۷ برنامه فرهنگی ورزشی در سطح شهر قزوین و نواحی منفصل شهری برگزار شد که از آن جمله می توان به ویژه برنامه برگزاری دوازدهمین همایش تجلیل از حافظان قرآن کریم، دومین همایش تجلیل از نام آوران فرهنگ و هنر، آئین تجلیل از مادران و همسران شهدای قزوین با عنوان گل واژه های صبر و... اشاره کرد.

این مسئول افزود:مجموعه مدیریت شهری در سال ۹۸ علاوه بر برگزاری برنامه های فاخر فرهنگی تلاش کرد تا برنامه ها به صورت عادلانه در سطح محلات،مناطق کم برخوردار و نواحی شهری اجرا شود و حتی می توان اذعان کرد که مناطق کم برخوردار و نواحی منفصل شهری بسیار پر رنگ تر از سال های گذشته دیده شد.

برگزاری دوازدهمین همایش تجلیل از حافظان قرآن کریم

وی به تشریح برنامه های فرهنگی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین به مناسبت چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی پرداخت و گفت:دوازدهمین همایش تجلیل از حافظان قرآن کریم از جمله برنامه های ایام الله دهه فجر بود که در این همایش از ۸۵۰ حافظ قرآن کریم در قالب هزار ۷۵۵ جزء تجلیل شد.

در مراسم تودیع و معارفه مدیران عامل پالایشگاه گاز ایلام عنوان شد:

پایداری تولید و ایمن بودن تجهیزات از اولویت های اصلی پالایشگاه گاز ایلام است

شهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به اینکه پایداری تولید و ایمن بودن تجهیزات از اولویت های اصلی مسئولان پالایشگاه گاز ایلام است، گفت: برای تحقق این موضوع می بایست پروژه های مهم و زیادی تعریف و به اجرا درآید.

به گزارش روابط عمومی ، دکتر "روح اله نوریان" در مراسم تودیع و معارفه مدیران عامل پالایش گاز ایلام که با حضور مدیر هماهنگی و نظارت بر تولید شرکت ملی گاز ایران به صورت ویدئو کنفرانس برگزار شد ، افزود: برخی از مشکلات این مجتمع صنعتی، میراث به جای مانده از زمان طراحی می باشد که برای رفع آنها نیازمند تامین اعتبار و کمکهای مسئولان در سطح شرکت ملی گاز ایران است. وی با اشاره به اینکه در زمینه فروش کامل LPG نیازمند حمایتهای مدیر هماهنگی و نظارت بر تولید و ستاد شرکت ملی گاز ایران و همکاری همه جانبه امور بین الملل وزارت نفت می باشیم، اظهار داشت: اگر چنانچه همه محصولات به پتروشیمی ایلام تحویل داده شود هم از هدر رفت آن جلوگیری می شود و هم برای شرکت درآمد زایی خوبی خواهد داشت.

مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به اینکه تنوع بخشیدن به محصولات گوگردی این شرکت برای فروش بهتر و درآمد زایی بیشتر از برنامه های اصلی این پالایشگاه می باشد، تصریح کرد:برنامه ریزی برای تدوین اهداف و ماموریتهای شرکت در حال انجام بوده و با تلاشهای انجام شده تاکنون اهداف میان مدت سال جاری در این پالایشگاه احصا شده است . دکتر نوریان افزود: بهره وری و توانمند سازی نیروی انسانی و استفاده بهینه از این منابع و ایجاد فضای صمیمی برای بهره وری بیشتر کار، افزایش و پایداری تولید از اولویتهای اصلی این شرکت در سال جاری خواهد بود.

همچنین مدیرعامل سابق شرکت پالایش گاز ایلام در این مراسم با اشاره به اینکه در طول دو سال گذشته تلاش شد که توانایی بلقوه همکاران به بالفعل تبدیل شود، گفت: پایداری تولید در سالهای اخیر در واحد گوگرد محقق و بیش از ۸۵ هزار تن LPG نیز به پارس جنوبی ارسال شده است. مهندس "شهریار داری پور" با اشاره به اینکه در طول دو سال گذشته این پالایشگاه، موفق به اخذ تقدیر نامه ۴ و ۵ ستاره تعالی شده است ، افزود: رتبه دوم سلامت اداری، رتبه اول پژوهش و فناوری و اخذ تندیس سیمین مسئولیتهای اجتماعی وزارت نفت تنها بخشی از اقدامات صورت گرفته در طول دو سال گذشته بوده است.

در پایان این مراسم مدیر هماهنگی و نظارت بر تولید شرکت ملی گاز ایران با اشاره به اینکه منطقه غرب کشور از نقاط حساس شرکت ملی گاز ایران است ، گفت استمرار تولید پالایشگاه گاز ایلام به عنوان تنها پالایشگاه تولید کننده گاز در غرب کشور دارای اهمیت زیادی است و گرچه با آمدن خط ششم سراسری انتقال گاز کمی از حساسیت آن کاسته است ولی صادرات گاز در این منطقه حساسیت آن را دو چندان کرده است.

مهندس "مسعود زردویان" افزود: توجه خاص به تعمیرات اساسی پالایشگاه ، برنامه ریزی فشرده برای استمرار تولید و توجه به سلامت کارکنان در شرایط امروزی کرونا از خواسته های این مدیریت برای این واحد صنعتی است که انتظار می رود مسئولان آن برنامه ریزی های لازم را به عمل آورند.

در پایان این مراسم از زحمات مهندس شهریار داری پور تقدیر و دکتر روح اله نوریان بعنوان مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام معرفی شد.

پیام شهردار قم به مناسبت فرا رسیدن روز ارتش جمهوری اسلامی ایران

تبریز – ماهان فلاح: بر اساس نتایج سومین دوره ارزیابی سرآمدی مجموعه شرکت ملّی گاز ایران، شرکت گاز استان آذربایجان شرقی با تعهد به تعالی سازمانی و تحقق اهداف سرآمدی در شرکت، موفق به کسب تقدیرنامه ۵ ستاره تعهد به تعالی در سطح شرکت ملّی گاز ایران شد.

مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی با اشاره به اوّلین ثمره های تلاش کارکنان شرکت همزمان با آغاز سال جدید گفت: خوشبختانه تحقق اهداف و نتایج اثربخشی فعالیّت ها بر اساس ارزیابی های کشوری و کسب این عنوان مهم، نوید از آغاز سالی توأم با موفقیّت و تعهد و تلاش هر چه بیشتر در بهبود خدمات رسانی صادقانه به مردم شریف استان خواهد بود. سیّدرضا رهنمای توحیدی با اعلام اینکه در سایه تعامل و همکاری گروهی، "گواهینامه ۵ ستاره تعهد به تعالی سازمانی" را کسب کرده ایم، افزود: واحدهای سازمانی با همکاری و هماهنگی تنگاتنگ و خلاقیّت و نوآوری های ویژه، ارتباط دوسویه بین سازمان و ذینفعان را بهبود بخشیده و در راستای کسب رضایت بیشتر آنان قدم برداشته اند. وی تصریح کرد: تعالی سازمانی، روشی برای خود ارزیابی است تا با بررسی وضع موجود، نیاز ذینفعان را شناسایی و فراتر از انتظارات آنها نیازشان را برآورد نماید.

توحیدی اظهار داشت: کسب این افتخار، آغاز تعهد مدیریت است که نمی توان پایانی برای آن متصوّر شد و این چرخه بهبود همچنان ادامه خواهد یافت. مدیرعامل شرکت گاز استان، ابراز امیدواری کرد: با زنده نگاه داشتن فرهنگ تعالی در شرکت، پیگیری اقدامات بهبود و اجرای کلیه رویکردهای طرح ریزی قبلی، استمرار در فعال نگه داشتن تمام ارکان توانمندساز شرکت و توجه به این نکته که "تعالی سازمانی مقصد نبوده بلکه یک مسیر می باشد"، بتوانیم با الگوبرداری از بهترین ها و اجرای رویکردهای جدید، در راه تعالی و بهبود مستمر ثابت قدم بوده و همواره در جهت ارتقاء جایگاه شرکت حرکت کنیم.

شهردار قم خبر داد: افتتاح و بهره برداری فاز نخست مترو شهر قم تا پایان سال ۹۹

قم – خبرنگار فرصت امروز: سید مرتضی سقائیان‌نژاد سال ۹۹ را سال پر چالشی برای کشور و شهرداری‌های کشور دانست و اظهار داشت: با توجه به شرایط ایجادشده در شیوع بیماری کرونا وظایف شهرداری‌ها افزایش پیداکرده اما نمی‌توانیم وظایف ذاتی خود را کنار بگذاریم. شهردار قم حفظ شادابی و نشاط شهر را برای تقویت روحیه مردم لازم و ضروری خواند و افزود: با وجود اهمیت و اولویت انجام مأموریت‌های محول شده به شهرداری برای کنترل ویروس کرونا اما حفظ نشاط اجتماعی نیز برای تقویت روحیه مردم لازم و ضروری است. سقائیان‌نژاد، شهر را موجود زنده و پویا دانست و بیان کرد: اجرای پروژه‌ها و تکمیل آن‌ها همچنان در اولویت‌های شهرداری بوده و ما نمی‌توانیم به تعهدهای خود در این حوزه عمل نکنیم. وی به مطالبات مردم برای تکمیل مترو اشاره کرد و گفت: اجرای مترو و تکمیل آن‌یکی از نشانه‌های توسعه یافتی در شهر بوده و مطالبه مردم برای تکمیل این پروژه به‌حق است اما باید مردم از جزئیات مشکلات این پروژه نیز آگاه باشند. شهردار قم یکی از مشکلات تکمیل این پروژه را نوسانات ارزی و عدم ثبات اقتصادی تشریح و تصریح کرد: در فاز نخست مترو قم با ۵.۲ کیلومتر از قلعه کامکار تا میدان مطهری کارهای بزرگی انجام‌شده و طبق برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده تا پایان ۹۹ تکمیل می‌شود. سقائیان‌نژاد تأمین واگن را به‌عنوان یکی از چالش‌های پروژه مترو مطرح و خاطرنشان کرد: خوشبختانه در سال ۹۸ با پیگیری‌های انجام‌شده توانستیم ۸۰ واگن با اعتباری بالغ بر یک هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان خریداری کنیم. وی کارفرمایی اصلی خرید واگن‌های متروی قم را وزارت کشور معرفی کرد و گفت: واگن‌ها توسط شرکت چینی ساخته می‌شود و سفارش واگن مترو قم نیز به سفارش‌ها اصفهان، شیراز و تبریز که ۳۱۵ واگن بود اضافه شد. شهردار قم اختلاف ایران و شرکت چینی را بر سر مبلغ قرارداد یکی دیگر از چالش‌های مترو خواند و اظهار داشت: ایران قرارداد جدید واگن‌های متروی قم را باقیمت قرارداد پایه یعنی ۸۰۰ هزار یورو برای هر واگن در نظر گرفته است. سقائیان‌نژاد با ابراز امیدواری برای حل گره‌های حقوقی ایجادشده، ادامه داد: حفاری فاز یک مترو پایان‌یافته و پس از حل مشکلات حقوقی راه‌اندازی مترو در کمترین زمان در دستور کار قرار خواهد گرفت. وی چالش بعدی مترو را تأمین ۱۱ بسته الکترومکانیک اعلام و خاطرنشان کرد: بخشی از این ۱۱ بسته الکترومکانیک در داخل کشور تدوین شده اما ۶ بسته آن باید وارده شده و نیازمند ارز است. شهردار قم ادامه داد: با مذاکراتی که با پیمانکار مترو قم و شورای تأمین در استان قم انجام‌شده مشکلات اختلاف قیمت تا حدودی رفع و با اجرای تعدیل در این پروژه اعتباراتی نیز به آن تزریق‌شده است.

در هشتاد و ششمین نشست شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان اصفهان تاکید شد:

تحقق جهش تولید مسئولیت اجتماعی، دینی و اخلاقی است

اصفهان – قاسم اسد: درهشتاد و ششمین نشست شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان اصفهان که به صورت ویدئو کنفرانس برگزار شد، ضمن تاکید بر ضرورت تفویض اختیار به استان ها برای حل مشکلات، تاکید شد با انتظار نمی توان زمان را از دست داد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان استاندار اصفهان در این جلسه با بیان اینکه امسال با شرایط خاصی مواجه هستیم گفت: شیوع ویروس کرونا نه تنها اقتصاد جهان را دچار تحول کرده بلکه ابعاد مختلف روحی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را نیز تغییر داده است. وی افزود: در شرایطی که کسب و کارهای مختلف تحت تاثیر این ویروس قرار گرفته اند و اثرات کرونا شرایط سختی برای مردم ایجاد نموده است، نیازمند تعامل و همکاری بیش از پیش دستگاه های مختلف اجرایی هستیم. عباس رضایی، کرونا را به مثابه یک واکسن یادآوری دانست و افزود: این ویروس توجه و اهمیت شفافیت، مشارکت، اعتماد، امید و سرمایه اجتماعی را پررنگ نموده است و با گرفتن درس عبرت از این ویروس، ناچاریم تمهیدات لازم برای زندگی در شرایط کرونا را آموخته و اتخاذ نماییم. وی ضمن قدردانی از اقدامات کمیته پیشگیری از شیوع کرونا اتاق بازرگانی اصفهان گفت: با وجودی که دولت اقدامات زیادی برای مقابله با این ویروس منحوس انجام داده است، ولی از پارلمان بخش خصوصی انتظار داریم در شرایط حساس کنونی منتظر دولت نبوده و به عنوان اتاق فکر استانداری به ارایه تمهیدات لازم برای زندگی در شرایط کرونا بپردازد. رضایی ضمن تاکید بر مقابله با کرونا در سال جدید، ایجاد تمهیدات لازم برای تحقق شعار سال مبنی بر جهش تولید را مسئولیت اجتماعی، دینی و اخلاقی دست اندرکاران اجرایی استان دانست. استاندار اصفهان با اشاره به تحریم های ناعادلانه اعمالی از سوی آمریکا بر ایران تحقق جهش تولید را نیازمند مدیریت جهادی و ارزشی دانست و بر ضرورت وجود اندیشه نو در سال جدید تاکید کرد. رئیس شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان اصفهان خواستار یکپارچه سازی کمک های صورت گرفته برای طی این دوران شد و تاکید کرد: لازم است در اسرع وقت پیشنهاد مشخص و کارشناسی شده با محوریت استانداری و تعامل و همراهی اتاق بازرگانی و سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان برای کمک به رونق تولید و حمایت از بنگاه های اقتصادی مشکل داربه تهران ارایه شود. وی ضمن اشاره به ارایه راهکارهای اجرایی پیشگیری از تشدید پیامدهای کرونا در دوران پسا کرونا از سوی اتاق بازرگانی اصفهان، خواستار توجه ویژه این گزارش به بخش خدمات بویژه گردشگری شد و بر ارایه برنامه ای مشخص و پیشنهادات هر بخش تاکید کرد. استاندار در پایان سخنان خود بر استفاده بنگاه های اقتصادی از فرصت پیش آمده برای نوسازی ماشین آلات و فناوری های تولیدی خود و همچنین استفاده از ظرفیت های مناسب شرکت های دانش بنیان تاکید نمود.

در ادامه مسعود گلشیرازی، رئیس اتاق بازرگانی اصفهان ضمن اشاره به اقداماتی که در قالب کمپین خشت به خشت از سوی اتاق اصفهان انجام گرفت، گفت: پارادایم کرونا حاکی است که دیگر به دوران پیش از این ویروس بازنخواهیم گشت و لازم است در سطح جامعه و حاکمیت، اقدامات شایسته ای برای طی این دوران انجام شود. دبیر شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان اصفهان در ادامه ایجاد کمپین « بیداری اقتصادی» با هدف تهیه گزارشات اقتصادی کاربردی را از دیگر اقدامات اتاق بازرگانی اصفهان به منظور کاهش تبعات منفی دوران پساکرونا عنوان کرد و افزود: با تغییرات ناشی از این ویروس، اگر فعالان اقتصادی ساختارهای خود را متناسب با این دوران تغییر ندهند، با بحران مواجه خواهند شد و بر این اساس، اتاق بازرگانی به طراحی ۲۰ دوره آموزشی برای فعالان اقتصادی در حوزه های مختلف مالی، بازاریابی شبکه ای، زنجیره تامین و تحولات منابع انسانی به عنوان چهار محور در قالب ۸ کارگروه پرداخته است. وی تصریح کرد: با توجه به وابسته بودن بخش قابل توجهی از اقتصاد استان بر خدمات و کشاورزی؛ وضعیت اقتصادی اصفهان ۵۰ درصد نسبت به معدل کشوری وخیم تر بوده و زمان آن رسیده که برای اقتصاد استان بصورت مستقل در خود استان تصمیم گیری شود و نمی توان با انتظار زمان را از دست داد. حمیدرضا فولادگر، نماینده اصفهان در مجلس شورای اسلامی نیز با اشاره به تقدیم ارایه گزارش آثار اقتصادی کرونا در هفته آینده به مجلس، با محوریت بحث جهش تولید، خواستار ارایه پیشنهادات دستگاه های مختلف در خصوص اقدامات دولت در مقابله با کرونا در بخش های مختلف بانکی، اصناف، بیمه، مالیات و خانوار به مجلس شد. وی با بیان اینکه کرونا در حالت خوشبینانه ۱۰ تا ۱۲ درصد و در حالت بدبینانه تا ۲۰ درصد در GDP استان و کشور تاثیرمنفی می گذارد، افزود: سیاست کنونی دولت در مقابله با این ویروس، توجه به مساله بهداشت و درمان و اقتصاد کشور است. وی تاکید کرد کرونا در کنار آسیب های وارده، امتحان و فرصتی برای تفویض اختیار به استان ها و کاهش بروکراسی اداری است.

محمدرضا حبیبی، رئیس کل دادگستری استان اصفهان نیزمطرح شدن بحث جهش تولید از سوی مقام معظم رهبری در شرایطی که کرونا نظم جهانی را بر هم زده است، را به معنای لزوم ایجاد تحرک در تمامی اقشار جامعه به ویژه تولید کنندگان دانست و افزود: این شعار در شرایط کنونی مسئولیت تمامی دستگاه های اداری و اجرایی را چندین برابر کرده و تحقق آن نیازمند تلاش مجاهدانه در عرصه تولید است. وی در ادامه ضمن تاکید برلزوم بررسی اجرای قانون رفع موانع تولید توسط دستگاه های اجرایی استان در جلسات شورای گفتگو، از اعلام آمادگی هر چه بیشتر ستاد اجرای سیاست های اقتصاد مقاومتی به عنوان یکی از بازوهای اجرایی شورای گفتگو خبرداد.

در ادامه علی اصفهانی، دادستان عمومی و انقلاب مرکز استان اصفهان، عدم اجرای مصوبات شورای گفتگو و دیگر نهادهای حمایتی از تولید را موجب بروز مشکلاتی برای فعالان اقتصادی دانست و ازایجاد پشتوانه قانونی برای مصوبات این نهادها از سوی دادستان کل کشور خبر داد و تصریح کرد: مصوبات شورای گفتگو ضمانت اجرایی داشته و دستگاه هایی که به اجرای این مصوبات نپردازند تحت تعقیب کیفری قرار می گیرند.

محمود تولایی، رئیس اتاق بازرگانی کاشان نیز با اشاره به حاد بودن شرایط بنگاه های اقتصادی در زمان کرونا بر ضرورت جدی گرفتن بحران اقتصادی ایجاد شده این ویروس از سوی دستگاه های حاکمیتی تاکید کرد. وی ملغی شدن مصوبات ستاد تسهیل و اقتصاد مقاومتی به منظور تقسیط و امهال بنگاه ها و عدم دریافت لیست بیمه پرسنل توسط شعب تامین اجتماعی را موجب تشدید وضعیت بحرانی فعالان اقتصادی دانست و خواستارپیگیری هر چه سریعتر این موضوع شد. وی ضمن اشاره به مشکل تعدد واحدهای ریسندگی و بافندگی فرش ماشینی در کاشان، آران و بیدگل و نطنز، و عدم وجود تقاضای موثر در داخل کشور برای تولیدات این واحدها، همراهی نکردن مسئولین دستگاه های اجرایی را موجب تعطیلی کارخانه ها و تحمیل هزینه سنگین ناشی از آن بر دولت دانست و خواستار اتخاذ تدابیر لازم در این خصوص شد. وی همچنین وضعیت بخش گلاب و عرقیجات کاشان را نامناسب دانست و بر ایجاد ساز و کارحمایتی از آنها تاکید کرد.

بهروز مهدلو، مدیر کل امور مالیاتی استان نیز تمدید اظهارنامه مالیات بر ارزش افزوده و ایجاد امکان بخشودگی جرایم تجمیع عوارض را از جمله مصوبات ستاد ملی مبارزه با کرونا اعلام کرد و گفت: این مصوبات فرصت خوبی برای فعالان اقتصادی ایجاد کرده است. وی استمهال چک های سر رسید اداره مالیاتی برای فعالان اقتصادی را از جمله اقدامات مثبت این سازمان برای حمایت از تولید دانست و از ارایه بسته حمایتی سال ۹۹ اداره کل امور مالیاتی استان از فعالان اقتصادی با توجه به جهش تولید و بحران کرونا تا اواسط اردیبهشت ماه خبرداد. مهدلو تصریح کرد: با توجه به شرایط کرونا، سازمان امور مالیاتی در زمان رسیدگی به دفاترمالیاتی کاهش تولید را مدنظر قرار داده و از فعالان اقتصادی حمایت خواهد کرد. بهرام سبحانی، نایب رئیس اتاق بازرگانی اصفهان و مشاور استاندار اصفهان در حوزه صنعت، نیز با بیان اینکه کرونا در تمامی جوامع اثرات بلند مدتی خواهد داشت و فرهنگ زندگی مردم را دچار تغییر کرده است، خواستار پیش بینی این فرهنگسازی جدید شد.

محمد نورآزادی، دبیر کمیسیون هماهنگی بانک های استان نیز گفت: با بروز و ظهور ویروس کرونا نگاه شبکه بانکی نمی تواند بخشی بوده و باید سایر مولفه های اقتصادی را نیز مد نظر قرار داد. وی همکاری و تعامل دستگاه های مختلف برای احیاء مواد معطل مانده قانون رفع موانع تولید را در سالجاری ضروری دانست و افزود: ماده ۶۲ قانون، ظرفیت های مناسبی برای همراهی بانک ها با واحدهای تولیدی و کمک به رفع مشکلات آنها ایجاد کرده است. نورآزادی تاکید کرد: بانکی که نتواند اقتصاد یک استان و جامعه را احیا کند، بانک مطلوب نظام نخواهد بود.

چگونه مسائل سخت را با سیستم‌های فکری آسان کنیم

هـر زمانی که می‌اندیشـیم، در حقیقت در حال طرح کـردن دیدگاه خود بر روی واقعیت‌ها هسـتیم. ذهن انسان بسیار قدرتمند اسـت و اگر بتوان آن را با پیچیدگی‌ها سازگار ساخت، می‌توان تمامی مسائل را حل کرد، برای آشنایی با سیستم‌های فکر کردن در ادامه با ما همراه باشید.

متفکر سیستماتیک انقلابی و استاد دانشگاه درک کابررا، اشاره می‌کند:

«هنگامی که ما دنیا را به عنوان نتیجه‌ای از روابط سیسـتماتیک درک کنیم، پس از آن بهتر است که واقعیت‌ها را تخمین بزنیم.»

کتابی نیز بر این اسـاس به عنوان «سیسـتم‌های فکر کردن کارها را آسـان می‌کنند: امیدی جدید برای مسائل بسیار مشکل» توسط او نوشته شده است و توصیه می‌شود که این سیستم‌های فکر کردن را در زندگی خود به کار گرفته و از آن نهایت استفاده را ببرید.

بهترین راه برای حل مشکلات پیچیده

اگر شـما مجبور بودید به مسـئله‌ای فکر کنید که پایه و اسـاس تمام مسائل و مشـکلات دیگر باشد، در آن شـرایط چه می‌گفتید؟ درک، ما را آگاه می‌کند که اگر ما شـیوه فکر کردن‌مان را عوض نکنیم، حل مشـکلات پیچیده برای ما بسـیار سخت خواهد بود. در حقیقت، آلبرت اینشـتین نیز با این مسئله موافق بود و اظهار داشت که:

«ما بدون تغییر الگوی افکارمان، قادر به حل مشـکلات سـاخته شده توسط الگوی افکار فعلی‌مان نخواهیم بود.»

بنابراین، مشکلات پیچیده، چه مشکلاتی هستند؟

«مشـکلات پیچیده نتیجـه عدم مطابقت ذهن ما بـا چگونگی کار کردن هر چیزی و عدم مطابقت فکر ما نسبت به چگونگی کارایی آنهاست.»

چرا سیستم‌های فکر کردن بهترین روش برای نوآوری است؟

سیسـتم‌های فکر کردن بهترین روش برای نوآوری است و در حقیقت سه راه برای نوآوری وجود دارد.

۱. اختراع چیزی جدید

۲. بهبود بخشیدن یک محصول

۳. ترکیب دو چیز که باعث ساخت چیزی جدید شود

سیسـتم‌های فکری همچنین برای انتقـال آموخته‌ها از زمینه‌ای به زمینه‌ای دیگـر عالی هسـتند. درک همـراه بـا همسـرش لاورا، چگونگی اسـتفاده از سیستم‌های فکری در انتقال دور را توضیح می‌دهد. این‌گونه یادگیری به گونه‌ای اسـت که شـما در یک زمینه علمی یا هر زمینه‌ای چیزی را آموخته و آموخته خود را به زمینه‌ای دیگر انتقال می‌دهید، با این کار شما به خود چیزهای جدید بسیاری را می‌آموزید.

درک و لاورا سیسـتم‌های فکر کردن را پس از توسـعه معادل‌سـازی، کشف کردند. اما این همسـرش لاورا بود که سیستم‌های فکر کردن را به شکلی قابل فهم برگرداند و تفسیر کرد. لاورا در زمینه ترجمه و بازگردانی تحقیقات تخصص دارد کـه با این تخصص می‌تواند مفاهیـم مبهم و غیرقابل لمس را به مفاهیمی قابل فهم، برگرداند و به شکلی آنها را ترجمه کند. سپس آنها سیستم‌های فکری را در چهار قانون ساده توضیح دادند، اما قبل از پرداختن به آن چهار قانون باید با چند مفهوم کلیدی آشنا شد.

پایه و اساس سیستم‌های فکر کردن

مدل ذهنی

«تمامی مدل‌های ذهنی اشتباه هستند، سوال اصلی این است که به چه اندازه این مدل‌ها باید اشتباه باشند تا کارایی نداشته باشند.» –جورج ای.پی بوی

این پایه و اساس سیستم‌های فکر کردن است. درک به اطلاع ما می‌رساند که مـدل ذهنی توضیحی درباره پردازش ذهن هر شـخص در چگونگی کارکرد هر چیزی در دنیای واقعی اسـت. حال بیایید به بحث مشـکلات پیچیده بپردازیم. زمانی مشکلات پیچیده حاضر هستند که مدل‌های ذهنی ما نیز پیچیده باشند.

درک این معادله را برای مدل‌های ذهنی در نظر می‌گیرد

اطلاعات + ساختار = مدل‌های ذهنی

اطلاعات شـامل تمامی اجسـام، اطلاعات یا هر دانسـته‌ای است که بر روی مفهوم تاثیر می‌گذارند.

سـاختار شـامل زمینه‌های سـاختاری مخفی اسـت که بر روی مفهوم تاثیر می‌گذارند.

سیستم سازگار با پیچیدگی

نظریـه پیچیدگی تحقیقاتی از دانشـمندان را به نمایـش می‌گذارد که عدم قطعیت و غیرخطی بودن را بررسی می‌کند. نظریه پیچیدگی بر روی تعاملات و بازخوردهای حلقه‌ای که به طور مداوم در حال تغییر کردن هستند، تاکید دارد. به همین دلیل سیسـتم‌های فکر کردن باید یک سیسـتم سازگار با پیچیدگی باشند.

۴ قانون ساده در سیستم‌های فکر کردن

اکنون می‌خواهیم چهار قانون سـاده در سیسـتم‌های فکر کردن را بررسـی کنیم. این قوانین چهار عملکرد آگاهی را نشان می‌دهند.

- شناخت‌ها
- سیستم‌ها
- روابط
- چشم‌اندازها

شناخت‌ها

بـه عبارت سـاده، هـر ایده با یک شـناخت یا فکر شـروع می‌شـود. اکنون می‌خواهیم با توضیح درک درباره شناخت آشنا شویم.

- شناخت‌ها کلیدی برای حل مشکلات پیچیده هستند
- آنها درون‌مایه یک مشکل را شناسایی می‌کنند
- آنها مرزهایی برای تعریف‌کردن یک ایده هستند
- در اصل، کلمات همان معنایی را که ما می‌خواهیم می‌دهند
- کلمات کلیدی: مقایسه، تضاد، تعریف، تمیز دادن.

سیستم‌ها

«تغییرات ایجادشـده در شیوه تشکیل یک ایده، می‌توانند معنا و مفهوم خود ایده را تغییر دهد.» –درک کابررا

همانند شـناخت‌ها، هر ایده یا تفکر سیسـتمی است که از بخش‌های مختلف تشکیل شده است. اکنون می‌خواهیم با هم این بخش‌ها را بررسی کنیم.

- هر ایده یا تفکر، می‌تواند به بخش‌های مختلفی تقسیم شود. (جداسازی)
- هر ایده یا تفکر، می‌تواند یک بخش کلی را تشکیل دهد. (ساخت)
- هر شخصی که بتواند هر ایده را هم به بخش‌های مختلفی تقسیم کرده و هم به یک بخش کلی تبدیل کند. (ایده‌پرداز)
- ایده‌پردازان کسـانی هسـتند که توانایی سـاخت و ترکیب کردن ایده‌ها را دارند؛ علاوه بر آن، آنها می‌توانند ایده‌ها را برای فهم بهتر به قسمت‌های مختلفی تقسیم کنند.
- کلمات کلیدی: کل، بخش، قسمت، تکه‌تکه کردن، ساختن

«عامل به وجود آمدن یک بخش یا قسمت تعلق آن به یک واحد کل است و عامل به وجود آمدن یک واحد کل به دلیل وجود بخش‌های آن است؛ هر واحد کل نیز می‌تواند بخشـی از یک واحد کل بزرگ‌تر باشد. ذهن شما برای دیدن و فهمیدن اینها نیاز دارد تا به کار گرفته شود. در دنیای واقعی هر چیزی که بدان نگاه می‌کنید دارای بخش‌های متفاوتی است.» –درک کابررا

روابط

روابط از یک کنش و واکنش تشـکیل شـده اسـت و درک این‌گونه روابط را تعریف می‌کند.

- ما بدون دانستن روابط بین ایده‌ها و یا سیستم‌ها، نمی‌توانیم درباره یک ایده چیز زیادی فهمیده و آنها را درک کنیم.
- هر شکلی از روابط نیازمند در نظر گرفتن دو اصل پایه است: کنش و واکنش.
- کلمات کلیدی: ارتباط، بهم پیوسـتگی، برهم‌کنش، اتصال، کنش، واکنش، بازخورد.

چشم‌اندازها

«اگر شـیوه نگاه کردن خود را نسبت به هر چیزی تغییر دهید، آن چیزی که به آن نگاه می‌کنید نیز تغییر می‌کند.» –درک کابررا

اکنـون می‌خواهیم نگاهـی به آخرین قانون یعنی چشـم‌انداز بیندازیم. ما به طور کلی زمانی که قادر به شناسـایی مرزهای یک سیسـتم باشـیم، می‌توانیم چشم‌اندازها را شناسایی کنیم. درک چشم‌اندازها را این‌گونه تعریف می‌کند.

- گاهی اوقات چشـم‌اندازها به قدری برای ما ساده و ناخودآگاه هستند که ما نسبت به آنها آگاهی نداریم، اما آنها نسبت به ما آگاه هستند.
- چشـم‌اندازها از دو عنصر مرتبط تشـکیل شده‌اند؛ اول جهتی است که ما از آن به یک ایده و یا چیزی نگاه می‌کنیم و دوم ایده‌ها و چیزهایی که در معرض دید هستند. (نقطه نظر)
- آگاهی داشـتن از چشـم‌اندازهایی که قبول می‌کنیم یا نمی‌کنیم، عمیقا به درک ما از خودمان و دنیای اطراف‌مان بستگی دارد.
- همراه با تغییر چشم‌اندازها ما شناخت‌ها، روابط و سیستم‌هایی که نمی‌بینیم اما استفاده می‌کنیم را نیز تغییر می‌دهیم.
- نتیجه داشتن چشم‌اندازی متفاوت، تغییر نقطه نظرات است.

«چشـم‌اندازها می‌توانند برای گسـترش تفکر ما و در نظر گرفتن گزینه‌های بیشـتر مورد اسـتفاده قرار بگیرند. چشـم‌اندازها همچنین می‌توانند تفکر ما را محدود کنند تا بتوانیم تمرکز بیشتری داشته باشیم.» –درک کابررا

شکاف‌ها را به وسیله سیستم‌های فکر کردن پر کنید

«سیسـتم‌های فکر کردن چیزی بیشتر از تمرین برای ساخت ذهن شناختی است و چیزی فراتر از ساختن دی‌ان‌ای به وسیله ۴ نوکلئوتید نیست.»

حال نگاهی می‌اندازیم به چگونگی استفاده از ابزار سیستم‌های فکری، ابتدا به تکنیکی به نام جهش شناختی نگاهی می‌اندازیم. این تکنیک، تکنیکی قدرتمند است که درک آن را با ما به اشتراک می‌گذارد.

«راده سرعت فکر ما را افزایش می‌دهد»

انواع جهش‌های شناختی

- قیاس

قیاس به معنای مقایسـه دو چیز است که شـباهت‌ها را نشان می‌دهد. درک ما را آگاه می‌کند که «نبوغی که باعث شـد قیاس اختراع شـود این بود که آنها یک مدل ذهنی از شـیوه رایجی که ما بـه کمک آن می‌توانیم درک کنیم را به ما ارائه دادند.»

- استعاره

اسـتعاره هنگامی که ما نیاز داشته باشیم دو چیز را که از یک جنس نیستند اما با هم نقاطی مشترک دارند را مقایسه کنیم، استفاده می‌شود.

جهش‌های شناختی تازه

- دوایر چشم‌انداز

دوایر چشـم‌انداز نقطه (الف) و یا دیدگاه(نظـر) (ب) را تغییر می‌دهد که این تغییر چشم‌انداز کلی را تغییر خواهد داد. به عبارتی دیگر این نگاه کردن از یک ایده (ب) از چشم‌انداز یک ایده (الف) است.

- قسمت-قسمت‌ها

این جهش یک شـیء یا یک چیز کامل را به عنوان یک شیء یا چیزی که از قسـمت‌های مختلفی تشکیل شده است نشان می‌دهد. ایده اصلی این است که ۱. یک ایده یا یک چیز را به قسـمت‌های مختلف تقسـیم کنید. ۲. قسمت‌ها را بـه هم ربط دهید. پس از انجام این کار می‌توان از طریق چشـم‌انداز این موارد را گسترش داد.

- دمبل

شـما به دمبل می‌توانید بـه عنوان دو ایده یا دو چیـز و رابطه بین آنها نگاه کنید. با گسـترش بیشـتر، مـا می‌توانیم چیزی که یک دمبـل «امس» نامیده می‌شـود را بیابیم که در این دمبل «ا» به معنای ارتباط، «م: به معنای مشخص کردن و «س» به معنای سامانمند کردن یا سیستماتیک کردن است. درک، این جهش‌هـا را الگوریتم‌های نوآوری می‌خواند. او از دمبل امس در حل مشـکلات و مسـائل پیچیده اسـتفاده می‌کند زیرا پیچیدگی در رابطـه بین ایده‌ها پنهان شده است.

ابزاری که به شما در تطابق سیستم‌های فکر کردن کمک می‌کنند

در نهایت، نگاهی مختصر به برخی از ابزارهای درک و لاورا که برای کمک به ما در فهم سیستم‌های فکر کردن ساخته‌اند، می‌پردازیم.

- فرانقشه(Metamap)

این ابزار برای کمک به ما در ترسـیم دقیق طراحی پردازش فکر با استفاده از چهار قانون سیستم‌های فکر کردن ساخته شده است. شما حتی می‌توانید از این ابزار برای ترسیم طرح کلی یک مقاله استفاده کنید و حتی بهتر از آن این ابزار کاملا رایگان بوده و می‌توانید از آن استفاده کنید Metamap

- بلوک‌های فکر (ThinkBlocks)

این بلوک‌ها، بلوک‌هایی سه بعدی هستند که به صورت خشک پاک می‌شوند و هر کسی با هر سنی می‌تواند از آنها استفاده کند.

- ThinkQuiry

این وب‌سایت از چیزی که درک به عنوان سوالات جای خالی براساس قوانین چهارگانه می‌نامد اسـتفاده می‌کند. این سوالات می‌توانند در استفاده از ساختار قوانیـن چهارگانه و کشـف ایده‌های جدید به ما کمک کنند. این وب‌سـایت از روش سقراطی استفاده می‌کند و بیشتر از پاسخ‌ها بر روی سوالات متمرکز است. در سایت ThinkQuiry شروع به کشف ایده‌های جدید کنید.

درک هر کسـی را در پیوستگی آگاهی و صلاحیت قرار می‌دهد. او پیوستگی را این‌گونه تعریف می‌کند

۱. مـا از مرحلـه بی‌کفایتی و ناآگاهی شـروع می‌کنیم (مـا چیزهایی را که نمی‌دانیم را نمی‌دانیم.)

۲. اگر خوش‌شـانس باشیم، شـخصی ما را از خواب غفلت بیدار خواهد کرد و باعث می‌شـود تا ما برای چیزی بیشـتر و بهتر به جست و جو بپردازیم. سپس ما به مرحله بی‌کفایتی آگاهانه می‌رسـیم که در این مرحله، ما متوجه می‌شویم چیزی وجود دارد که ما نیاز به دانستن آن داریم.

۳. هنگامی که ما برخی از شایسـتگی‌ها را توسـعه دادیم، سـپس به مرحله صلاحیـت ناخودآگاه می‌رسـیم. در این مرحله ما یک مهارت را بدون داشـتن آگاهی کامل از آن مهارت، تمرین می‌کنیم. در این مرحله شناخت وجود داشته و خبری از فراشناخت نیست.

۴. هنگامـی که مـا در نهایت به مرحله صلاحیت آگاهانه می‌رسـیم، از آنچه انجـام می‌دهیم آگاهی داریم تا بتوانیم در آنجایی که نیاز اسـت خود را تطبیق دهیم.

پیشـرفت موفقیت‌آمیز در طول پیوسـتگی به این معنا اسـت که ما در فراشـناخت خود افزایش آگاهی خواهیم داشت؛ که این بسیار مهم اسـت زیرا هر چیزی که ما تجربه می‌کنیم، یک مدل ذهنی همیشه در حال تغییر است.

دیدگاه درک برای سیسـتم‌های فکری این است که تمامی افراد دنیا از این استراتژی اسـتفاده کنند. درک برای توسعه و رشد دیدگاه خود از این سـه سوال زیر اسـتفاده کرد و این سوالات می‌توانند به توسعه و رشـد دیدگاه شما نیز کمک کنند. در نهایت می‌خواهیم این مقاله را با این سه سوال به پایان برسانیم.

- سوال اول

چه چیزی بیشتر از همه شما را عصبانی می‌کند؟

- سوال دوم

امروز چه می‌بینید؟

- سوال سوم

فردا باید چه ببینید؟

منبع: LifeHack/ucan

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و مشاعی

هیأت حل اختلاف مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو قم تصرفات مالکانه مفروزی متقاضیان پرونده‌های تشکیلی طبق قانون مذکور را براساس گزارش کارشناسان و به استناد مدارک موجود در پرونده به شرح آراء ذیل تایید نموده‌اند.

۱ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۳۳۷۱۸ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۶۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۳۶۵ آقای حمید گل محمدی فرزند رستم در سه دانگ مشاع از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۹۴/۳۰ مترمربع پلاک شماره ۱۹۴۷/۵۴۷ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از اسماعیل بادی ثبت دفتر ۱۸۰ صفحه ۳۲۲. (م الف ۵۸۶۰)

۲ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۳۳۷۱۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۶۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۳۶۴ خانم عصمت علی زمانی فرزند بهروز در سه دانگ مشاع از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۹۴/۳۰ مترمربع پلاک شماره ۱۹۴۷/۵۴۷ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از اسماعیل بادی ثبت دفتر ۱۸۰ صفحه ۳۲۲. (م الف ۵۸۶۱)

۳ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۳۰۴۸۴ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۲۰۴۹ آقای حسین احمدپوربسار فرزند اروجعلی در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۲۰ مترمربع پلاک شماره ۱۸۵۴ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از درویش محمد الیاسی صفحه ۱۳۹ دفتر ۱۱۲. (م الف ۵۸۶۲)

۴ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۳۰۳۳۸ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۵۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۰۵۳ آقای علی حقتلی فرزند عباسعلی در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۵۱ مترمربع پلاک شماره ۲۳۹۱ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از اسداله زرین اقبال. (م الف ۵۸۶۳)

۵ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۴۴۵۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۶۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۸۳۲ آقای علی نجفی باوریان فرزند احمدعلی در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنااشده بمساحت ۵۷/۷۰ مترمربع پلاک شماره ۲۳۳۷/۲ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری از علمدار زند ثبت دفتر ۱۵۸ صفحه ۱۸۱. (م الف ۵۸۶۴)

مورد تایید قرار گرفته و از آنجائیکه مقرر گردیده است پس از نشر آگهی و انقضاء موعد مقرر سند مالکیت رسمی صادر گردد با توجه به عدم دسترسی به مالکین مشاعی مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی تا چنانچه اشخاص ذینفع اعتراضی داشته باشند ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد منطقه پس از تسلیم اعتراض به اداره ثبت به دادگاه مراجعه و دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم و گواهی آنرا به این اداره تحویل نمایند لازم به توضیح است که صدور سند بر اساس قانون مذکور مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۲/۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۲/۱۷

عباس پورحسنی حجت آبادی ـ رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو قم

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و مشاعی

هیأت حل اختلاف مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قم تصرفات مالکانه مفروزی متقاضیان پرونده‌های تشکیلی طبق قانون مذکور را براساس گزارش کارشناسان و به استناد مدارک موجود در پرونده به شرح آراء ذیل تایید نموده‌اند.

۱ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۷۱۹۲ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۳۷۹ خانم زهرا ایل سعادتمند فرزند داراب در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۰۳ مترمربع پلاک شماره ۱۰۴۳۵ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم مبایعه نامه عادی مع الواسطه از وارث محمدعلی اجلالی سند صادره در دفتر ۳۳ صفحات ۲۱۸ و ۲۴۲.(م الف ۵۸۴۹)

۲ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۷۳۲۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۲۲۲۷ آقای سید علی اصغر زکی اللهنی فرزند سید جواد در ۹۹/۷۳ سهم مشاع از ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ششدانگ ۱۷۰/۹۷ مترمربع پلاک شماره ۱۱۱۴۵ اصلی واقع در بخش ۱ حوزه ثبت ملک اداره یک قم سند صادره در دفتر الکترونیکی ۱۳۹۷۲۰۳۳۰۰۰۱۰۱۶۷۶۸ به موجب سند قطعی شماره ۵۰۰۸۱ مورخ ۱۳۹۷/۹/۱۴ دفترخانه ۲۹ قم. (م الف ۵۸۵۰)

۳ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۷۳۲۸ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۲۲۲۸ خانم زهرا فروزان نژاد فرزند مصطفی در ۷۱/۲۴ سهم مشاع از ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ششدانگ ۱۷۰/۹۷ مترمربع پلاک شماره ۱۱۱۴۵ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم سند صادره در دفتر الکترونیکی ۱۳۹۷۲۰۳۳۰۰۰۱۰۱۶۷۶۸ بموجب سند قطعی شماره ۵۰۰۸۱ مورخ ۱۳۹۷/۹/۱۴ دفترخانه ۲۹ قم. (م الف ۵۸۵۱)

۴ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۶۸۷۹ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۴۶۹ خانم فاطمه رنگ رز فردوئی فرزند جمال در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۰۰ مترمربع پلاک شماره ۶۸۳ و ۶۸۲ فرعی از ۱۱۵۱۲ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم مبایعه نامه عادی مع الواسطه از حاتم گلزار روحی سند صادره در دفتر ۳۶۹ صفحه ۲۸۷ بموجب سند قطعی شماره ۳۵۲۲۵ مورخ ۱۳۶۲ دفترخانه ۲ قم. (م الف ۵۸۵۲)

۵ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۶۲۴۹ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۵۵۱ آقای علی حیدریان فرزند عبدالرسول در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ششدانگ ۱۷۱ مترمربع پلاک شماره ۱ فرعی از ۶۳۴۶ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم سند قطعی شماره ۷۹۶۵۴ مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۱۶ دفترخانه ۲۴ قم. (م الف ۵۸۵۳)

۶ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۷۰۶۱ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۵۲۱ آقای علی چینی ساز فرزند عباس در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۲۲/۴۸ مترمربع پلاک شماره ۱۷۲ فرعی از ۱۱۰۲۶ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم سند صادره در دفتر الکترونیکی ۱۳۹۸۲۰۳۳۰۰۰۱۰۱۹۲۷۱. (م الف ۵۸۵۴)

۷ـ رأی شماره ۱۳۹۶۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۵۵۵۶ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۶۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۳۲۲ آقای محمدتقی کریمی فرزند قربان وردی ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۶۲/۵۰ مترمربع پلاک شماره ۱۱۵۵۶ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از اقدس پوستی احدی از وارث رضا پوستی. (م الف ۵۸۵۵)

۸ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۶۵۸۳ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۶۱۲ آقای علی اصغر پیرهادی فرزند اله یار در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۳۹/۰۱ مترمربع پلاک شماره ۱۱۱۰۰ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم سند قطعی شماره ۱۹۰۶۶۰ مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۱۷ دفترخانه ۳ قم. (م الف ۵۸۵۶)

۹ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۵۸۸۵ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۳۶۷ آقای رضا نایب پیشه فرزند رجبعلی در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۳۲۸/۵۰ مترمربع از پلاک ۲۰۱ و ۲۰۰ و ۱۶۶ و ۱۶۵ فرعی از ۱۱۲۰۳ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از اکبر رمضانی خاوه. (م الف ۵۸۵۷)

۱۰ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۷۸۴۶ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۴۸۳ آقای سید اسداله طاهری فرزند سید صفدر در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ششدانگ ۱۳۲/۳۰ مترمربع پلاک شماره ۱۵ فرعی از ۱۰۴۶۶ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم سند صادره در دفتر ۵۷۶ صفحه ۵۶۰ به موجب سند قطعی شماره ۱۵۸۹۱۴ مورخ ۱۳۸۶/۵/۹ دفترخانه ۲۰ قم.(م الف ۵۸۵۸)

۱۱ـ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۷۸۴۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۴۸۴ خانم فاطمه حسینی حصارشنه فرزند علی اکبر در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ششدانگ ۱۳۲/۳۰ مترمربع پلاک شماره ۱۵ فرعی از ۱۰۴۶۶ اصلی واقع در بخش ۱ حوزه ثبت ملک اداره یک قم سند صادره در دفتر ۵۷۶ صفحه ۵۶۰ به موجب سند قطعی شماره ۶۵۹۸۴ مورخ ۱۳۹۱/۱۰/۷ دفتر خانه ۲۴ قم.(م الف ۵۸۵۹)

مورد تایید قرار گرفته و از آنجائیکه مقرر گردیده است پس از نشر آگهی و انقضاء موعد مقرر سند مالکیت رسمی صادر گردد با توجه به عدم دسترسی به مالکین مشاعی مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی تا چنانچه اشخاص ذینفع اعتراضی داشته باشند ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد منطقه یک قم تسلیم و رسید آن را اخذ و ظرف مدت یکماه پس از تسلیم اعتراض به اداره ثبت به دادگاه مراجعه و دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم و گواهی آنرا به این اداره تحویل نمایند لازم به توضیح است که صدور سند بر اساس قانون مذکور مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۲/۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۲/۱۷

محمدرضا ادیبان ـ رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قم

فقدان سند مالکیت

خانم/ آقا سمیه و مرضیه هر دو اب نیکی مالک پلاک ۴۹۲ فرعی از سنگ ۲۸ اصلی

با تسلیم دو برگ استشهادیه مصدق شده در دفترخانه ۴فشم اعلام که سند مالکیت شش دانگ تحت پلاک ۴۹۲فرعی از سنگ ۲۸اصلی واقع در اب نیک رودبار قصران بخش یازده تهران در دفتر ۱۷۲ صفحه ۱۲۱ ذیل ثبت ۸۹۴۹۱ به شماره ۱۶۵۷۲۲ بنام اکرم اب نیکی تحت پلاک ۴۹۲ فرعی از ۲۸ اصلی ثبت و صادر و تسلیم گردیده سپس نامبرده برابر سند قطعی ۸۰۲۰ مورخ ۱۳۹۲/۲/۱۸ دفترخانه ۴فشم تمامی ششدانگ را به خانمها مرضیه و سمیه هر دو اب نیکی بالمناصفه منتقل نموده سپس نامبردگان اعلام که سند مالکیت با مشخصات مذکور بعلت جا به جایی و اسباب کشی مفقود گردیده است لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مذکور باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم و رسید دریافت نمایید و پس از انقضای مهلت مزبور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

۱۰۱۵۷ م الف — رییس اداره ثبت اسناد و املاک فشم- علی نجفی باته

شناسه آگهی ۸۱۹۰۳۳

آگهی فقدان سند مالکیت از پلاک ثبتی ۳۶۵۷ فرعی از پلاکهای ۶ و ۱۸۵۹ و ۱۸۶۰ اصلی واقع در بخش ۱۰ تهران

آقای / سعید کرمی و خانم سیده مهناز رحمتی گیلوان اصالتا با اعلام / مفقود شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی به دلیل جابجایی باارائه استشهادیه محلی گواهی امضاء شده شماره ۶۵۲۴۰ و ۶۵۲۳۹۱مورخ ۹۸/۹/۲۴ دفتر ۲۵۴ تهران طی درخواست وارده بشماره ۱۳۹۸۸۵۶۰۱۱۴۷۰۳۶۰۸۵ مورخ ۹۸/۱۰/۱۵تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت بشرح ذیل آگهی می گردد:

خلاصه وضعیت: ششدانگ یک دستگاه آپارتمان قطعه اول تفکیکی واقع در طبقه اول به مساحت ۱۱۳/۵۷ متر مربع که ۳/۶۰ متر مربع آن بالکن است پلاک ۳۶۵۷ فرعی از ۶ و ۱۸۵۹ و ۱۸۶۰ اصلی مفروزی و باقیمانده از فرعی و اصلی مذکور واقع در بخش۱۰ تهران که پس از استانداردسازی به پلاک ۱۸۶۱/۷۰۹۵ اصلی تغییر یافته است به انضمام پارکینگ شماره ۱ به مساحت ۱۱ مترمربع واقع در جنوبغرب طبقه همکف و انباری قطعه اول به مساحت ۶/۱۶ متر مربع ذیل شماره ۳۴۳۷۴ صفحه ۱۳۶و ۱۳۸ دفتر ۱۱۵ کن املاک به نام سعید کرمی نسبت به چهار دانگ مشاع و سیده مهناز رحمتی گیلوان نسبت به دو دانگ مشاع از ششدانگ ثبت و اسناد مالکیت بشماره چاپی ۲۶۲۴۴۴و ۲۶۲۴۴۵ صادر و تسلیم گردیده است و طی اسناد شماره ۳۷۸۱و ۳۷۸۲ مورخ ۸۵/۱۲/۲ دفترخانه ۷۶۰ تهران در رهن بانک مسکن قرار گرفته و است و در آگهی فقدان شماره چاپی آن در روزنامه صمت اشتباه چاپ و منتشر گردیده است لذا پیرو آگهی های قبلی مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده و در این آگهی ذکر نشده و یا مدعی سند مالکیت نزد خود می باشد با تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه سند مالکیت و یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مدت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت و یا سند معامله ارائه نگردد اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و تسلیم خواهد نمود.

۱۰۱۶۱ م الف — سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک زیبادشت- حسینی جهانگیر

شناسه آگهی۸۱۹۰۳۸

آگهی تسلیم سند مالکیت مورث

سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۳۹۰ متر مربع شماره ۵۴۵۸ فرعی از ۶۹۳۳ اصلی مفروزاز قریه عباس اباد پلاک ۶۹۳۳ اصلی بخش دو تهران ذیل ثبت ۲۷۳۷۴ صفحه ۳۴۹ دفتر املاک ۲۴۰ و بتاریخ ۳۳/۰۳/۲۷ بنام آقای عبدالعلی زندیه ثبت و شماره چاپی ۲۴۹۷۸۸ صادر و تسلیم شده است سپس ششدانگ مع الواسطه و طبق سند قطعی مشتمل برهن (رهنی فک شده است) بشماره ۱۵۳۰۲ مورخ ۵۴/۱۱/۱۱ دفتر ۳۷۱ تهران به آقای حسن عالی خواه منتقل شده است نامبرده بشرح دادنامه حصر وراثت ۹۱/۲۱۴۵ مورخ ۹۱/۰۹/۲۸ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۲ و گواهی واریز مالیات بر ارث ۲۳۲۸۴ مورخ ۹۲/۰۳/۱۳ اداره امور مالیاتی ۳۴۱۸ تهران فوت نموده و ورثه حین الفوت بشرح دادنامه اخیر الذکر آقایان بهمن، علی، رضا (پسران) و خانمها فرزانه و افسانه (دختران) شهرت همگی عالی خواه و خانم محترم عرفانیان شرافت همسر متوفی می باشد به موجب سند تقسیم نامه شماره ۱۶۴۵۹۸ مورخ ۹۲/۰۶/۲۵ دفترخانه ۹۱ تهران ششدانگ پلاک مورد گزارش در سهم مالکانه خانم محترم عرفانیان شرافت گرمرودیان (۱۹ سهم) و افسانه عالی خواه (۱۷ سهم مشاع) و آقایان رضا و بهمن هر دو عالی خواه هر یک نسبت به ۳۲ سهم مشاع از ۱۰۰ سهم ششدانگ قرار گرفته است. برابر گواهی دفتر املاک در قید رهن نمی باشد. با توضیح اینکه سند تقسیم نامه فوق الذکر در دفتر املاک به ثبت نرسیده است و سپس خانم محترم عرفانیان شرافت کرمرودیان بموجب دادنامه انحصار وراثت شماره ۹۴۰۹۹۸۱۰۱۰۳۰۰۵۸۰ مورخ ۹۴/۶/۱۳ شعبه ۵۳ شورای حل اختلاف تهران فوت نموده است که وراث وی عبارت از فرزانه و افسانه و رضا و بهمن و علی همگی عالی خواه (فرزندان متوفی) می باشد. آقای بهمن عالی خواه درخواست شماره ۱۶۵۹۵/ش مورخ ۱۳۹۵/۰۳/۲۵ باستناد قانون افراز و فروش املاک مشاع مصوب آذرماه ۱۳۵۷ درخواست افراز سهم مالکانه و مشاعی خود از پلاک فوق الذکر را نموده است که پس از طی تشریفات اداری و قانونی و مستندا به نامه شماره ۶۹۴۲۸/۵۰۷ مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۲۳ شهرداری منطقه ۷ تهران تصمیم واحد ثبتی بشماره ۱۳۹۶۸۵۶۰۱۰۲۵۰۰۶۲۶۰- ۹۶/۲/۲۵ مبنی بر عدم قابلیت افراز صادر و ابلاغ گردیده است دفترخانه ۶۴۱ تهران طبق شماره ۱۳۹۸۸۵۶۵۲۸۹۷۰۰۰۱۰۰ — ۱۶/۵/۹۸ تقاضای صدور سند مالکانه آقای رضا عالی خواه در اجرای مفاد سند تقسیم نامه شماره ۱۶۴۵۹۸- ۹۲/۶/۲۵ دفترخانه ۹۱ تهران را نموده که در جریان رسیدگی است.

محدودیت:
تذکر: بازداشت موقت به نفع – بموجب شماره ۱۳۹۶۱۶۸۰۰۰۸۸۰۰۳۴ مورخ ۱۳۹۶/۰۱/۲۳ صادره از ریاست محترم شعبه ۲۶۳ دادگاه خانواده مجتمع قضایی خانواده دو تهران، بازداشت موقت به نفع – بموجب شماره ۱۳۹۶۱۶۸۰۰۱۵۴۴۳۸۱ مورخ ۱۳۹۶/۰۷/۰۵صادره از ریاست محترم اجرای احکام شعبه ۲۶۳ مجتمع قضایی خانواده دو تهران بازداشت موقت به نفع بموجب شماره ۱۳۹۸۱۶۸۰۰۱۱۰۷۰۱۵ مورخ ۱۳۹۸/۰۳/۱۸ صادره از اجرای احکام شعبه ۳۰ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید مدنی تهران. تذکر: بازداشت موقت به نفع – بموجب شماره ۱۳۹۶۱۶۸۰۰۰۸۸۰۰۳۴ مورخ ۱۳۹۶/۰۱/۲۳ صادره از ریاست محترم شعبه ۲۶۳ دادگاه خانواده مجتمع قضایی خانواده دو تهران بازداشت موقت به نفع – بموجب شماره ۱۳۹۶۱۶۸۰۰۱۵۴۴۳۸۱ مورخ ۱۳۹۶/۰۷/۰۵ صادره از ریاست محترم اجرای احکام شعبه ۲۶۳ مجتمع قضایی خانواده دو تهران، بازداشت موقت به نفع ۰ بموجب شماره ۱۳۹۸۱۶۸۰۰۱۱۰۷۰۱۵ مورخ ۱۳۹۸/۰۳/۱۸ صادره از اجرای احکام شعبه ۳۰ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید مدنی تهران سهم رضا عالی خواه در قید توقیف میباشد.

در رسیدگی بتقاضای تسلیمی آقای علی عالی خواه موضوع وارده شماره ۱۰۲۵۰۴۱۱۶۱- ۹۸/۱۱/۲۱ مبنی بر درخواست سند مالکیت سهم الارث موروثی خود از متوفیه خانم عرفانیان شرافت کرمرودیان بدوا طی شماره ۱۳۹۸۸۵۶۰۱۰۲۵۰۴۳۰۷۴ — ۹۸/۱۲/۶ و ۹۸/۱۲/۶ — ۱۳۹۸۸۸۵۶۰۱۰۲۵۰۴۳۰۶۳ به دارنده سند مالکیت اخطار گردید که ظرف مهلت مقرر سند مالکیت را اخبار ارائه نماید لذا با عنایت به انقضاء مهلت مذکور و عدم ارائه سند مالکیت مراتب در اجرای تبصره ۳ ذیل ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت یک نوبت آگهی میشود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود میباشند ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی اعتراض خود را به ضمیمه اصل سند مالکیت به این منطقه تسلیم و رسید دریافت نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض و یا در صورت اعتراض عدم ارائه اصل سند مالکیت نسبت به درخواست متقاضی اقدام لازم معمول خواهد شد.

۱۰۱۶۰ م الف — شهمیرزادی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نارمک تهران

شناسه آگهی ۸۱۹۰۳۶

آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله به آقای امیر کاظم زادگان به نشانی: تهران نارمک ۴۶ متری غربی میدان ۸۷کوچه کارگشا پلاک ۲۶ طبقه دوم ابلاغ می گردد: خانم فرزانه پورصفر به استناد سند ازدواج شماره ۶۸۰۶ مورخ ۸۴/۸/۱۳ دفتر ازدواج شماره ۷۵ تهران جهت وصول تعداد ۲۵۰ عدد سکه طلای یک بهار آزادی علیه شما مبادرت به صدور اجرائیه نموده و پرونده اجرائی به کلاسه ۹۸۰۷۹۷۷ در این اداره تشکیل شده و در جریان است. لذا با توجه به اینکه ابلاغ اجرائیه به شما در آدرس متن سند میسر نشده مراتب از طریق درج در روزنامه به شما ابلاغ می گردد مقتضی است حداکثر ظرف ۲۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام نمائید در غیر اینصورت عملیات اجرائی علیه شما ادامه خواهد یافت.

۱۰۱۵۸م الف — اداره پنجم اجرای اسناد رسمی تهران

شناسه آگهی ۸۱۹۰۳۴

آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله به آقای شاهین قدیمی فرزند موسی شماره ملی ۱۵۳۳۴۷۲۴۷۵ به نشانی: پیروزی خ شهید غلامعلی پیچک پ ۱۱۷ را ابلاغ می گردد: خانم آرزو دهقانپور فراشاه به استناد سند ازدواج شماره ۸۷۶۰ مورخ ۱۳۷۵/۱۲/۱۶ دفترخانه شماره ۴۲۶ و طلاق ۹۷ شهر تهران جهت وصول تعداد ۵۰۰ عدد سکه طلای یک بهار آزادی علیه شما مبادرت به صدور اجرائیه نموده و پرونده اجرائی کلاسه ۹۸۰۵۱۵۱ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مامور مربوطه آدرس شما مورد شناسایی واقع نگردیده و بستانکار هم نتوانسته شما را معرفی نماید و آدرس فعلی شما نیز برای این اداره مشخص نمیباشد. لذا به تقاضای وکیل بستانکار وارده به شماره ۱۵۰۳۴۱۰۸ مورخ ۹۸/۱۱/۲ طبق ماده ۱۸آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود و چنانچه ظرف مدت ۲۰ روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می شود نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید عملیات اجرائی جریان خواهد یافت.

۱۰۱۶۲ م الف — سرپرست اداره پنجم اجرای اسناد رسمی – اعزازی

شناسه آگهی۸۱۹۰۳۹

آگهی اجرای کد ۹۱۴ مجموعه بخشنامه های ثبتی

نظر به اینکه آقای/ خانم رمضان گرم آبدری از مالکین مشاعی ششدانگ پلاک ثبتی ۳۷۳ فرعی از ۲۷ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران رودبار قصران تقاضای صدور سند مالکیت کاداستر (تک برگی) نموده با توجه به اینکه سند مالکیت اولیه فاقد مساحت طول ابعاد می باشد و صدور سند مالکیت پلاک بصورت تک برگی با درج طول و ابعاد و مساحت (کاداستری) صورت می گیرد لذا در صورت اجرای کد ۹۱۴ مجموعه بخشنامه های ثبتی و ماده ۱۲قانون حد نگار جهت بازدید محل و تهیه نقشه از محدوده پلاک مذکور روز دوشنبه مورخ ۹۹/۲/۱۵ ساعت ۱۰ صبح تعیین وقت شده است بدینوسیله به اطلاع مالکین مجاور و سایر مالکین مشاعی پلاک فوق می رساند جهت حصول اطمینان از عدم تضییع حقوق با در دست داشتن اصل سند مالکیت در روز موعد در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند تا بابر مقررات اقدام لازم معمول گردد. ضمنا عدم حضور مانع از ادامه عملیات ثبتی نخواهد شد.

۱۰۱۵۹م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک فشم- علی نجفی باته

شناسه آگهی۸۱۹۰۳۵

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به شرکت چوب صنعت آهار به نشانی: تهران آزادی به سمت انقلاب روبروی وزارت کار ک مسعود پ ۴۱۲ ط دوم ابلاغ میشود: بانک اقتصاد نوین جهت وصول طلب خود به مبلغ ۷۷۸/۰۳۷/۵۹۰ ریال اصل و خسارت تا تاریخ ۸۹/۱۰/۲۸ و از تاریخ مذکور تا روز وصول طبق مقررات به موجب سند رهنی شماره ۱۰۰۷۴- ۸۶/۶/۱۹ تنظیمی دفترخانه شماره ۷۳۲ تهران علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائی بکلاسه ۹۰۰۲۷۷۷- ۲۲۷۹۸ش/ ۳ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۹۰/۹/۲۶ مامور مربوطه آدرس شما بشرح متن سند فوق شناخته نشده و آدرس فعلی شما نیز برای این اجرا مشخص نمیباشد لذا به تقاضای وارده شماره ۱۳۰۵۴۸۲۸- ۹۸/۱۱/۶ بستانکار و طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرا مفاد اجرائیه یک مرتبه در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی میشود چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننمائید مورد وثیقه مندرج در سند رهنی فوق با تقاضای بستانکار پس از ارزیابی از طریق مزایده فروخته و از حاصل فروش آن طلب بستانکار و حقوق دولتی استیفاء خواهد شد.

۱۰۱۶۳ م الف — رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - نقیبی

شناسه آگهی۸۱۹۰۴۱

توصیه‌هایی به فریلنسرها

به قلم: اریک روزنبرگ نویسنده حوزه موفقیت و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از روش‌های کاری این است که افراد کارمند رسمی هیچ برندی نبوده و به صورت پروژه‌ای با آنها فعالیت داشته باشند که به این امر در اصطلاح فریلنسر یا آزادکار گفته می‌شود. اگرچه این موضوع با مشخص نبودن درآمد همراه است، با این حال جالب است بدانید که در حال حضر تعداد زیادی از فریلنسرها، از متوسط کارمندان، درآمد بیشتری دارند. در این رابطه رعایت برخی از نکات می‌تواند ریسک کاری شما را به حداقل رسانده و موفقیت بیشتر را تا حدود زیادی تضمین کند. در این راستا به بررسی هفت مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-روابط گسترده‌ای داشته باشید

به هر میزان که در حوزه موردنظر خود، افراد بیشتری را شناخته و با آنها ارتباط داشته باشید، احتمال پیشنهاد کار نیز به شما افزایش پیدا خواهد کرد. توصیه می‌شود که در ابتدا تنها به دنبال ایجاد شهرت و اعتماد لازم باشید. به همین خاطر کار کردن با دستمزد پایین‌تر از حد معمول نباید شما را به وحشت بیندازد. علت این امر به این خاطر است که این شرایط کاملا موقتی بوده و سرعت رشد شما را افزایش خواهد داد. تقریبا تمامی آزادکارهای موفق حال حاضر، در ابتدا از این سیاست استفاده کرده‌اند. به همین خاطر همواره اطلاعات مشتریان خود را در اختیار داشته و از اطرافیان نیز برای پیداکردن موقعیت کاری، استفاده کنید. در نهایت شما به یک کارت ویزیت نیاز خواهید داشت تا افراد نیز امکان ماندگار کردن اطلاعات شما را داشته باشند. این امر باعث خواهد شد تا در صورت نیاز، شانس تماس با شما بیشتر از سایرین باشد. همچنین حضور در شبکه‌هایی نظیر لینکدین می‌تواند شانس موفقیت شما را به مراتب افزایش دهد.

۲-نظم را همه چیز بدانید

عدم تعهد به یک شرکت باعث خواهد شد تا شما با برندهای متعددی همکاری داشته باشید. تحت این شرایط اگر نظم کاری خوبی وجود نداشته باشد، سخت‌ترین دوران ممکن را تجربه خواهید کرد. فراموش نکنید که یک تجربه ناموفق، می‌تواند اعتبار شما را کاملا نابود سازد. در این رابطه توصیه می-شود که در ابتدا، از سطح خود اطمینان داشته و یک نظم کاری درست را برای خود ایجاد کنید. این امر در نهایت کمک خواهد کرد تا همه چیز، حتی زودتر از زمان تعیین شده، آماده باشد.

۳-رقبا را تحلیل کنید

شما باید از مزیت‌هایی در مقایسه با رقبای موجود، برخوردار باشید. در غیر این صورت همواره احتمال مراجعه به سایرین نیز وجود دارد. برای این موضوع تحلیل وضعیت و اقدامات آنها، امری ضروری بوده و باعث می‌شود تا متوجه نقاط ضعف و قدرت آنها شوید. از این اطلاعات برای بهبود سطح و ارائه پیشنهادهای جذاب‌تر می‌توان استفاده کرد. در نهایت فراموش نکنید که این تحلیل‌ها باید برای برندها نیز انجام شود. این امر باعث خواهد شد تا شما نیازهای موجود را شناسایی کرده و سریعا خود را معرفی کنید. درواقع اگر یک آزادکار، بخواهد منتظر پیشنهادها باشد، بدون شک بازنده خواهد بود. در نهایت شما باید یک تقویم کاری داشته باشید تا پیشنهادات را برطبق آن بررسی کنید. درواقع یک اشتباه رایج این است که افراد تمامی پیشنهادات را قبول کرده و در مدیریت آنها با مشکلی جدی مواجه می‌شوند. درواقع آزادکاری به معنای آن نیست که شما تمام وقت طول روز خود را به کار اختصاص دهید. درواقع شما تمام نیاز بازار را نیز نمی‌توانید پوشش دهید. به همین خاطر لازم است تا کاملا حرفه‌ای رفتار کرده و از قبول پیشنهادهایی که منجر به شلوغی بیش از حد برنامه‌های ما می‌شود، خودداری کنید.

۴-به بدترین شرایط نیز فکر کنید

این امر نیز ممکن است رخ دهد که همه چیز مطابق انتظار شما جلو نرود. به همین خاطر وجود یک صندوق اضطراری، کاملا ضروری خواهد بود. فراموش نکنید که شما به مانند یک کارمند، از حمایت رئیس شرکت برخوردار نخواهید بود. به همین خاطر لازم است تا خودتان در این رابطه اقدامات لازم را انجام داده و برای بدترین شرایط ممکن نیز آماده باشید. در نهایت استفاده از جدیدترین تکنولوژی‌ها باعث می‌شود تا سرعت و کیفیت کار شما افزایشی چشمگیر را پیدا کند. همچنین شما باید برای حفظ مشتری نیز برنامه‌ای داشته باشید. برای مثال تخفیف ویژه، انجام برخی از اقدامات و هر چیزی که قادر به انجام آن باشید، می‌تواند باعث شود تا یک شرکت، به مشتری دائم شما تبدیل شود. اگرچه این اقدامات سود شما را کاهش می‌دهد، با این حال آینده شما را تضمین خواهد کرد.

۵-یک تیم برای خود ایجاد کنید

پس از کسب شهرت لازم، این امر طبیعی است که پیشنهادها افزایشی چشمگیر را پیدا کند. تحت این شرایط ممکن است قادر به مدیریت درست آنها نباشید. با این حال نادیده گرفتن آنها نیز به معنای فرصت دادن به رقبا خواهد بود. در این رابطه توصیه می‌شود که محدوده عملکردی خود را گسترش داده و با افراد دیگر همکاری کنید. این امر باعث خواهد شد تا امکان ایجاد یک تیم، مهیا باشد. فراموش نکنید که بسیاری از آزادکارها، پس از مدتی یک شرکت را برای خود ایجاد می‌کنند. درواقع با این اقدام شما می‌توانید حتی برخی از رقبای فعلی را نیز به همکاران خود تبدیل کرده و با این اقدام اوضاع بازار را به نفع خود تغییر دهید. بدون شک انجام بسیاری از کارها به صورت تیمی، سرعت و کیفیت را نیز افزایش خواهد داد.

۶-یادگیری خود را متوقف نکنید

برای هیچ حوزه‌ای نمی‌توان نقطه پایانی را متصور شد. با توجه به این امر که تعهدی به همکاری با شما وجود ندارد، اگر مطابق نیازهای جدید گام برندارید و همواره به‌روز نباشید، بدون شک کنار گذاشته خواهید شد. فراموش نکنید که هیچ مدیری منافع شرکت را فدای ارتباط خوب با شما نخواهد کرد. به همین خاطر همواره زمانی از طول روز خود را به یادگیری بیشتر اختصاص دهید. همچنین شما باید تا حد امکان منابع درآمدی خود را متنوع سازید. برای مثال می‌توانید ویدئوهای آموزشی در یوتیوب قرار داده و بخشی از حق تبلیغات را دریافت کنید یا به صورت مستقیم به افراد علاقه‌مند به حوزه کاری خود، آموزش-هایی را بدهید. این مسئله کمک خواهد کرد تا در صورت آنکه بازار به هر دلیلی برای مدتی ضعیف شود، شما با بحران مواجه نشوید. همچنین نباید مغرور شوید. درواقع رفتار حرفه‌ای و دوستانه شما باید حفظ شده و به یک باره قیمت‌ها را افزایشی چشمگیر ندهید. این مسائل می‌تواند باعث شود که اعتباری که در حال شکل گرفتن است، به صورت کامل نابود شود.

۷-به نظرات توجه داشته باشید

این امر طبیعی است که شما بهترین نباشید، با این حال همواره می‌توان بهبودهایی را داشت. در این رابطه نظرسنجی از مشتریان شما را متوجه اقداماتی که باید انجام شود، خواهد کرد. به همین خاطر پس از اتمام پروژه، از افراد به صورت غیرمستقیم بخواهید که کیفیت کار شما امتیازی را داده و نقدها را مطرح کنند. فراموش نکنید که شما باید در رابطه با انتقادات، واکنش بسیار خوبی را داشته و آن را ضامن موفقیت خود بدانید. همچنین ایجاد عادت مکتوب کردن همه چیز، باعث خواهد شد تا احتمال فراموش کردن به صفر برسد. درواقع شما با پروژه‌های متعددی مواجه هستید که اگر اطلاعات لازم در رابطه با هر یک از آنها یادداشت نشده باشد، احتمال بروز یک خطا وجود دارد.

در نهایت فراموش نکنید که آزادکاری نیز درست به مانند هر اقدامی دیگر، از مزایا و معایبی برخوردار است. به همین خاطر انتخاب تنها به وضعیت و سلیقه خودتان بستگی داشته و نمی‌توان آن را بهترین گزینه موجود برای همگان تلقی کرد.

منبع: business۲community.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
| سه‌شنبه | ۲ اردیبهشت ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۲۷ | صفحه ۱۶ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱
روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲
سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

معرفی ۳ راهکار موثر برای تقویت سطح انرژی روزانه

روش‌هایی وجود دارند که برای افزایش سطح انرژی روزانه به کار گرفته می‌شوند. این سه راهکار که توسط روش‌های علمی نیز ثابت شده، مورد استفاده رهبران کاری موفق نیز قرار می‌گیرد تا انرژی روزانه آنها را تقویت کند. این روش‌ها باعث می‌شود که این انرژی در تمامی طول روز باقی بماند.

در ادامه با این سه روش آشنا خواهید شد.

۱. زود بخوابید، زود بیدار شوید و صبح زود ورزش کنید

گفته می‌شود که ایلان ماسک، مدیرعامل کمپانی تسلا موتورز، ساعت ۱:۰۰ بامداد به خواب می‌رود و رأس ساعت هفت صبح نیز از خواب بیدار می‌شود؛ این در حالی است که ریچارد برانسون (بنیانگذار The Virgin) از دو ساعت قبل‌تر، بیدار شده است؛ بنیانگذار ویرجین از ساعت پنج صبح بیدار می‌شود و بدن خود را برای فعالیت‌های روزانه آماده می‌کند.

او در این باره می‌گوید: «من صبح زود از خواب بیدار می‌شوم و ورزش می‌کنم؛ این کار به من انرژی می‌دهد، تمرکز و دقتم را تقویت می‌کند و حتی کمک می‌کند، شب‌ها خواب آرام‌تری داشته باشم.» برانسون ورزش کایت سواری را انجام می‌دهد؛ این ورزش، در حالی که جزیره شخصی خود را داشته باشید، آسان‌تر می‌شود. با این حال، او معتقد که هر ورزش دیگری نیز می‌تواند چنین تاثیری را در بدن ایجاد کند.

۲. زمان‌هایی را برای تنهایی خود اختصاص دهید

مطالعات جدیدی توسط Wellcome Collection، بر روی ۱۸ هزار شرکت‌کننده از ۱۳۴ کشور دنیا انجام شده است؛ در این بررسی از آنها پرسیده شد که برای استراحت، چه کارهایی را انجام می‌دهند. جواب‌ها شگفت‌انگیز بودند. یک نفر از هر چهار نفر، وقت استراحت خود را با دوستان و خانواده خود سپری می‌کرد، اما اکثر جمعیت شرکت‌کننده با کتاب خواندن، بیرون رفتن و تنها بودن، زمان‌های استراحت خود را می‌گذراندند. این آمار و ارقام درباره افراد برونگرا و درونگرا نیز به همین ترتیب است.

اگر می‌خواهید که انرژی خود را افزایش دهید، بهترین کار این است که از افراد دیگر فاصله بگیرید.

تنها بودن، فقط برای تمرکز کردن روی افکار شخصی نیست. دانشمندان به این نتیجه رسیده‌اند که انجام ندادن هیچ کاری، فرصتی را برای گشت و گذار ذهن فراهم می‌کند. همین لحظه‌هاست که شانس ساخت دوباره انرژی را در اختیار شما قرار می‌دهد؛ فرصتی که برای ایجاد ایده‌های خلاقانه جدید و هیجان‌انگیز استفاده می‌شود.

۳. کاری را انجام دهید که ارزشمند و بااهمیت باشد

زمانی که کاری را صرفا برای به اتمام رساندن آن انجام می‌دهید، برای شما خسته‌کننده می‌شود، اما رهبرانی همچون ایلان ماسک، ۱۰۰ ساعت کار هفته‌ای را برای مواردی اختصاص می‌دهند که صرفا تنها کار آنها نیست. این مدت زمان برای پول درآوردن صرف نمی‌شود. این کار به زندگی آنها معنا می‌بخشد.

زمانی که کار شما بااهمیت و ارزشمند باشد، برای رسیدن لحظه‌هایی که باید برای کار مشغول شوید، لحظه‌شماری می‌کنید و هیچ‌گاه از آن خسته نخواهید شد.

منبع: inc/ucan