

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



تولید محصولات رنو در ایران ادامه دارد

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت تولید محصولات بی.۹۰ ال.۹۰ و استپ وی که در حال حاضر با کمبود قطعه مواجه هستند با وجود هارمونی کاهشی...

معاون اول رئیس جمهوری در مراسم روز ملی «صنعت و معدن» خبر داد

عرضه نفت خام ایران در بورس داخلی

فرصت امروز: همایش روز ملی «صنعت و معدن» دیروز با حضور اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس جمهوری، محمد شریعتمداری وزیر صنعت، معدن و تجارت، غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران و جمعی از صنعتگران و فعالان بخش اقتصادی در سالن اجلاس سران برگزار شد. شاید مهم‌ترین نکته این مراسم، خبری بود که اسحاق جهانگیری درباره عرضه نفت خام ایران در بورس داخلی اعلام کرد و در ادامه از رنج‌های اقتصاد ایران در وابستگی به درآمدهای نفتی سخن گفت. او تحریم نفت ایران را یک جنگ روانی خواند و تورم مزمن، نقدینگی...

سرانجام بانک مرکزی پس از کش و قوس‌های فراوان منتشر کرد

فهرست ۱۵۰۰ شرکت دریافت‌کننده ارز دولتی

۳

مدیریت و کسب و کار



ایلان ماسک: نبود بیگانه‌ها یعنی سیاره‌های بیشتر برای انسان

- ۵ روش علمی ساده برای ارتقای کارایی
- ۶ راه ساده برای حفظ انگیزه
- نوروساینس، نیمکره راست و منطق رفتار مصرف‌کننده
- ۱۲ دلیل برتری وبسایت‌های سفارشی تجارت الکترونیکی
- جام جهانی فوتبال و تبلیغات برند و شرکت‌های مختلف
- ۵ توصیه برای ایجاد برند شخصی

۱۶ تا ۸



زنگنه: ما درباره واگذاری سهم تولید یک کشور به اعضای دیگر تصمیمی نگرفتیم نامه هشدار آمیز ایران به اوپک

۲

راه‌حل‌های گذر از شرایط فعلی

«۳۰ باید و نباید» روحانی خطاب به وزرا، مسئولین و مردم

جدید نیازمندی‌های کشور و مردم را تأمین کنیم. ۲۰- باید همه وزرای که در زمینه تولید، واردات و صادرات نقش دارند، از بخش خصوصی مشورت و راه‌حل بگیرند. ۲۱- باید خدمات در دستگاه‌های دولتی به‌ویژه آموزش و پرورش، آموزش عالی و بهداشت و درمان افزایش پیدا کند. باید خدمات را تسهیل و ارزان‌تر کنیم. ۲۲- باید دستگاه‌های دولتی نسبت به برنامه‌ها و خدمات خود با مردم صحبت کنند و از همه فرهیختگان، دانشگاهیان، هنرمندان و کسانی که مرجعیت اجتماعی آنها مشورت بخواهند، اما نباید به دنبال حاشیه‌ها و پاسخگویی به برخی رفتارها در فضای مجازی باشیم. ۲۳- باید وزیر صنعت، معدن و تجارت صریحا به مردم بگوید که چه اقلام و جنس‌هایی به کشور به وفور وارد می‌شود و قیمت آنها تغییر نخواهد کرد، اگر این اقدام نیاز به ارز دارد ما تحت هر شرایطی آن را تأمین خواهیم کرد. ۲۴- باید بانک مرکزی به مردم توضیح دهد که برای چه کارهایی ارز رسمی و به چه میزان پرداخت شده است. ۲۵- باید از فضای مجازی استفاده کرد و به مردم بگوییم در این ۵۱ روز، به چه کسی و به چه قیمتی و برای چه جنسی ارز دادیم. ۲۶- نباید در برابر فشارهای خارجی عصبانی شده، عجله کرده و سست شویم. ۲۷- باید قاطع و محکم ایستادگی کنیم؛ شک ندارم که اگر همه با هم باشیم و با تدبیر عمل کنیم، از مشکلات عبور خواهیم کرد. ۲۸- باید شرکت‌های دانش‌بنیان امروز احساس وظیفه سنگینی بکنند؛ همه باید به صحنه بیاییم تا بتوانیم با فشار دشمنان مقابله کنیم. ۲۹- باید مسئولان و تولیدکنندگان و همه آنهایی که مسئولیت بر دوش دارند، احساس کنند که در برابر یک قلدر باید بایستیم و پیروز شویم. ۳۰- نباید تردید داشته باشیم که ما از این مقطع تاریخی عبور کرده و با افتخار خواهیم گذشت.

روحانی، رئیس جمهوری ایران، چهارشنبه، ششم تیرماه در نشست هم‌اندیشی مدیران ارشد دولت، به عنوان رئیس قوه مجریه کشور بایدها و نبایدهایی را خطاب به وزرا و اعضای کابینه دولت، مسئولین و مردم اعلام کرد. او معتقد است با این «۳۰ باید و نباید» ایران با کمک مردم و مسئولین از مقطع تاریخی فعلی با افتخار عبور خواهد کرد. به گزارش ایسنا، حسن روحانی پس از وضع تحریم‌های جدید آمریکا علیه ایران و التهایات اخیر بازار ارز، در نشست هم‌اندیشی با مدیران ارشد دولت دستوراتی را به عنوان رئیس دولت به تمامی وزرا از جمله وزرای اقتصادی و مسئولین پولی و بانکی ارائه کرد. او از قوای دیگر برای اجرای درست برنامه‌های دولت همراهی طلبید، بخش خصوصی و دانش‌بنیان را به همکاری فراخواند و از مردم نیز خواست تا همدلی خود از مسئولیتی را دریغ نکنند تا کشور از شرایط فعلی گذر کند. قطعا مردم برای همراهی بیش‌تر با دولت و سایر قوا به میزان اجرایی شدن دستورات رئیس جمهور در بین مسئولین توجه ویژه خواهند کرد. ۱- باید به دنیا نشان دهیم که سختی و مشکلات را تحمل می‌کنیم، اما استقلال، آزادی، مردم‌سالاری، جمهوریست و اسلامیت نظام و دین و فرهنگ خود را معامله نمی‌کنیم. ۲- باید به فکر مشاورین و کارشناسان جدید باشیم و از افکار همه استفاده کنیم. ۳- باید وزیر، معاون وزیر و مدیرکل احساس کند و در عمل نیز نشان دهد که شرایط امروز با قبل متفاوت است و اگر مردم باید صرفه‌جویی کنند، دولت باید این کار را آغاز کند. ۳- از روسای سازمان‌های برنامه و بودجه و اداری و استخدامی می‌خواهم که آیین‌نامه‌ای برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها تدوین کنند. ۴- باید مسئولان و دولت‌مداران برنامه‌های خود را برای مردم توضیح دهند. ۵- باید وزارت کار با همه قدرت به صحنه بیاید و

لیست ۹ میلیارد دلاری از واردکنندگان مبهم ماند

ضرب‌الاجل ۱۵ روزه روحانی برای شریعتمداری

مهلت یک هفته‌ای به کسانی که دلار ۴۲۰۰ تومانی گرفته‌اند

در همین زمینه، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نیز اعلام کرد: کسانی که طبق لیست بانک مرکزی ارز ۴۲۰۰ تومانی گرفته‌اند یک هفته مهلت دارند نسبت به ارائه لیست قیمت مورد عمل برای مصرف‌کننده براساس ضوابط جهت درج در سامانه ۱۲۴ اقدام کنند. پیرو اطلاعیه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در خصوص اطلاع‌رسانی ضرورت درج قیمت عرضه‌کنندگان بهره‌مند از نرخ ارز رسمی در سامانه ir.124 افراد حقیقی و حقوقی مورد نظر مکلف هستند حداکثر تا ۱۷ تیر نسبت به ارائه لیست قیمت مورد عمل براساس ضوابط مذکور به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان جهت درج در این سامانه اقدام کنند.

بدیهی است مسئولیت مغایرت قیمت‌های مورد عمل برعهده اشخاص حقیقی و حقوقی ذی‌ربط بوده و هرگونه استنکاف از درج قیمت و عرضه کالا و خدمات با نرخ‌های غیرمتعارف در اسرع وقت رسیدگی و اعمال قانون خواهد شد. ضمناً کماکان تلفن‌های ۵۴ و ۲۴۲۰۰۰۵۳ برای راهنمایی و هماهنگی نحوه ارائه اطلاعات و ثبت قیمت آماده پاسخگویی است و از هموطنان درخواست می‌شود همچون گذشته خدمتگزاران خود را برای انجام وظیفه مطلوب و بهنگام با اعلام تخلفات از طریق تماس با تلفن ۱۲۴ یاری کنند.

ضرب‌الاجل ۱۵ روزه برای شریعتمداری

همچنین رئیس جمهوری برای معرفی متخلفان واردات غیرقانونی یا توزیع در صنعت خودرو ضرب‌الاجل تعیین کرد. رئیس‌جمهور به وزیر صنعت، معدن و تجارت دستور داد تا ظرف ۱۵ روز موضوع تخلف در واردات خودروی خارجی و نیز توزیع خودرو توسط خودروسازان داخلی را بررسی و هر گونه تخلف را صریحا به مردم و دستگاه قضایی اعلام کند. در پی تخیف اعلام شده از سوی مراجع نظارتی مبنی بر ثبت سفارش و واردات بیش از ۶۴۰۰ خودرو از مسیرهای غیر قانونی و همچنین دریافت گزارش‌هایی مبنی بر نارضایتی مردم و مصرف‌کنندگان از نحوه توزیع و یا قیمت‌گذاری محصولات خودروسازان داخلی؛ حجت‌الاسلام والمسلمین دکتر حسن روحانی رئیس‌جمهور ضمن تأکید بر لزوم شفافیت و مقابله با هر گونه فساد، به محمد شریعتمداری وزیر صنعت، معدن و تجارت دستور داد تا ظرف ۱۵ روز هر دو موضوع را بررسی و چنانچه هر گونه تخلفی صورت گرفته، متخلفان را هر چه سریع‌تر به مردم و دستگاه قضایی معرفی کند.

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها

نفت

رشد ۱۳ درصدی قیمت نفت در یک هفته

در بازار جهانی نفت چه خبر است؟

طرف یک هفته اخیر بهای نفت سبک تگزاس حدود ۱۳ درصد و بهای نفت برنت بیش از ۶ درصد افزایش یافته تا باز هم مشخص شود که بازار نفت همیشه مطابق انتظار پیش نمی‌رود. در معاملات روز پنجشنبه بورس کالای نیویورک بهای هر بشکه نفت خام سبک تگزاس، برای اولین بار از اواخر سال ۲۰۱۴ تاکنون از مرز ۷۴ دلار در هر بشکه عبور کرد تا بازار نفت بار دیگر روزهای داغی را تجربه کند.

مصرف‌کنندگانی که امید داشتند تصمیم اوپک برای افزایش سطح تولید در نهایت موجب کاهش قیمت نفت شود و آنها بتوانند باک خودروهای خود را با بنزین ارزان‌تر پر کنند، اینک از رشد ۱۳ درصدی بهای نفت سبک تگزاس ظرف تنها یک هفته کاری کاملاً شوکه شده‌اند. اما در بازار نفت چه خبر است که قیمت‌ها بار دیگر راه صعود را در پیش گرفته‌اند؟

عربستان اخیراً طبق خواسته کاخ سفید تصمیم به افزایش سطح تولید نفت خود گرفته است اما فعالان بازار نفت بر این باورند که سعودی‌ها ظرفیت مازاد چندانی برای پاسخگویی به بحران‌های آتی بازار ندارند. همچنین به دلیل مشکل قطع برق در تأسیسات یکی از تولیدکنندگان بزرگ نفت در کانادا، انتقال نفت به آمریکا از سوی این تولیدکننده دچار اختلال شده است. در عین حال، دولت ترامپ فشارهای خود بر ایران -پنجمین تولیدکننده بزرگ نفت- را افزایش داده و به کشورهای دیگر هشدار داده است که در صورت عدم قطع واردات نفت از ایران، با تحریم‌های واشنگتن مواجه خواهند شد. در نهایت، این عوامل دست به دست هم داده‌اند تا قیمت نفت سبک تگزاس به بالاترین رقم خود در سه‌سال‌ونیم سال اخیر برسد و قیمت هر بشکه نفت برنت دریای شمال نیز بار دیگر در آستانه عبور از مرز ۸۰ دلار قرار گیرد.

بن کوک، از مشاوران صندوق سرمایه‌گذاری BPمی‌گوید: «شما نمی‌توانید در توییت‌های خود از افزایش قیمت نفت شکایت کنید و پس از آن تحریم‌های خود علیه ایران را تشدید کنید و در عین حال انتظار داشته باشید که قیمت‌ها بالا بروند. نفت مورد نیاز بازار بالاخره باید از جایی تأمین شود.»

آیا عربستان منجی بازار نفت خواهد بود؟

روسیه و اعضای اوپک جمع‌گذاشته با یکدیگر به توافق رسیدند تا تولید نفت خود را یک میلیون بشکه در روز افزایش دهند؛ رقمی که ظاهراً انتظارات بازار را برآورده نکرده است. در این میان مقامات عربستان به‌تازگی از تصمیم خود مبنی بر رساندن تولید نفت این کشور به رکورد تاریخی ۱۱ میلیون بشکه در روز از ماه آینده پرده برداشته‌اند، اما حتی این خبر مهم که شاید در حالت عادی ممکن بود بسیار تأثیرگذار باشد نیز نتوانسته است روند صعودی قیمت نفت را متوقف کند.

باب مک‌نالی، از مقامات سابق کاخ سفید که اینک رئیس گروه مشاوره انرژی را پدیدان است، در این باره خاطر نشان می‌سازد: «عربستان قصد دارد با حداکثر ظرفیت خود نفت تولید کند. این بدان معناست که اگر تنش‌های ژئوپلیتیکی باز هم شدت پیدا کنند، دیگری ظرفیت اضافه‌ای برای مواجهه با اثرات آنها وجود نخواهد داشت. فراموش نکنید که همین حالا هم تولید نفت در ونزوئلا و لیبی در حال کاهش است.»

همچنین آمریکا اخیراً به لطف انقلاب نفت شیل و منابع نفتی حوزة بریمان در غرب تگزاس، تولید نفت خود را به سقف تاریخی آن رسانده است اما در شرایط کنونی ادامه این روند کار بسیار دشواری است زیرا حوزة نفتی بریمان اکنون با مشکلات خاص خود در زمینه تأمین نیروی کار و خطوط انتقال دست‌وپنجه نرم می‌کند.

دیگر مانند گذشته خبری از اشباع بازار نفت آمریکا بر اثر رشد ذخایر نفتی استراتژیک این کشور به گوش نمی‌رسد. وزارت انرژی آمریکا اعلام کرد که در هفته گذشته به دلیل رشد قابل توجه تقاضای داخلی نفت، موجودی انبارهای نفتی این کشور ۹.۹ میلیون بشکه کاهش یافته است، رقمی که حدود چهار برابر بیشتر از پیش‌بینی‌ها کارشناسان بوده است.

از طرفی مشکلی که اخیراً در برق‌رسانی به تأسیسات نفتی شرکت سانگور انرژی کانادا رخ داده، منجر به اختلال در صادرات ۳۶۰هزار بشکه‌ای این شرکت به آمریکا شده است. بنا بر اعلام مقامات این شرکت، رفع کامل این مشکل احتمالاً بیش از یک ماه زمان خواهد برد.

افزایش فشار بر ایران

در شرایطی که بازار نفت با مشکلات زیادی در سمت عرضه دست‌وپنجه نرم می‌کند، آمریکا مواضع شدیدتری را علیه یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت جهان اتخاذ کرده است.

وزارت امور خارجه آمریکا اعلام کرد که از کشورهای دیگر انتظار دارد واردات نفت خود از ایران را به صفر برسانند. مواضع اخیر مقامات آمریکایی نشان می‌دهد که دولت ترامپ برخلاف دولت اوباما قصد ندارد معافیت‌های چندانی را برای برخی از مشتریان نفت ایران در نظر بگیرد. مایک ویتنر، مدیر بخش تحقیقات نفت در مؤسسه خدمات مالی و بانکداری سوسپته جنرال فرانسه، گفته: «این مواضع به‌شدت بر بازار نفت تأثیر می‌گذارند. کاملاً مشخص است که در حال حاضر ظرفیت کافی برای جبران فوری کاهش صادرات نفت ایران وجود ندارد.»

البته نمی‌توان گفت که همه مشتریان نفت ایران به‌سادگی تسلیم خواسته‌های واشنگتن خواهند شد و واردات نفت از ایران را کاملاً متوقف خواهند کرد، زیرا برخی از آنها نیاز مفرطی به نفت دارند. هند با وجود اعلام آمادگی برای کاهش یا حتی قطع واردات نفت از ایران، همچنان با تردیدهای جدی در این زمینه مواجه است. از طرفی با توجه به تنش‌های تجاری اخیر بین چین و آمریکا، بعید به نظر می‌رسد که مقامات پکن به‌راحتی با خواسته‌های کاخ سفید برای تحریم نفتی ایران همراهی کنند.

دولت ترامپ زمان بسیار نامناسبی را برای اعمال فشار بر ایران انتخاب کرده است. قیمت هر گالن (۳.۸ لیتر) بنزین در آمریکا اکنون به ۲.۸۴ دلار رسیده که در قیاس با دوره مشابه سال گذشته ۲۷ درصد افزایش نشان می‌دهد. یاب مک‌نالی می‌گوید: «تلاش دولت ترامپ برای به صفر رساندن صادرات نفت ایران، قیمت‌ها را برای مصرف‌کنندگان آمریکایی بالا خواهد برد و این مشکلی نیست که عربستان بتواند رفعش کند.»



ورود پیدا کند. سیاست‌های ارزی ما کاملاً انعطاف دارد و اگر پیشنهاد خوب بیاید، اصلاح خواهیم کرد.

دریافت ارز به ازای ورود کالا به کشور

به گفته جهانگیری، ارز حاصل از صادرات باید برگردد. در بخش واردات نیز مهم‌ترین حرف ما این است که اگر کسی ارز می‌گیرد، کالا مابه‌ازای آن وارد کشور کند. به همین دلیل گفتیم که ثبت سفارش صورت دهد. این موارد در گذشته متأسفانه اتفاقی رخ داده است که نمی‌شود راجع به آن صحبت کرد.

وی ادامه داد: اینکه بحث قیمت ارز در شرایطی که دشمن می‌خواهد یک التهاب وارد کند، از نمی‌توانیم غیرمدریت شده رها کنیم امکان‌پذیر نیست. مبنای اقتصاد کشور نمی‌تواند آن چهار تا اسکناسی باشد که در یک جایی فروخته می‌شود. برای اینکه یک مبنای واقعی داشته باشیم، حرف ما این بود که ارز حاصل از صادرات واقعی بخش خصوصی، به واردکننده بخش خصوصی واقعی اختصاص داده شود. البته قیمت مورد توافق صادرکننده و واردکننده است و دولت دخالتی نمی‌کند. اما اینکه نحوه توافق میان دو طرف چه باشد، همین امروز و فردا کار را نهایی کنند. از اینجا نرخ ارز بیرون می‌آید.

واگذاری ۲۹ میدان نفتی به شرکت‌های داخلی

معاون اول رئیس‌جمهوری با اشاره به محدودیت‌هایی که در بخش خارجی ایجاد شده است، گفت: دستگاه‌ها باید به هر میزان که می‌توانند محدودیت‌های پیش روی بخش صنعت و معدن را بردارند. این موضوع را با جدید در ستاد اقتصاد مقاومتی پیگیری خواهیم کرد. هدف دولت این است که بازار داخلی کشور تقویت شود و به همین منظور واگذاری طرح‌ها و پروژه‌های نفتی به شرکت‌های داخلی در اولویت قرار دارد و واگذاری ۲۹ میدان نفتی کشور در این طرح دیده شده است.

جهانگیری در سخنان خود، با اشاره به محدودیت‌هایی که علیه فعالان اقتصادی از سوی کشورهای منطقه اعمال شده است، گفت: این کشورها که اکنون به دلایلی نمی‌خواهیم نام آنها را ذکر کنیم، عددی نیستند که بتوانند آرامش خلیج فارس را تأمین کنند. آنها روسیاهان منطقه خواهند بود. آنها مشکلاتی را برای تأمین اسکناس ارز ایران فراهم آوردند، این در حالی است که نیاز اسکناس به دلیل محدودیت

فرصت امروز: همایش روز ملی «صنعت و معدن» دیروز با حضور اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهور، محمد شریعتمداری وزیر صنعت، معدن و تجارت، غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران و جمعی از صنعت‌گران و فعالان بخش اقتصادی در سالن اجلاس سران برگزار شد. شاید مهم‌ترین نکته این مراسم، خبری بود که اسحاق جهانگیری درباره عرضه نفت خام ایران در بورس داخلی اعلام کرد و در ادامه از رنج‌های اقتصاد ایران در وابستگی به درآمدهای نفتی سخن گفت.

او تحریم نفت ایران را یک جنگ روانی خواند و تورم مزمن، نقدینگی بالا و نظام بانکی مشکل‌دار را به عنوان سه خطر بزرگ اقتصاد ایران، به اتاق باروتنی تشبیه کرد که با اندک جرقه‌ای به بحران تبدیل می‌شوند. جهانگیری ابتدا درباره عرضه نفت خام ایران در بورس گفت: با کشورهای دوست خود گفت‌وگو کرده‌ایم و راه‌های فروش نفت خود را باز کرده‌ایم. نفت خام ایران در بورس داخلی عرضه خواهد شد و به معنای آن نیز داشته باشیم، بخش خصوصی در تنازهای مختلف وارد عرصه شده است. الان هم روزی ۶۰ هزار بشکه نفت در بورس خریداری می‌شود، اما می‌تواند برای صادرات حضور یابد. برنامه ما این است که در کاهش فروش نفت خود، حتماً کاری کنیم که آمریکایی‌ها را به شکست بکشانیم. این در دولت و وزارت نفت برنامه‌ریزی شده است و مطمئنیم که نفت را در حد نیاز خواهیم فروخت.

معاون اول رئیس‌جمهور گفت: برای صادرکنندگان ایرانی و صادرات ما مشکل ایجاد خواهد کرد، اما صادرکنندگان مثل سرباز خط مقدم اقتصاد، تلاش کنند که صادرات ۹۷ را نسبت به سال ۹۶ اضافه‌تر کنند. هرکسی هر مقدار صادرات داشته، هدف‌گذاری ملی کند و نسبت به سال گذشته، صادراتش را بیشتر کند.

توضیح درباره سیاست‌های جدید ارزی

جهانگیری با بیان اینکه آمریکا می‌خواهد روی نقل و انتقالات مالی ایران مشکل ایجاد کند، گفت: البته تا پیش‌ازاین هم نقل و انتقالات پول با مشکلاتی مواجه می‌شد، اما سیاست‌های جدید ارزی متناسب با این شرایط و با چند ویژگی اجرایی خواهند شد. باید شفافیت در سیاست‌های ارزی وجود داشته باشد؛ نمی‌شود کسی صادر کند، ارز حاصل از صادرات در چرخه اقتصادی کشور وارد نکند. مهم‌ترین حرف ما در صادرات این است که ارز حاصل از صادرات در چرخه اقتصادی

زنگنه: ما درباره واگذاری سهم تولید یک کشور به اعضای دیگر تصمیمی نگرفتیم

نامه هشدارآمیز ایران به اوپک

هرگونه افزایش در تولید توسط هر عضوی از اوپک فراتر از تعهدات درج شده در بیانیه کنفرانس‌های ۱۷۱ و ۱۷۴ اوپک ناقض توافق مورد بحث است.»

زنگنه از طریق این نامه از رئیس کنفرانس اوپک تقاضا کرد که به کلیه کشورهای عضو منعکس کند که نسبت به تعهدات خود و تصمیمات گرفته شده توسط اوپک در کنفرانس‌های ۱۷۱ و ۱۷۴ پایبند بوده و از انجام هرگونه اقدام یک‌جانبه که موجب وارد آمدن آسیب به وحدت و استقلال سازمان اوپک می‌شود، خودداری کنند. «ایران در جلسه کمیته مشترک وزارتی نظارت بر توافق اوپک -غیراوپک، اعلام کرد که هرگونه افزایش یک‌جانبه تولید توسط کشورهای عضو بیش از میزان تعهد آنها درج شده در صورت جلسه تصمیمات اوپک آمریکا را تهییج می‌کند تا علیه ایران اقدام کند. متأسفانه رفتارهای یک‌جانبه برخی کشورهای عضو باعث تضعیف بنیان و اساس سازمان ما می‌شود.

تصمیمات اوپک به گونه‌ای نیست که بر پایه آن بتوان اقدام برخی کشورهای عضو را در دنباله‌روی از خواست آمریکا برای افزایش تولید که با انگیزه‌های سیاسی علیه جمهوری اسلامی ایران اتخاذ شده و به صورت عمومی نیز اعلام شده توجیح کند. از آنجایی که ما همگی در خصوص سیاست‌زدایی از تلاش‌های اوپک اتفاق نظر داریم، نباید به

کارت‌های اعتباری بین‌المللی، در ایران بسیار بالا است. وی اظهار داشت: در دنیا البته این طبیعی است، کشور دیگری که به این حجم از اسکناس نیاز داشته باشد، یا نیست یا بسیار کم است، بنابراین وقتی که روی اسکناس محدودیت اعمال کردند، تقاضای اسکناس با تقاضاهای دیگری روبه‌رو شد، پس وقتی که فضا ملتهب باشد، عده‌ای به بازار مراجعه می‌کنند تا اسکناس بخرند تا در منزل نگه دارند؛ حجم این تقاضا روشن نیست.

معاون اول رئیس‌جمهور گفت: تأمین اسکناس به‌راحتی مشخص نیست و البته حجم تقاضا نیز معلوم نشده است؛ این تقاضا بازار اسکناس را تحت تأثیر قرار داده و قیمت ارز را تغییر داد. این در حالی است که در ماه‌های آبان و آذر، نفت به‌خوبی فروش می‌رفت و ارز آن را می‌گرفتیم، پس تقاضا و عرضه عدم تعادل نداشت، البته تلاطمی مشاهده می‌شد.

نقش بخش خصوصی در ایران کمرنگ است

جهانگیری گفت: اقتصاد ایران به دلیل وابستگی به درآمدهای نفتی، رنج بسیاری را متحمل شده است. این در حالی است که نقش بخش خصوصی ایران کمرنگ است، پس ما هم قبول داریم که نباید همه چیز را به تحریم و مسائل بین‌المللی نسبت داد.

معاون اول رئیس‌جمهور افزود: نتیجه این بیماری‌ها، تورم مزمن دو رقمی است که ده‌ها سال در اقتصاد ایران جا خوش کرده بود و نظام بانکی مشکل‌دار و نقدینگی بزرگ که در اقتصاد کشور شکل گرفته نیز ناشی از این بیماری‌های مزمن است که این مشکلات مانند اتاق باروت هستند که با اندک جرقه‌ای تبدیل به بحران می‌شوند.

تحریم نفت ایران یک جنگ روانی است

جهانگیری با بیان اینکه آمریکایی‌ها سه‌نقطه را برای تحریم هدف‌گذاری کرده‌اند، گفت: آنها می‌خواهند که نفت ایران فروش نرود؛ یعنی می‌خواهند تا آبان‌ماه فروش نفت ایران را به صفر برسانند. اما این یک جنگ روانی است. کسی که کمترین شناخت با فضای بین‌المللی دارد، به‌خوبی می‌داند که این امکان‌پذیر نیست؛ سعودی نمی‌تواند اداره کند که چند میلیون بشکه نفت به نفت جهان اضافه کند. اگر هر کشوری به‌جای ایران بخواهد نفت را تأمین کند، خیانت به ملت ایران و جامعه بین‌المللی است.

یادداشت

دولت شرایط را سخت تر نکند



محمد رضا نجفی منش
عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

هیچ شفافیتی به ضرر بخش خصوصی واقعی نیست. در راستای سیاست شفاف‌سازی اقتصاد، رئیس اتاق ایران از دولت خواسته بود فهرست اسامی افرادی را که ارز دولتی دریافت کرده‌اند منتشر کند تا دیگر شائبه‌ای در مورد واردکنندگان و اینکه ارز به کجا رفته و چه شده است باقی نماند. انتشار اسامی گیرندگان ارز دولتی از مطالبات بخش خصوصی بوده است و انتشار آن متضاد با منافع این بخش نیست.

شرایط امروز اقتصاد سخت است. تمام فعالان اقتصادی باید در نظر بگیرند که میزان ارز در دسترس برای واردات کم است، اما با همین میزان کم، اگر هماهنگی و درک متقابل وجود داشته باشد، می‌توان کار کرد. اختصاص بهینه ارز به فعالیت‌های اقتصادی هرچند با مدیریت دولت انجام می‌شود اما بدون همکاری بخش خصوصی ممکن نیست.

رویه دولت‌هایی که علاقه به تسلط زیاد بر اقتصاد دارند، کم‌توجهی به نقش بخش خصوصی در اقتصاد است. دولت فعلی در حرف از حمایت از بخش خصوصی و توجه به این بخش می‌گوید، اما همه چیز به عمل دولت‌ها بستگی دارد. در مورد روابط بین‌المللی البته شرکت‌ها به تنهایی فعالیت‌هایی را انجام داده و توانستند کارهای‌شان را در بعضی موارد پیش ببرند اما به کمک بیشتری از سوی دولت نیاز داریم.

یک نمونه از حمایت‌هایی که اکنون صنعت به آن نیازمند است، عدم دخالت دولت در قیمت‌گذاری خودرو است. تعیین قیمت خودرو توسط دولت باعث شده وضعیت صنعت قطعه‌سازی که سال‌ها به دلیل تحریم‌ها امکان به‌روز شدن نداشته، به وضعیت نامطلوبی برسد. این انتظار از دولت وجود دارد که اجازه دهد قیمت خودرو در حاشیه بالاتری نسبت به آنچه امروز تعیین می‌شود، افزایش پیدا کند تا مردم، قطعه‌ساز و خودروساز داخلی زبان نکند. شرکت‌های خودروساز خارجی که فعالیت‌شان را در ایران پس از برجام شروع کردند، درگیر چالش‌های بین‌المللی‌اند. پژو یک نمونه است که قصد رفتن از ایران را ندارد. این شرکت اکنون فعالیتش را به حالت تعلیق درآورده و این متفاوت از خروج از صنعت ایران است. پژو تلاش می‌کند مجوزهای لازم از آمریکا برای فعالیت در ایران را بگیرد و برای حضور در صنعت خودروسازی ایران در تلاش است. در چنین شرایطی دولت نباید با دخالت در قیمت‌گذاری وضعیت را برای خودروسازان داخلی که در همکاری با شرکای خارجی‌شان با چالش رو به رو شده‌اند، سخت‌تر کند.

درپچه



طرح دو فوریتی مجلس برای حل معضلات اقتصادی

مردم «رفاه‌کارت» می‌گیرند

عضو هیأت‌رئیس مجلس گفت: در طرح پیشنهادی دو فوریتی مجلس برای حل معضلات اقتصادی، نرخ ترجیحی ارز برای کالاهای اساسی، دارو و نهاده‌های دامی در نظر گرفته خواهد شد و بازار دوم ارزی هم در بورس تشکیل می‌شود و قیمت ارز در آن تعیین خواهد شد. به گزارش تسنیم، احمد امیرآبادی عضو هیأت‌رئیس مجلس گفت: مجلس از دولت خواسته است تا نیازهای قانونی‌اش را برای حل مشکلات اقتصادی کشور مطرح کند.

وی گفت: در جلسه مشترک مجلس و دولت تأکید شد که مشکل قانونی وجود ندارد بلکه دولت برای حل مشکلات اقتصادی نیازمند حمایت دو قوه دیگر و همراهی مردم است. امیرآبادی با اشاره به مقدمات تدوین طرح دوفوریتی برای حل مشکلات اقتصادی کشور در مجلس افزود: ساماندهی نقدینگی کشور، واگذاری طرح‌های عمرانی دولت به بخش خصوصی، افزایش اعطای اختیارات به استان‌ها برای واردات و صادرات، ساماندهی بخش انرژی و سوخت، ساماندهی بازار ارز و سکه و صدور کارت رفاه اجتماعی برای کالاهای اساسی مورد نیاز مردم از جمله ویژگی‌های این طرح است.

وی گفت: اگر دولت لایحه‌ای برای حل مشکلات اقتصادی به مجلس نیاورد، طرحی که نمایندگان با مشارکت بانک‌ها، بخش خصوصی و همفکری اقتصاددانان می‌نویسند با قید دو فوریت به صحن علنی مجلس خواهد آمد. عضو هیأت‌رئیس مجلس افزود: در طرح پیشنهادی نرخ ترجیحی ارز برای کالاهای اساسی، دارو و نهاده‌های دامی در نظر گرفته خواهد شد و بازار دوم ارزی هم در بورس تشکیل می‌شود و قیمت ارز در آن تعیین خواهد شد. امیرآبادی با بیان اینکه با تلاش قسارگاه خاتم‌الانبیاء در تولید بنزین خودکفا شده‌ایم، افزود: هم‌اکنون ظرفیت تولید در کشور ۹۰ میلیون لیتر در روز و مصرف آن ۸۴ میلیون لیتر است که با این وجود ممکن است در روزهای پرمصرف مشکلاتی به وجود آید و بهتر است به کارت سوخت بازگردیم.

وی تصریح کرد: مجلس برای حل مشکلات اقتصادی با دولت همکاری می‌کند، اما هیچ رودرپایستی با کسی ندارد و هر وزیری که کم‌کاری کند استیضاح خواهد شد.

محمد حسن نژاد، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس هم گفت: در شرایط بحرانی کنونی اقتصادی کشور لزومی به تصمیم‌گیری‌های احساسی و قانون‌گذاری آن هم در قالب طرح دو فوریتی وجود ندارد. وی افزود: تصمیم‌گیری‌های اقتصادی در شرایط کنونی باید در کمیسیون ویژه اقتصادی سران قوا گرفته شود زیرا هر تصمیمی می‌تواند به ابهامات و مشکلات در بازار بیفزاید. حسن‌نژاد تصریح کرد: وظیفه کنونی مجلس نظارت بر عملکرد اقتصادی دولت است. وی افزود: در حالی ۲۰۰ میلیون یورو برای واردات موبایل اختصاص داده شد که شاهد رانت ۸۰۰ میلیارد تومانی در این بازار بودیم. صمد عزیزنژاد، کارشناس بازار پول گفت: قوانین موجود در شرایط عادی حاکم است و در شرایط کنونی اقتصاد نیازمند تدوین قوانین با شرایط غیرعادی هستیم.

وی با بیان اینکه دولت در سه ماه گذشته لایحه‌ای را برای حل مشکلات اقتصادی کشور به مجلس ارائه نکرده است، افزود: چنانچه بنا باشد طرحی در مجلس در این زمینه تصویب شود باید نظر دولت و کارشناسان اقتصادی هم در آن دیده شود.



سرانجام بانک مرکزی پس از کش و قوس‌های فراوان منتشر کرد

فهرست ۱۵۰۰ شرکت دریافت‌کننده ارز دولتی

شرکت‌ها و افراد - که طی این مدت ارز رسمی به نرخ ۴۲۰۰ تومان دریافت کرده‌اند- منتشر می‌کند.»

واردکننده خودرو، جای‌ساز وارد می‌کند

بررسی فهرست بانک مرکزی نشان می‌دهد جز اقلام اساسی مانند برنج، کره، کنجاله و سویا، کالاها و اقلامی که در شرایط کنونی ضروری تلقی نمی‌شوند نیز ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات دریافت کرده‌اند. در میان این اقلام، اتو، اتوی پرسی خانگی، ماشین ظرفشویی، آسیاب مخلوط‌کن، جاروبرقی، تستر نان، جای‌ساز و قهوه‌ساز، ششوار، کباب‌پز، کولر گازی و ماکروویو به چشم می‌خورد. در عین حال، اقلام اساسی مانند برنج سفید، جو، خوراک دام، کودهای شیمیایی و... نیز در این فهرست وجود دارد.

همچنین لیست منتشرشده از سوی بانک مرکزی درباره شرکت‌های دریافت‌کننده ارز دولتی حاکی از آن است که یک شرکت خودروساز با تعرفه جای‌ساز و قهوه‌ساز، ارز دولتی دریافت کرده است. به گزارش ایستنا، بررسی این لیست نشان می‌دهد که شرکت ماموت خودرو با شناسه ملی «۱۴۰۰۴۷۰۸۷۲۷» که حوزه فعالیت آن واردات خودرو با برند فولکس‌واگن است، معادل ۳۶۴۱ یورو برای واردات «جای‌ساز و قهوه‌ساز» ارز دولتی دریافت کرده است. این وضعیت در حالی است که تجارت و واردات خودرو ارتباطی با واردات لوازم آشپزخانه از جمله جای‌ساز و قهوه‌ساز ندارد و مشخص نیست چرا ارز دولتی به شرکت فعال در تجارت خودرو برای واردات جای‌ساز و قهوه‌ساز تخصیص یافته است.

البته در این زمینه یکی از مدیران شرکت ماموت خودرو به خبرنگار ایستنا، اعلام کرد که «واردات جای‌ساز و قهوه‌ساز از سوی این شرکت برای عرضه به عنوان لوازم جانبی خودروهای وارداتی صورت گرفته است که در صورت درخواست خریداران خودرو به آنها ارائه می‌شود.» با این حال حتی اگر شرکت ماموت خودرو در اسانامه خود واردات اقلامی همچون جای‌ساز و قهوه‌ساز را نیز قید کرده باشد، اما تخصیص ارز دولتی برای واردات اقلام غیرضروری همچون جای‌ساز و قهوه‌ساز، به نوعی کج‌سیلیکی مسئولان تخصیص‌دهنده ارز دولتی بوده است.

جای خالی دارو و خودرو

همچنین اگرچه بانک مرکزی اعلام کرده که این فهرست به درخواست وزارت صنعت منتشر شده، اما نقطه ابهام آنجاست که چگونه ممکن است وزارت صنعت پس از این همه جار و جنجال درخصوص انتشار چنین فهرستی، اقلامی مانند میوه، حبوبات مانند عدس، نخود خوراکی، لوبیا چیتی، دانه سویا، چای، برنج، گوشت گوساله و گوسفندی و همینطور لوازم خانگی مانند بخارشوی و هود آشپزخانه، تلفن‌های همراه، لپ‌تاپ و لوازم تاسیساتی، کود و ریش تراش برقی را در فهرست خود قرار دهد، اما جنجالی‌ترین قلم ماه‌های اخیر یعنی خودرو را از قلم بیندازد؟

به گزارش انتخاب، بانک مرکزی پس از انتشار فهرست

معامله اوراق سکه

شاید وقتی دیگر

می‌شود؛ به عنوان مثال اگر کسی ۳۰ تا ۴۰ هزار سکه پیش‌خبرید کرده باشد، ۱۰ سکه را تحویل می‌گیرد و مابقی پول به آن باز می‌گردد. از طرفی بانک مرکزی اعلام کرده بود که از روز یکشنبه گواهی سپرده سکه در بورس کالا داد و ستد می‌شود، اما در نهایت این موضوع محقق نشد. شنیده شده مسئولان هنوز درباره پرداخت مالیات از سوی خریداران اوراق سکه در این طرح به توافق نرسیده‌اند. این در حالی است که اوراق سلف موازی در بورس کالا معاف از مالیات است و اگر اوراق پیش‌فروش بخواهد در بورس کالا دادوستد شود قاعدتاً مالیاتی نباید به آن تعلق گیرد.

فرصت امروز: سرانجام فهرست کالاها دریافت‌کننده ارز رسمی به تفکیک افراد و شرکت‌ها توسط بانک مرکزی منتشر شد؛ فهرستی که شامل نزدیک به یک هزار و ۵۰۰ شرکت دریافت‌کننده ارز دولتی است و در آن نام واردکنندگان میوه، حبوبات، چای، برنج و همچنین لوازم خانگی، تلفن همراه، لپ‌تاپ و لوازم تاسیساتی دیده می‌شود، اما در عین حال، هیچ خبری از خودرو و دارو به عنوان مهم‌ترین اقلام وارداتی ماه‌های اخیر در این فهرست جنجالی نیست.

این در حالی بود که پس از یکسان‌سازی نرخ ارز در ۲۱ فروردین امسال، تیم اقتصادی دولت تصمیم گرفت ارز موردنیاز برای تقاضاهای ارزی از طریق سامانه نیما و با نرخ رسمی تخصیص داده شود، اما از همان ابتدا در مورد میزان تخصیص‌ها و همچنین دریافت‌کنندگان ارز دولتی ابهام وجود داشت.

در این میان، واردکنندگان بخش خصوصی مدعی بودند که سهمی از تخصیص ارز دولتی نداشته‌اند درحالی‌که دولت مدعی بود ارقام کلانی را به واردات تخصیص داده است. از همین رو، رئیس پارلمان بخش خصوصی با ارسال نامه‌ای به رئیس کل بانک مرکزی خواستار انتشار اسامی دریافت‌کنندگان ارز دولتی شد.

از سوی دیگر، رئیس جمهور نیز در گام آخر صراحتاً به وزیران صنعت، اقتصاد و رئیس کل بانک مرکزی دستور داد تا اسامی مربوط به تخصیص ارز دولتی به واردات را منتشر کنند تا مردم بدانند چه مقدار ارز به چه کسانی و برای واردات چه کالایی اختصاص یافته است. او از وزیر صنعت، معدن و تجارت خواست صریحاً به مردم بگوید که چه اقلام و جنس‌هایی به کشور به وفور وارد می‌شود و قیمت آنها تغییر نخواهد کرد و اگر این اقدام نیاز به ارز دارد، تحت هر شرایطی تأمین خواهد شد.

حسن روحانی هفته گذشته در دومین نشست هم‌اندیشی مدیران ارشد دولت گفت: مردم باید احساس کنند زندگی ضروری و روزمره آنها تحت هر شرایطی تأمین خواهد شد. پیش‌تر وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات فهرست شرکت‌های دریافت‌کننده ارز ۴۲۰۰ تومانی را اعلام کرده بود، اما با وجود این دستور، وزیر صنعت، معدن و تجارت روز شنبه با استناد به اینکه این وزارتخانه فقط ثبت سفارش واردات را تأیید می‌کند و این کار الزاماً به معنای تخصیص ارز نیست، بانک مرکزی را مرجع اصلی انتشار گیرندگان ارز رسمی دانست و این صحبت شریعتمداری، تیرت نخست بسیاری از روزنامه‌ها و رسانه‌ها شد.

در ادامه، بانک مرکزی روز یکشنبه در راستای شفاف‌سازی، فهرست کالاهای دریافت‌کننده ارز رسمی به تفکیک افراد و شرکت‌ها را منتشر کرد.

در اطلاعیه بانک مرکزی آمده است: «نظر به اهمیت موضوع و با هدف شفاف‌سازی و دسترسی آزاد شهروندان به اطلاعات و نیز با توجه به تأکید و دستور رئیس جمهوری، فهرست کالاها را به تفکیک

یادداشت



ادعای تورم ۷۸ درصدی؛ واقعی یا تخیلی؟

حمیدزاده زاده
کارشناس اقتصادی

اخیرا نموداری با ادعای برآورد تورم ۷۸ درصدی برای اقتصاد ایران در یکم ژوئن ۲۰۱۸ (۱۱ خرداد ۱۳۹۷) در فضای مجازی به نقل از استیو هنک از دانشگاه جان هاپکینز دست به دست می‌چرخد. عجیب آنکه برخی رسانه‌های داخلی نیز با استناد به آن، آمار رسمی نرخ تورم را که در خردادماه ۱۳۹۷ نسبت به خرداد ۱۳۹۶ معادل ۱۳.۷ درصد (نقطه به نقطه) و ۹.۴ درصد سالیانه اعلام شده است را زیر سوال می‌برند چنانکه گویی آقای هنک مرجع معتبرتری نسبت به مراجع رسمی داخلی برای اعلام نرخ تورم ایران است.

اما سوال کارشناسی این است که مبنای برآورد استیو هنک از نرخ تورم ایران چیست و این مبنا تا چه حد معتبر است؟ رجوع به اصل مطلب هنک در این خصوص حاکی از آن است که برآورد نرخ تورم ایران توسط آقای هنک نه بر مبنای یک تحلیل آماری از قیمت‌های خرد سید مصرفی خانوار به دست آمده است و نه حتی بر مبنای یک مدل اقتصادسنجی برای برآورد نرخ تورم در اقتصاد ایران استخراج شده است. مبنای برآورد نرخ تورم ایران توسط آقای هنک صرفا تغییرات نرخ ارز (ارزش ریال در برابر دلار) است و ادعا می‌کند که میزان تضعیف ارزش ریال در برابر دلار آمریکا، نرخ تورم ضمنی را برای اقتصاد ایران به دست می‌دهد. در واقع نرخ تورم ۷۸ درصدی ادعایی در تاریخ یکم ژوئن ۲۰۱۸، تنها بیانگر افزایش ۷۸ درصدی نرخ ارز در همین تاریخ نسبت به زمان مشابه سال قبل است.

برآورد نرخ تورم از روی تغییرات نرخ ارز، ادعایی است که نه هیچ نظریه اقتصادی از آن پشتیبانی می‌کند و نه هیچ اقتصاددان قابلی می‌تواند آن را بپذیرد. شاید مبنای استفاده آقای هنک در این خصوص، فرضیه برابری قدرت خرید است. این در حالی است که فرضیه برابری قدرت خرید، رویکردی نظری و البته کمتر مستند برای تعیین نرخ ارز بر مبنای تفاوت تورم داخل و خارج است، نه برعکس جهت محاسبه نرخ تورم براساس تغییرات نرخ ارز! مبنای محاسبه نرخ تورم براساس تغییرات نرخ ارز انقدر سست و نامعتبر است که نیاز به بحث و بررسی کارشناسی ندارد. برای نشان دادن بطلان این فرضیه تنها برآورد نرخ تورم آمریکا براساس شاخص دلار یعنی همان رویکردی که آقای هنک برای برآورد تورم ایران استفاده کرده است، کفایت می‌کند. اگر تغییرات شاخص دلار را برای محاسبه نرخ تورم آمریکا مبنای قرار دهیم در تاریخ ۲ ژانویه ۲۰۱۸، نرخ تورم آمریکا برابر ۱۲.۳ درصد بوده است (کاهش ۱۲.۳ درصدی ارزش دلار آمریکا؛ یعنی چیزی حدود پنج برابر نرخ تورم اعلامی توسط بانک مرکزی آمریکا آیا آقای هنک می‌پذیرد که بانک مرکزی آمریکا نرخ تورم واقعی را تا این حد پنهان کرده است؟!)

البته بحث فوق به هیچ‌وجه اثرات افزایش نرخ ارز را بر آهنگ نرخ تورم آن هم در اقتصادی مانند اقتصاد ایران انکار نمی‌کند. این موضوع تقریبا روشن است که قیمت کالاها و وارداتی به طور متناسب با تغییر نرخ ارز، تغییر می‌کند، اما موضوع مهم این است که سید مصرفی خانوار که نرخ تورم براساس آن استخراج می‌شود، شامل چند صد کالا است که نرخ تورم بیانگر متوسط تغییر قیمت همه این کالاهاست و بسیاری از این کالاها به طور کامل و یا بخشی از آن در داخل تولید می‌شود که اثر کمتری از افزایش نرخ ارز می‌پذیرند.

روشن است که عامل جدی گرفتن آمارهای بی‌پایه و اساس مانند ادعای تورم ۷۸ درصدی آقای هنک در فضای مجازی، نگاه مردم به قیمت برخی کالاهای وارداتی مانند خودرو، موبایل و مانند اینها است، اما واقعیت این است که نرخ تورم دقیق و واقعی که بیانگر تغییر قیمت همه کالاهای موجود در سید خانوار است، همان است که توسط مراجع رسمی مانند بانک مرکزی اعلام می‌شود. البته رسالت رسانه‌ها در چنین فضایی شفاف‌سازی واقعیت‌ها است، نه آنکه با تکیه بر ادعاهای بی‌پایه و نامعتبر برخی کارشناسان داخلی یا خارجی، اعتماد مردم را به مراجع رسمی خدشه‌دار کنند.

منبع: اپینا

بانکنامه



در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی

توسعه خدمات ویژه بانک پاسارگاد برای
روشن‌دلان

بانک پاسارگاد در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی و ارتقای کیفیت خدمات بانکی، تجهیزات و امکانات ویژه‌ای را برای روشن‌دلان در شعبه‌های خود ایجاد کرده است.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، ارائه خدمات ویژه برای روشن‌دلان در برخی از شعبه‌های بانک راه‌اندازی شده و در سایر شعبه‌ها در دست توسعه است.

این تجهیزات با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های روزآمد، امکان استفاده از خدمات بانکی را به صورت دیداری و شنیداری و بدون نیاز به حضور همراه همراه فراهم می‌کنند. در این طرح کلیه ضوابط و قوانین امنیتی رعایت شده و روشن‌دلان از طریق دستگاه برجسته‌نگار و با استفاده از دستیار صوتی، کلیه امور بانکی را انجام می‌دهند. این دستگاه مجهز به صفحه کلید و نمایشگر بریل بوده که روشن‌دلان می‌توانند با استفاده از صفحه کلید، تمامی فرم‌های بانکی را تکمیل کرده و سایر عملیات بانکی مورد نیاز خود را اجرا کنند. نوشتار موجود در فرم‌های بانکی از طریق نمایشگر بریل در دستگاه برجسته‌نگار به صورت لمسی قابل خواندن برای روشن‌دلان است.

مشتریان روشن‌دل با استفاده از این سامانه و بدون نیاز به حضور همراه، فرم‌های درخواست انواع عملیات بانکی مثل افتتاح حساب دریافت و واریز وجه، خدمات کارت و... را با استفاده از ورودی خروجی‌های صوتی و بریل تکمیل می‌کنند، سپس فرم‌های تکمیل شده توسط چاپگر باجه پرینت شده و برای انجام عملیات در اختیار مسئول باجه قرار می‌گیرد.

گفتنی است پیش از این نیز خدمات و تسهیلات ویژه‌ای جهت استفاده معلولان و روشن‌دلان در شعبه‌های بانک پاسارگاد ایجاد شده است.

بهبود وضعیت اقتصاد با پیوستن به FATF

شمشیر دو لبه نقدینگی



رنگ واقعیت بزند و کاری کنند که کشورهای بیشتری به صف آنها بپیوندند.

شفافیت، نیاز امروز و فردای اقتصاد

او نیاز اصلی اقتصاد ایران در شرایط کنونی را حمایت از تولید واقعی و بازگشت شفافیت می‌خواند و می‌گوید: با حاکم کردن انضباط پولی در سیستم بانکی، انضباط مالی در بخش بودجه و انضباط اداری در ساختار و بوروکراسی دولتی این مهم عملی می‌شود. ما باید در این رابطه کاری کنیم که دشمنان ایران در دست یافتن به اهداف خود که فلج کردن اقتصاد است ناکام بمانند در غیر این صورت چنانچه که مسیر پیموده شده دولت دهم تکرار شود، آنها از پیروزی خود سرمست می‌شوند.

مراقب رشد فساد باشید

او درباره اینکه شفافیت و تحریم دو مساله متناقض هستند و چگونه می‌شود در عین تلاش برای دور زدن تحریم‌ها، شفافیت را به اقتصاد بازگرداند؟ پاسخ می‌دهد: شکل دور زدن تحریم‌ها اگر مانند گذشته باشد، هم با شکست در این پروسه و هم با افزایش گسترده فساد روبه‌رو می‌شویم. جهان امروز جهان تعامل است و باید با یافتن راه‌های اصولی و درست به سمت صادرات و توسعه کشور گام برداریم. تکرار روش‌هایی که موجب تولد بابک زنجانی‌ها شود هیچ نفعی برای اقتصاد ایران نخواهد داشت و از قضا زبان‌های سنگینی به اقتصاد وارد می‌کند حال آنکه همواره تعامل مثبت بوده و توانسته کشور را به پیش براند. بازوکی در پایان می‌افزاید: امیدوارم دولت دوازدهم از روش‌های شکست‌خورده دولت دهم به هیچ عنوان استفاده نکند و راهی را در پیش بگیرد که نتایج مثبت آن بیش از تبعات منفی باشد و از همین طریق سعی کند اقتصاد را در مسیر توسعه قرار دهد. به قول آن ضرب‌المثل قدیمی از افعی کبوتر زاده نمی‌شود.

برای پیشگیری از انزوای ایران ضروری است چراکه می‌تواند زمینه افزایش روابط مالی ایران با کشورهای دیگر که قصد تبعیت از آمریکا را ندارند، افزایش دهد.

پازوکی در گفت‌وگو با خبرنگاران و در توضیح این مطلب ادامه می‌دهد: طبیعی است عدم پیوستن به این کنوانسیون ریسک کشور را افزایش داده و خود به مانعی برابر برقراری ارتباطات مالی با دنیا تبدیل می‌شود. در شرایطی که آمریکا با فشار بر ایران قصد دارد مشکلاتی را برای اقتصاد کشور ایجاد کند نباید به این شرایط تن بدسیم و کشورهای مستقلی را که چندان قصدی برای همراهی با آمریکا ندارند به سمت رقیب هل بدسیم.

به گفته پازوکی، ایران خود از قربانیان تروریسم محسوب می‌شود و قرار گرفتن در جایگاه متهم طبیعی است که منصفانه نیست، در عین حال باید توجه داشته باشیم که عدم پیوستن به کنوانسیون و عدم استفاده از این فرصت به معنای تن دادن به انزواست. از سوی دیگر، اروپا و حتی ژاپن میل دارند سیاست مستقلی را نسبت به آمریکا در پیش گیرند، اما عدم پیوستن به چنین کنوانسیون‌هایی ناخواسته آنها را در زمره شرکای آمریکا قرار می‌دهد.

وی با تاکید بر اینکه با خروج آمریکا از برجام نه تنها وظایف دستگاه دیپلماسی کمتر نشده بلکه این بار سنگین‌تر شده است، ادامه می‌دهد: دولت باید با تمرکز اصولی بر این بخش از شکاف قدرت‌ها به سود اقتصاد ایران بهره گیرد. همچنین نباید در مقابل رفتار و عهدشکنی دولتمردان ایالات متحده به رفتاری لجاجت‌آمیز دست زد، چراکه خواسته اصلی ساکنان کاخ سفید همین است تا بتوانند به ادعاهای واهی خود

معاون اول رئیس‌جمهور در مراسم روز ملی «صنعت و معدن» حجم بالای نقدینگی را در کنار تورم مزمن و نظام بانکی مشکل‌دار از جمله سه مخاطره بزرگ در اقتصاد ایران نام برد و آن را به اتاق پاروتی تشبیه کرد که با اندک جرقه‌ای به بحران تبدیل می‌شود. این نکته‌ای است که بسیاری از اقتصاددانان و فعالان اقتصادی نیز به آن باور دارند و بنا به گفته نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران و براساس آخرین آمارها، روزانه یک‌هزار میلیارد تومان در حال حاضر به نقدینگی کشور افزوده می‌شود. در همین زمینه، مهدی پازوکی، استاد دانشگاه علامه طباطبایی، حجم بالای نقدینگی را شمشیری دو لبه برای اقتصاد ایران می‌داند و معتقد است: چنانچه این حجم نقدینگی به سوی تولید سوق یابند، اقتصاد کشور در تولید و اشتغال مسیر توسعه را خواهد پیمود و توانایی بخش واقعی اقتصاد به نحو چشمگیری افزایش خواهد یافت، اما اگر این منابع به سوی دولت و سوداگری سوق یابند، آنگاه کشور مشکلات بزرگی خواهد داشت و اثرات منفی آن تا سال‌ها گریبان اقتصاد ایران را رها نخواهد کرد.

به گفته پازوکی، رفتن این منابع به سمت دلالی، تومی افسارگسیخته را به اقتصاد ایران بازمی‌گرداند، چیزی مشابه آن وضعیتی که در ابتدای دهه ۹۰ شاهد آن بودیم و فقیرسازی جامعه دوباره آغاز می‌شود. در نتیجه دولت باید راه‌های مقابله با این مهم را بیابد و برای آن چاره‌جویی کند.

او در عین حال، استفاده از فرصت پیش‌آمده برای خروج از انزوا و پیوستن به اف‌ای‌تی‌اف را ضروری می‌داند و با اشاره به اینکه پیوستن به این کنوانسیون، منافع ملی ایران را حفظ می‌کند، می‌گوید: این اقدام

این روزها چهارراه استانبول به دفعات میزبان مسافرانی است که نه‌تنها برای خرید ارز مورد نیاز بلکه فروش ارز دولتی که دریافت کرده‌اند به بازار می‌آیند. برخی مسافران از سفر برگشته بوروهایی که با نرخ حدود ۵۰۰۰ تومان از بانک مرکزی گرفته‌اند را به بازار می‌آورند تا با اختلاف قیمت حداقل ۴۰۰۰ تومانی آن را بفروشند.

به گزارش ایسنا، مسافران در سال‌های گذشته عادت کرده بودند تا از ارز مبادله‌ای برای سفرهای خارجی خود استفاده کنند؛ به طوری که می‌توانستند حدود ۳۰۰ دلار بر مبنای نرخ‌ی که بانک مرکزی آن را اعلام می‌کرد و تا ۲۸۰۰ تومان می‌رسید و با بازار آزاد متفاوت بود، دریافت کنند. از شهریورماه سال گذشته ارز مبادله‌ای حذف شد ولی آنها باز هم می‌توانستند با ارائه بلیت و یا ویزا به صرفی بانک‌ها تا ۵۰۰۰ دلار را یک بار در سال و با قیمتی مناسب‌تر از بازار دریافت کنند. با این حال در سیاست‌های جدید ارزی که از فروردین‌ماه سال جاری به اجرا درآمد روال ارز مسافرتی تغییر کرد و مسافران فقط تا حداکثر ۱۰۰۰ یورو می‌توانند ارز با نرخ بانک مرکزی دریافت کنند و البته این میزان برای سفر به کشورهای هم‌مرز و مشترک‌المنافع به حدود ۵۰۰ یورو می‌رسد.

میزان ارزی که بانک مرکزی برای مسافران تعیین کرده، از همان ابتدا مورد اعتراض قرار گرفت، تاکید بر این بود این رقم کمی بوده و نمی‌تواند پاسخگوی نیاز سفر آنها باشد. از این رو بسیاری از مسافران برای تامین ارز به سمت بازار آزاد روانه شدند و آن را با اختلاف قابل توجهی نسبت به ارز اختصاص‌یافته از سوی بانک مرکزی دریافت کردند. در حال حاضر در بانک مرکزی هر دلار به نرخ حدود ۴۲۵۰ و یورو تا ۵۰۰۰ تومان به مسافران ارائه می‌شود و این رقم برای دلار تا ۴۰۰۰ تومان (۸۰۰۰ تومان در بازار آزاد) و یورو با نرخ ۹۶۰۰ تومان تا ۴۶۰۰ تومان در بازار اختلاف دارد که باعث روال تازه‌ای در بازار ارز شده است.

گردشی در میدان فردوسی تا چهارراه استانبول و گفت‌وگو با دلالت و برخی صرافان از این حکایت دارد که این روزها مسافران بسیار در این مسیر رفت و آمد می‌کنند، چراکه از سویی برخی علاوه بر ارز دریافتی از بانک مرکزی برای تامین ارز مزاد می‌آیند و برخی دیگر با توجه به اختلاف قیمتی که بین دو نرخ یورو وجود دارد، ۱۰۰۰ یورویی که از بانک مرکزی دریافت می‌کنند، نزد خود نگه داشته و تا حد امکان در سفر خرج نمی‌کنند و بعد از برگشت در بازار با نرخ بالا می‌فروشند، از این رو کسی که ۱۰۰۰ یورو با حدود ۵ میلیون تومان دریافت کرده، در بازار آزاد آن را با قیمتی حدود ۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان می‌فروشد که ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان سود دارد. دلالت می‌گوید مسافرانی که یورو را خرج نمی‌کنند، عمدتاً قبل از سفر به بازار آمده و ارز کشور مبدأ را از بازار تهیه و آن را در سفر مورد استفاده قرار می‌دهند که هزینه آن نیز می‌تواند بسیار پایین‌تر از مبلغی باشد که برای خرید دلار و یورو آزاد هزینه می‌کنند.

در حالی ارز مسافرتی خود مورد سوءاستفاده عده‌ای قرار گرفته و از

«مسافران» در راه استانبول

این در حالی است که اخیرا برخی شایعات در مورد حذف ارز مسافرتی از نرخ دولتی به گوش می‌رسد که هنوز مورد تایید قرار نگرفته است، اما کارشناسان نیز در این باره تاکید داشته‌اند که نباید دولت ارز را قیمت را در اختیار مسافران که سالانه حجم بالای ارز را از کشور خارج می‌کنند، قرار دهد و باید آنها نیز با ورود به بورس غیررسمی هر مسافرانی را می‌تواند ترغیب به فروش ارز خود در بازار گرفت تا بخشی از صادرکنندگان ارز خود را در بورس عرضه کرده و در قالب گروه‌های تعریف‌شده بتوانند نیاز خود را تامین کنند. بعید نیست که در آینده مسافران نیز به این جمع اضافه شوند.

آن برای سودجویی استفاده می‌کنند که شاید نتوان مقصر این موضوع را مسافران دانست. به هر حال شرایط به گونه‌ای است که این فضا را در اختیار آنها قرار داده است، چراکه با توجه به فعالیت بازار ارزی که بانک مرکزی آن را به رسمیت نمی‌شناسد و قیمت‌ها در آن دائم در حال رشد است، اختلاف ۴۰۰۰ تا ۵۰۰۰ تومانی بین قیمت رسمی و غیررسمی هر مسافرانی را می‌تواند ترغیب به فروش ارز خود در بازار کند. این اختلاف قیمت نه‌تنها در بین مسافران باعث تحرکاتی شده بلکه در بخش‌های دیگر از جمله بین واردکنندگان نیز این گونه بوده و رانت قابل توجهی ایجاد کرده است.



وزارت امور خارجه
سازمان همکاری‌های منطقه‌ای
جمهوری اسلامی ایران

آگهی تجدید فراخوان شناسایی و ارزیابی کیفی مشاور

شماره: ۵/ عمران / ۹۷



وزارت امور خارجه
سازمان همکاری‌های منطقه‌ای
جمهوری اسلامی ایران

اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان در نظر دارد خدمات مشاوره با موضوع ذیل را از طریق روش QCBS به مشاور واجد شرایط واگذار نماید.

- ۱- کارفرما: اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان
- ۲- موضوع: مطالعات مرحله اول و دوم تعمیرات اساسی ابنیه تاسیسات مربوط به تلمبه خانه مخازن زمینی و هوایی آب شرب، تصفیه خانه های فرعی فاضلاب منهول ها و حوضچه شیرآلات و تعمیرات اساسی منجر به PM ساختمان و تاسیسات پست های برق مجتمع بندری شهید رجایی
- ۳- نوع گواهی نامه رشته، تخصص و پایه مورد نیاز: حداقل پایه ۲ ساختمان های مسکونی ، تجاری، اداری ، صنعتی و نظامی از گروه معماری وپایه ۳ تاسیسات برق و مکانیک از گروه تخصص های مشترک (به صورت توام)
- ۴- حجم کار : انجام مطالعات مرحله اول و دوم تعمیرات اساسی ساختمان پست برق و مخازن آب و تصفیه خانه
- ۵- مدت اجرای کار : ۷ ماه
- ۶- محل، زمان و مهلت دریافت اسناد ارزیابی:

از تاریخ درج آگهی به مدت ۷ روز (به جز- روزهای تعطیل) با مراجعه به آدرس بندرعباس، مجتمع بندری شهید رجایی، اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان، واحد مهندسی و عمران، امور پیمان و رسیدگی و ارائه ۱- معرفی نامه، ۲- تصویر رتبه بندی ۳- اصل فیش واریزی به حساب شماره ۰۸۰۰۶۴۵۵۴۲۱۹۶۴ نزد بانک صادرات شعبه مجتمع بندری شهید رجایی کد بانک ۴۲۵۱ به مبلغ ۳۰۰۰۰۰ (سیصد هزار) ریال امکان پذیر است وجه مذکور به هیچ وجه قابل استرداد نخواهد بود ضمنا دریافت اسناد از طریق سایت های <http://iets.mporg.ir> و www.shahidrajaeport.pmo.ir نیز امکان پذیر و رایگان می باشد.

- ۷- مکان و مهلت تسلیم اسناد ارزیابی:
- ۷-۱- مهلت تحویل پاکت اسناد ارزیابی: روز شنبه مورخ ۹۷/۴/۳۰ ساعت ۱۴/۳۰ می باشد
- ۷-۲- محل تحویل پاکت اسناد ارزیابی: بندرعباس - مجتمع بندری شهید رجایی- اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان - دبیرخانه مرکزی
- ۷-۳- آدرس دستگاه مناقصه گزار: بندرعباس، مجتمع بندری شهید رجایی، اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان واحد مهندسی و عمران ، امور پیمان و رسیدگی، تلفن: ۰۷۶۲۲۱۲۳۶۰۶ - ۰۷۶۲۲۱۲۳۶۰۸
- ۸- مهلت بررسی استعلامها: یک هفته پس از آخرین روز تحویل پاکت

روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان

شناسه آگهی: ۱۹۸۱۰۷

۱۶۴

نماگر بازار سهام

تب داغ نوسان گیری بازار سهام را کاهش کرد

ریزش ۲۸۰۰ واحدی شاخص بورس

بار دیگر قیمت‌ها در بورس تهران با کاهش شدیدی مواجه شد، به طوری که در نهایت شاخص کل نزدیک ۳۰۰۰ واحد و شاخص فرابورس ایران در حرکتی کم‌مسابقه حدود ۳۷ واحد سقوط کرد، در این روزها حقوقی‌ها نیز اقدام به خرید و فروش با هدف نوسان‌گیری می‌کنند و کسی به فکر سرمایه‌گذاری بلندمدت نیست.

به گزارش ایسنا، مدت‌هاست نوسان‌ها در بازار غیررسمی ارز در ایران باعث اتفاقات غیرمنتظره در بورس تهران شده است. در هفته‌های گذشته با افزایش قیمت دلار در بازارهای غیر رسمی، فعالان بورس تهران شاهد افزایش مداوم شاخص بودند، اما با آمدن اخباری مبنی بر این که قرار است گواهی‌های داری و بوروی در بورس دادوستد شود، شرایط تا حدودی متفاوت شد، چراکه این گواهی‌ها مربوط به ۲۰ درصد صنایع که عمدتاً غیرنفتی، غیرالایشی، غیرفلزی بودند، می‌شد. به جز وضعیت بازار ارز، نگرانی‌ها از وضعیت اقتصادی و ریسک‌های سیستماتیک بازار سهام از عوامل غیرپایدار بودن تصمیمات سهامداران در بازار سرمایه است، به طوری که سهامداران در بازار یک روز در صف فروش می‌ایستند و روز دیگر در صف‌های خرید به خط می‌شوند، البته این افراد معمولاً نوسانگیران بازار هستند و سرمایه‌گذارانی نیستند که با دید بلندمدت به بازار وارد شوند. رفتار حقوقی‌ها نیز در این بازار بر وضعیت حاکم دامن زده بسیاری از حقوقی‌ها نیز اقدام به خرید و فروش با هدف نوسان‌گیری می‌کنند. روز یکشنبه شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۲۸۳۴ واحد افت کرد و به رقم ۱۰۸ هزار و ۶۹۴ رسید. همچنین شاخص کل هم وزن با ۱۸۵ واحد افت تا رقم ۱۸ هزار و ۵۶۱ پایین آمد. شاخص بازار آزاد شناور ۳۱۸۰ واحد پایین آمد و به رقم ۱۱۹ هزار و ۳۴۲ رسید. شاخص بازار اول و بازار دوم نیز هر یک به ترتیب ۲۲۰۹ و ۵۰۱۴ واحد افت کردند.

فولاد مبارکه اصفهان، صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس، ملی صنایع مس ایران و سرمایه‌گذاری نفت، گاز و پتروشیمی تأمین هر یک به ترتیب با ۳۴۲، ۲۴۲، ۱۹۵ و ۱۸۵ واحد تأثیر کاهنده بیشترین نقش را در افت نماگرهای بازار داشتند، اما در طرف مقابل معدود نمادهایی همچون مخابرات ایران، افست و پارس‌سوئیچ تأثیر مثبتی روی شاخص داشتند. در بازار سراسر فرمز دیروز گروه محصولات شیمیایی با افت چشمگیری مواجه شدند و همچنین فلزات اساسی عمدتاً با ۴ درصد کاهش قیمت روبه‌رو شدند. در گروه فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای نیز شاهد روند فزاینده افت قیمت‌ها بودیم. در تعدادی از نمادهای این گروه در سعاتی از معاملات صف فروش مشاهده می‌شد. در گروه خودرو و ساخت قطعات نیز عمده سهم‌ها با افت قیمت مواجه شدند، اما تعدادی سهم بودند که در حدود ۵ درصد رشد قیمت را مشاهده کردند. ارزش معاملات فرابورس تهران ۳۸۱ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن ۱۵ میلیارد سهم و اوراق مالی قابل معامله طی ۷۷ هزار و ۳۱۱ نوبت داد و ستد بود. اما اینکس در یک حرکت کم سابقه با ۳۶۶۹ واحد سقوط مواجه شد و به رقم ۱۲۳۰۰۷ رسید. ارزش معاملات فرابورس ایران به رقم ۲۰۵ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات این بازار به رقم ۳۲۷ میلیون سهم و اوراق مالی دست یافت.

پشت پرده شماری از این گروه‌ها، افراد سودجویی قرار دارند که تلاش می‌کنند با فضا سازی، افراد ناآگاه و تازه‌وارد را به خرید سهام مورد نظر خود، تشویق کنند. معمولاً سودجویانی که دارند این سهام هستند، با تبلیغات، افسرد تازه‌وارد و ناآگاه را به خرید سهم زیان‌ده تشویق می‌کنند، به طوری که چند روزی پس از فروش گسترده این سهام، افراد سودجو از ترکیب سهامداران این سهام خارج شده و روند سقوط قیمت آنها آغاز می‌شود؛ بدین ترتیب تازه‌واردان با سهام زیان‌دهی روبه‌رو می‌شوند که سرمایه‌شان را بر باد می‌دهد.

با سرمایه‌گذاری در بورس معامله نشود: مهم‌ترین توصیه به تازه‌واردان، استفاده از «پس‌انداز» و نه سرمایه مالی‌شان در بورس است. گاهی مشاهده می‌شود افراد در سایه تبلیغات و هیاهوهای موجود، به صورت شتابزده سرمایه‌های خود مانند خانه مسکونی را فروخته و وارد بورس می‌کنند که به اعتقاد کارشناسان، بدترین تصمیم ممکن است. بنابراین توصیه شده سهامداران باید آن بخشی از پس‌انداز خود را که برای بلندمدت به آن نیازی ندارند، وارد بورس کرده و به سرمایه‌گذاری اقدام کنند تا در صورت وقوع ریسک‌ها و حوادث غیرقابل پیش‌بینی، زندگی سهامداران مختل نشود.

خودداری از خرید اعتباری به علت ریسک: گاهی برخی افراد تازه‌وارد که از ارتباطات خوبی برخوردارند با هدف افزایش نقدینگی خود برای خرید سهام، به اخذ اعتبار از کارگزاری‌ها و سایر نهادهای مالی اقدام می‌کنند.

این گروه از سهامداران با تصور اینکه با کسب سودهای عالی از سهام خریداری شده، می‌توانند اصل و سود اعتبار اخذ شده را به راحتی بازگردانند، به استفاده از این ابزار اقدام می‌کنند اما در نهایت به علت ریسک‌های متعدد سیاسی و اقتصادی که این روزها در کشور وجود دارد، قادر به کسب سود پیش‌بینی شده نبوده و در نتیجه با زیان سنگینی روبه‌رو می‌شوند. بنابراین کارشناسان توصیه می‌کنند در شرایط پرنریسک سیاسی و اقتصادی از خریدهای اعتباری و هیجان‌زده خودداری کنند.

کسب سود در بورس در سایه صبر: اگر فردی در نظر داشته باشد با ورود به بورس یک شش‌هفته‌گرد شود، در اشتباه است و امکان دارد به علت عجله و تصمیم غیرمنطقی سرمایه خود را از دست دهد. در برخی دوره‌های آموزشی بورس برای تازه‌واردان مثال «ماه‌گیر» زده می‌شود؛ یک ماه‌گیر حرفه‌ای هیچ وقت عجله نمی‌کند، به رودخانه و تالاب مناسبی رفته و ساعت‌ها می‌نشیند تا یک ماهی بزرگ در قالب گرفتار شود. در واقع، این ماه‌گیر سود خود را با صبر و شناسایی محل دقیق صید می‌گیرد.

چگونه سرمایه‌گذاری در بورس را شروع کنیم؟

توصیه‌های ۸ گانه برای تازه‌واردان بورس

به گفته یک سهامدار کهنه کار بورس «اگر سهم مناسب، آینده دار و خوب از یک گروه صنعتی سود ده را انتخاب کرده باشید می‌توانید بروید یک سال بعد با خیال راحت برگردید و سود خود را بگیرید و نیازی نیست هر روز قیمت سهم را چک کنید تا اعصابتان خرد شود.» تشکیل سبدی از سهام و خودداری از تک سهمی: بورس، آینده اقتصاد کشور است؛ بنابراین با توجه به ریسک‌های متعدد سیاسی، بین‌المللی و اقتصادی که در کشور وجود دارد، باید با تشکیل سبدی از سهام، سودهای خوبی را شناسایی و از زیان جلوگیری کرد. در برخی موارد،



افراد تحت تأثیر عوامل مختلف، همه سرمایه خود را روی یک سهم خاص سرمایه‌گذاری می‌کنند اما وقوع یک حادثه بین‌المللی یا سقوط قیمت برخی کالاها در بازارهای جهانی، به یکباره باعث کاهش شدید قیمت سهام شرکت مورد نظر می‌شود. بنابراین توصیه شده با تشکیل سبدی از سهام گروه‌های مختلف صنعتی، سرمایه سهامداران در بورس تضمین شود.

بی توجهی به شایعات: امروزه به علت توسعه فضای مجازی، هزاران گروه بورسی در شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته است که به فضا سازی و «سینکال‌فروشی» اقدام می‌کنند. با وجود تأثیر مثبتی که فضای مجازی می‌تواند در گسترش آموزش و فرهنگ‌سازی داشته باشد در

بازار سهام در هفته‌های گذشته روزهای طلایی را پشت سر گذاشته و شاخص بورس با رکوردشکنی‌های بی‌دری، به نقطه اوج در ۵۰ سال فعالیت خود رسیده است. بنابراین رشد قابل توجه شاخص بورس در روزهای اخیر باعث شده افرادی که شناخت چندانی از بورس ندارند، تمایل داشته باشند سرمایه خود را وارد این بازار کنند.

به گزارش ایرنا، بورس که در هفته‌های گذشته به فهرست علاقه‌مندی سرمایه‌گذاران افزوده شده است، در صورت آگاهی و شناخت کافی سودهای رویایی عاید سهامداران می‌کند اما در صورت هیجان‌زدگی و پیروی از شایعات، سرمایه‌های افراد تازه‌وارد را بر باد می‌دهد. بر این اساس، کارشناسان همزمان با معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در بورس، توصیه‌های را برای تازه‌واردان مطرح می‌کنند تا با دقت اقدام به سرمایه‌گذاری و خرید کنند تا با زیان مواجه نشوند.

اول آموزش، بعد خرید: بورس، جزو پیچیده‌ترین و تخصصی‌ترین بازارهای مالی جهان است که عوامل مختلفی در تعیین سوددهی و زیاندهی آن نقش دارند. آموزش و تخصص، شرط لازم برای ورود به این بازار است. همان طور که بورس توانست بسیاری از افراد را از سودهای رویایی برخوردار کند، افراد بسیاری نیز به دلیل شناخت ناکافی در این بازار بازنده بوده و سرمایه خود را بر باد داده‌اند.

خودداری از خرید مستقیم سهام: کارشناسان توصیه می‌کنند افراد تازه‌کار از خرید مستقیم سهام خودداری کنند. خرید مستقیم سهام با ریسک‌های متعددی روبه‌رو است که باید سهامداران، پیوسته آنها را بررسی و میزان تأثیرشان بر سهم را لحاظ کنند. بنابراین پیشنهاد شده است به جای خرید مستقیم سهام، افراد تازه‌وارد سراغ صندوق‌های سرمایه‌گذاری یا اوراق با درآمد ثابت بورسی بروند. صندوق‌های سرمایه‌گذاری که توسط نهادهای مالی دارای مجوز مدیریت می‌شود، دارای سبدهای متنوعی بوده و بر اساس شرایط، سبد سهام خود را به‌روزرسانی می‌کنند.

هیجان‌زده، خرید و فروش نشود: به علت نوسان شدید در بورس، قیمت سهام در روزهای مختلف چند درصد بالا و پایین می‌رود، این نوسان موجب می‌شود گاهی برخی تازه‌واردان، به صورت هیجان‌زده اقدام به خرید و فروش کنند. به این گروه از سهامداران توصیه می‌شود به جای خرید و فروش هیجانی، به روند حرکت شاخص قیمت سهام نگاه کنند. اگر روند حرکت سهام در میان مدت و بلندمدت صعودی است، نباید با نوسان‌های کوتاه‌مدت روزانه که قیمت را منفی می‌کند اقدام به فروش کنند، زیرا در روزهای آتی دوباره قیمت‌ها مثبت و صعودی می‌شود.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در نشست خبری عنوان کرد:

مدیریت مصرف آب به هفته صرفه جویی بسنده نشود

شرکت آب منطقه‌ای برای ساخت تصفیه خانه آب گمک می‌کنیم برای اینکه ۵۶ شهر و ۳۰۰ روستا نباید تنها به یک تصفیه خانه وابسته باشد. وی افزود که جزئی نیستیم و گروه سعی می‌کردیم این موضوع زودتر به سرانجام برسد. امینی با اشاره به اینکه در موضوع پساب‌رسانی و اقلیات پساب‌رسانی غیر عملی است، یکی از شرکت‌های پساب‌رسانی است بیان داشت. در حوزه استفاده از آب خاکستری با نظام مهندسی و شهرداری اصفهان جلساتی داشته ایم و فعلاً باید از این آب برای بخشی از مصارف خانگی و فضای سبز استفاده کنیم. به گفته مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان فرصت استفاده از پساب صنایع بزرگ و شهرداری‌ها به سمت استفاده از پساب در کاربری‌های مختلف حرکت کرده و تصفیه تکمیلی پساب به عهده بهره‌برداران است و ما صرفاً با استانداردهای تعریف شده پساب را جاذب می‌کنیم. وی ادامه داد: در حال حاضر حدود ۲۴ مگابار آب از سد زاینده رود برای شرب استان اصفهان و بزاد کشاورزی چهارمحال و اصفهان تخصیص می‌یابد که بخشی مربوط به مصارف مجاز بوده و بخشی مصارف غیرمجاز است که به شدت وزارت نیرو ورود پیدا کرده که مصارف غیرمجاز را در استان بالابست و پابست دست کنترل کنند. امینی افزود: حدود ۱۴ متر مکعب به اصفهان و یزد برای شرب اختصاص می‌یابد که حدود ۱۰ متر مکعب به اصفهان و مابقی برای شرب برنانه تخصیص وزارت نیرو به استان یزد می‌رسد و خوشبختانه یکی از کمترین میزان هدررفت آب در کشور را داریم. وی اضافه کرد: ۱۶،۲۳ میزان آب بدون درآمد اصفهان است و با این تقاسیم استان اول در این زمینه هستیم. مدیر عامل شرکت آب اصفهان تصریح کرد که اکنون بالای ۲۵۰ میلیارد تومان قرارداد با شرکت‌های خارجی و فایننس چین برای نوسازی و بازسازی شبکه فاضلاب اصفهان داریم و امیدواریم بتوانیم کل منابع را در شبکه فاضلاب شهر اصفهان هزینه کنیم. امینی درخصوص توسعه شبکه فاضلاب در شهر اصفهان، نیز گفت: طرف یک برنامه سه‌ساله قرار بود شبکه فاضلاب شهر اصفهان به عنوان اولین کلانشهر اصفهان به اتمام برسد که از سال ۹۶ شروع شد، و خوشبختانه این اتفاق افتاد. وی در رابطه با مجموع اقدامات در زمینه مدیریت مصرف در بلندمدت که منجر به اصلاح رفتار می‌شود نیز گفت: در یک بازه زمانی این اقدامات باعث می‌شود رفتار درستی نسبت به مصرف آب داشته باشیم چرا که فرهنگ‌سازی چیزی نیست که به سرعت اتفاق بیفتد و باید با کارهای کوچک شروع کنیم و خسته نشویم تا به نتایج بزرگ دست یابیم.

متر به ۱۵ متر تقلیل دهد، این درحالی است که همچنان در استان اصفهان این رقم حدود ۱۱ و نیم مترمکعب برای یک خنک‌کننده در ماه است. وی با اعلام اینکه کاهش سرفه مصرف آب به معنای به خطر نگذاشتن بهداشت و سلامت مردم نیست و این در حالی است که در کشورهای پرباب سرفه مصرف بسیار پایین تر است. امینی گفت: در استان اصفهان میزان مصرف ۱۵۴ لیتر برای هر نفر در شبانه روز است که باید این مقدار را ۱۱۰ لیتر کاهش دهیم و این موضوع در سایه تغییر رفتار مصرفی و استفاده از ابزارهای کاهش مصرف آب است. وی افزود: در صنایع نیز شرکت ذوب آهن اصفهان میزان مصرف خود را از ۲ هزار لیتر به زیر ۵۰۰ لیتر رسانده است. همچنین شرکت فولاد مبارکه و پالایشگاه اصفهان در حال استفاده از پساب فاضلاب شهری هستند و بقیه صنایع بزرگ استان نیز در حال حرکت در این راستا هستند و فرصت خوبی برای استان اصفهان است. مدیر عامل شرکت آب اصفهان ادامه داد: مطبوعات در این زمینه می‌توانند بسیار موثر باشند تا اقدام‌های بیشتری در این زمینه برداریم.

وی افزود: به جهت محدودیت منابع آبی بدون جیره بندی، محدودیت بر روی شبکه توزیع آب اعمال کرده ایم، ولی شبکه آب شرب کشش جیره بندی را ندارد و وزارت نیرو هم تأکید دارد که با مدیریت فشار اداره شود. امینی با اشاره به اینکه تبعات منفی جیره بندی بیش از محسوسات آن است تأکید کرد: ظرف یک ماه ظرفیت سد را می‌شود خالی کرد اما اگر این اتفاق بیفتد تا ماه‌ها بعدی ساق چه باید بکنیم؟ امینی ادامه داد: باید تصمیمات منطقی و مهندسی گرفته شود و با حفظ منابع و آرامش مردم، به این سمت حرکت کنیم. وی گفت: بزرگترین آسیب در کشور، سیاسی شدن موضوعات است. ما توجه به اینکه شرکت آب استان یک مجموعه کامل خدماتی است و تکلفش به مردم است. امینی ادامه داد: ساق گذشته در توسعه شبکه‌های فاضلاب و واگذاری شبکه‌های فاضلاب زودتر زدیم و منابع را در جهت توسعه شبکه‌های آب و فاضلاب و خدمت‌رسانی به مشترکین بکار گرفته ایم. وی گفت: ما سازمان‌های مردم‌نهاد و مردم‌مشارکت‌ناشته‌ایم و پیام‌های صرفه‌جویی در مصرف آب صرفاً از زبان ما بیفتد و انتقال مفاهیم و پیام از طریق آنها هم صورت بگیرد. مدیر عامل شرکت آب اصفهان با تأکید بر اینکه تصفیه خانه دوم آب اصفهان از سال ۸۶ باید اجرا می‌شد است گفت: وظیفه شرکت آب استان ورود به این پروژه بود، ولی ما هم کمک و مساعدت مالی می‌کنیم و ۱۲۰ میلیارد تومان به



تکنولوژی نبعات بحران کم‌آبی را مهار کنیم. مدیرعامل شرکت آب اصفهان در بیان داشته نوشتیم از طریق استفاده از توربین لوزام کاهش که یک روش علمی برای مدیریت مصرف آب در منازل است مصرف را در استان تا حدودی پهنه کنیم. بنابراین لوزام کاهش که در اختیار مردم قرار داده و هزینه آن را به صورت اقساطی از مردم دریافت نمائیم، وی با اشاره به اینکه یکی از گلایه‌های همسگی به شرکت آب استان اصفهان آبیاری فضای سبز شهری بود اما امروز به جرات می‌توانیم بگوییم تمام آبیاری فضای سبز اصفهان از شبکه شرب جدا شده تسریع کرد البته جلسات متعددی با شهرداری داشته ایم و به صورت جدی آبیاری فضای سبز شهری را نیز پیگیری می‌کنیم. امینی ادامه داد: تعداد و ارقام گویای این است که در زمینه مصرف آب در چندسال گذشته حرکت‌های بسیار خوبی داشته ایم و اکنون حدود ۹۰ درصد مردم اصفهان زیر ۲۰ متر مکعب در ماه مصرف می‌کنند که کمتر از میانگین کشوری است. مدیر عامل شرکت آب اصفهان افزود: کار گروه سازگاری با کم‌آبی در کشور فرصت‌ناست استفاده از سرفه مصرف آب را از ۲۰

مهندسی امینی با بیان اینکه سال‌ها گذشته آورد رودخانه زاینده رود ۱ میلیارد و ۱۰۰ میلیون مترمکعب بود اعلام کرد: در سال گذشته از لحاظ منابع آبی شرایط نسبتاً مناسبی داشتیم این درحالیست که سال‌ها دوم آبرسانی اصفهان را در مدار نداریم اما خوشبختانه با پیگیری استاندار اصفهان این پروژه در حال اجراست. وی افزود: انتقال حجم آورد آب به پشت‌سده ۴۶۵ میلیون متر مکعب کاهش یافته به طوری که مدیریت آب استان و وزارت نیرو بری پشت‌سرفه‌های این شرایط سخت‌محدودیت‌هایی برای تخصیص آب شرب قابل شد تا بتوانیم به فصل بارش برسیم. مهندس هاشم امینی گفت: میزان آب تخصیص به شرکت آب استان در مواقعی از سال تا حدود ۴۰ درصد کم شد. این شرایط سخت‌الته فرصت‌هایی هم پیش روی شرکت آب استان بمنظور برون رفت مردم به تلاش مجموعه شرکت آب استان بمنظور ساخت‌در حال از چالش کم‌آبی پرداخت. وی خاطرنشان ساخت: در حال حاضر گستردگی سامانه تله‌متری و مدیریت فشار که شرکت آب استان اصفهان از آن برخوردار است در هیچ‌کدام از استان‌های کشور وجود ندارد به طوری که تاکنون نوشتیم از طریق این

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در نشست خبری گفت: به مناسبت هفته صرفه جویی در مصرف آب گفت‌وگویم تا هفتم تیرماه در تقویم کشور به عنوان هفته صرفه جویی در مصرف آب نامگذاری شده است. امینی از ۲۰ سال است این عنوان را در تقویم رسمی کشور داریم ولی این موضوع مهم در استان اصفهان صرفاً به یک هفته بسنده نشده و به جهت شرایط سخت آب تمام طول سال به بحث مدیریت مصرف آب توجه داریم.

مهندس هاشم امینی با بیان اینکه موضوع خشکسالی و خنکسالی در کشور به عنوان یک واقعیت مطرح است افزود: نباید صرفاً به هفته صرفه جویی در مصرف آب بسنده کرده و تمام بخش‌ها باید در خصوص مصرف بهینه آب و راهکارهای متناوب در دنیا قدم برداریم و فرهنگ‌سازی کنیم.

وی عنوان کرد: دو هفته پیش موضوع خشکسالی و آب را رژیم لنگرگردد قفس بستری برای اهداف شوم خود دیده بود، ما باید باور داشته باشیم که با آنکا به ظرفیت‌های داخلی کشور می‌توانیم در این حوزه قدم برداریم و مشکلات را پشت سرنگذاریم. مدیرعامل شرکت آب استان با اشاره به اینکه یکی از واقعیت‌های کشور ما که کمتر به این ظرفیت توجه شده خودباوری است که ریسک‌ها می‌تواند این خودباوری ملی را در کشور تقویت کند. تصریح کردیم اکنون مشکل آب در کشور ما وجود دارد و در دنیا راه حل‌هایی برای آن وجود دارد اگر به این باور برسیم می‌توانیم با آن مقابله کنیم. مهندس امینی به نقش مردم در عبور از بحران کم‌آبی پرداخت و اظهار داشت: یکی از راهکار عبور از شرایط سخت آبی این است که همه احداث جمع‌هم می‌توانند با مصرف بهینه نقش خود را در عبور از بحران ایفا کنند. استان به جهت نگاه وزارت نیرو موضوع سازگاری با کم‌آبی را بجای مقابله با کم‌آبی مورد توجه قرار دادیم. مدیرعامل شرکت آب استان با اشاره به اینکه بیش از هزاران سال است با شرایط کم‌آبی مواجه هستیم خاطرنشان ساخت: پدران ما برای مقابله با این موضوع فکرات احداث می‌کردند امروز هم موضوع سازگاری با کم‌آبی باید مدنظر باشد و با اقدامات و فرهنگ‌سازی درجهت مدیریت مصرف آب گام برداریم. در این راستا توجه به موضوع سازگاری با کم‌آبی در بخش‌های مختلف شرب، کشاورزی و صنعت، توجه به آمایش سرزمین در توسعه پایدار کشور، خودباوری و هم‌آفرینی می‌تواند موثر باشد.

وزارت نیرو
شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان
رابط عمومیصرفه جویی در مصرف آب
حتی به میزان اندک هم کارگشا است

هفته صرفه جویی در مصرف آب

اخبار

تولید مطلوب مرکبات و کیوی در سال جاری

ضرورت تجدیدنظر در صنعت بیمه محصولات کشاورزی

یک مقام مسئول گفت: با توجه به هشدارهای بهنگام سازمان هواشناسی، سرمازدگی اخیر مشکلی برای تولید باغات استان‌های شمالی دربر نداشت.

محمدرضا شعبانی، رئیس اتحادیه باغداران مازندران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، وضعیت تولید مرکبات و کیوی در سال جاری را مطلوب اعلام کرد و گفت: با توجه به هشدارهای بهنگام سازمان هواشناسی، سرمازدگی اخیر مشکلی برای باغداران استان‌های شمالی ایجاد نکرد و امسال مشکلی به اسم یخ‌زدگی در باغات مرکبات نخواهیم داشت.

وی با اشاره به اینکه هنوز نمی‌توان میزان تولید این محصولات را پیش‌بینی کرد، افزود، برآورد اولیه تولید، پایان تیرماه امکان‌پذیر خواهد بود، اما مشاهدات اولیه نشان می‌دهد که باید تمهیدات جدی برای صادرات این محصولات اندیشیده شود. شعبانی درباره آخرین وضعیت مشوق صادراتی مرکبات و کیوی اظهار کرد: با وجود شمارهای متعدد در زمینه پرداخت مشوق صادراتی مرکبات و کیوی، تاکنون هیچ اتفاقی در این زمینه رخ نداده است در حالی‌که از دولت انتظار می‌رود در این خصوص حمایت‌های لازم را داشته باشد، چراکه بخش خصوصی با مقدار سرمایه محدود و موانع متعدد پیش رو که معلوم نیست چه اتفاقی آن سوی مرزها برای سرمایه‌اش بیفتد، نمی‌تواند به صورت جدی امر صادرات را دنبال کند.

وی ادامه داد: با توجه به نبود حمایت‌های کافی از صادرات محصولات کشاورزی، متأسفانه در هر بازاری که وارد شدیم پس از مدتی عقب‌نشینی کردیم که در نهایت این امر موجب شد سایر رقبا جای ما را در بازارهای هدف بگیرند.

این مقام مسئول در بخش دیگر سخنان خود در پاسخ به این سوال که آیا دولت خسارت سرمازدگی دو سال اخیر را پرداخت کرده است، بیان کرد: همه خسارت‌ها پرداخت نشد و بسیاری از وعده‌ها به دلیل امتناع بانک‌ها در پرداخت وام تحقق نیافت، چراکه بانک‌ها به بهانه‌های مختلف از پرداخت وام به کشاورزان سر باز می‌زنند و به تعبیر دیگر دریافت وام از بانک‌ها همانند فتح قله اورست است.

وی درباره آخرین وضعیت بیمه باغات کشور اظهار کرد: صنعت بیمه را باید تعطیل شده حساب کرد، چراکه بنده به عنوان یک باغدار اعتقادی به بیمه محصولات کشاورزی با نحوه کنونی ندارم به همین خاطر انتظار می‌رود تجدیدنظری در صنعت بیمه محصولات کشاورزی صورت گیرد، چراکه صنعت بیمه محصولات کشاورزی دارای خصوصیات پویا، قوی و چابکی نیست.

رئیس اتحادیه باغداران مازندران در پایان سخنان خود با بیان اینکه اعتقادی به بیمه بخش کشاورزی نداریم، تصریح کرد: با وجود تاخیر در پرداخت خسارت‌ها و میزان پایین خسارت پرداختی به کشاورزان اعتقادی به صنعت بیمه در این بخش ندارم، به همین خاطر به باغداران توصیه نمی‌کنم که نسبت به بیمه باغات خود اقدام کنند، چراکه در زمان بروز حادثه، کشاورز به حدی مجبور به رفت و آمد است که از دریافت گرامت خود منصرف می‌شود.

درخواست شریعتمداری برای آزادسازی نرخ ارز بدون سقف قیمت

وزیر معنت، معدن و تجارت، خواستار آزادسازی معامله ارز با نرخ توافقی میان صادرکنندگان و واردکنندگان بدون سقف قیمت شد و همچنین از مجلس شورای اسلامی درخواست کرد تکلیف مالیات بر ارزش افزوده را مشخص کند.

به گزارش ایسنا، محمد شریعتمداری روز یکشنبه در مراسم روز ملی صنعت و معدن که با حضور معاون اول رئیس‌جمهوری، نماینده مجلس شورای اسلامی، استاندار تهران و فعالان بخش خصوصی در حوزه صنعت و معدن برگزار شد، با اشاره به شرایط ویژه اقتصادی کشور، اظهار کرد: باید با رشد بهره‌وری، قیمت تمام‌شده محصول کاهش یابد، چراکه در غیر این صورت نمی‌توانیم به رشد صنعتی بالا دست یابیم. باید بدانیم که قیمت تمام‌شده تولید در کشور بالاست و در راستای حل مسائلی که موجب افزایش قیمت تمام‌شده می‌شود گام برداشت.

وی ادامه داد: ۵۰درصد صنایع کشور منبع‌محور هستند و باید در راستای توسعه صنایع دانش‌بنیان حرکت کنیم و در غیر این صورت با چالش صنعت‌زدایی روبه‌رو خواهیم شد. وزیر صنعت، معدن و تجارت با تأکید بر اینکه باید سود تسهیلات بانکی تخصیص‌یافته به بخش صنعت کاهش یابد، اظهار کرد: باید هزینه مالی ۲۵درصدی سود تسهیلات بانکی کاهش یابد و اگر نمی‌توانیم نظام بانکی را در این راستا سوق دهیم باید از منابع عمومی یارانه به تولید پرداخت شود. کاهش هزینه‌های تأمین اجتماعی و در نظر گرفتن مشوق‌های صادراتی در بخش تولید از دیگر موضوعاتی بود که توسط شریعتمداری در این مراسم مطرح شد. وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه صنعت کشور در حال حاضر با مشکلات مختلفی روبه‌روست، گفت: ممنوعیت واردات به معنای ایجاد فرصت برای واحدهای تولیدی است و باید بدانیم که در شرایط فعلی ۳۰ تا ۵۰درصد ظرفیت واحدهای تولیدی خالی است و باید در جهت استفاده از این ظرفیت‌ها حرکت کنیم.

وی در ادامه از معاون اول رئیس جمهوری درخواست کرد تا معامله ارز با نرخ توافقی میان صادرکننده و واردکننده آزاد شود و سقفی برای قیمت در نظر نگیرد. به گفته شریعتمداری، باید اجازه داد واردکننده و صادرکننده با نرخ توافقی ارز را به فروش برسانند و هرچند محدودیت‌ها و حساسیت‌هایی در بازار ارز وجود دارد.

معاون اول رئیس جمهور، گفت: ما هنوز در ابتدای مسیر صنعتی‌شدن هستیم و صنعتگران و فعالان بنگاه‌ها نقش‌ها و رسالت‌هایی دارند و دولت باید به وظیفه خودش دقیق عمل کند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس جمهور (دوشنبه دهم تیرماه) در بیست و دومین همایش روز ملی صنعت، معدن و تجارت که در سالن اجلاس سران در تهران برگزار شد، با تأکید بر اینکه صنعت نقطه توسعه اقتصاد کشور است، اظهار کرد: بیشترین سهم فعالیت اقتصادی کشور، همگی در واحد تولید خلاصه می‌شودوی افزود: ما هنوز در ابتدای مسیر صنعتی‌شدن هستیم و صنعتگران و فعالان بنگاه‌ها نقش‌ها و رسالت‌هایی دارند و دولت باید به وظیفه خودش دقیق عمل کند. جهانگیری با بیان اینکه سیاست‌های دولت به ایجاد ثبات و آرامش اقتصادی تأکید دارد، گفت: در سیاست خارجی بالاخره به برجام رسیدیم و ایران توانست در مذاکره نسفگیر ۱۸ ماهه دولت یازدهم به یک توافق برسد و همه قبول کنند که بر مبنای این توافق با هم کار کنیم.وی افزود: اشتغال‌زایی در اقتصاد شکل گرفت و تورم را کاهش دادیم و در پنج سال اخیر به طور متوسط سالی ۵۰۰ هزار شغل و سال گذشته ۸۰۰ هزار شغل ایجاد شد.

معاون اول رئیس جمهور بیان کرد: زمانی که یک شوک اقتصادی ایجاد می‌شود و درآمد مردم به شدت کاهش می‌یابد، یک دوره طولانی باید طی شود که درآمد مردم و قدرت خرید مردم به قبل از شوک اقتصادی برگردد، شوک اقتصادی که در سال ۸۴ تا ۹۲ صورت گرفته بود، به شدت قدرت خرید مردم را کاهش داده بود. جهانگیری تصریح کرد:

بررسی‌ها نشان می‌دهد حلقه متشکله از اسرائیل و آمریکا و سعودی‌ها در حال برهم زدن آرامش اقتصاد ایران و سرمایه‌گذاری‌های خارجی هستند.

معاون اول رئیس جمهور با اشاره به برخی کشورهای اخلالگر در امنیت کشور تصریح کرد: بعدها نام کشورهایی که تلاش برای برهم زدن امنیت کشورمان را داشتند خواهیم برد و از آنها خواهیم پرسید که آیا شما توانایی مدیریت خلیج فارس را در خود می‌دیدید؟

وی افزود: در دنیا البته این طبیعی است، کشور دیگری که به این

صنعت، معدن و تجارت

ایجاد ۸۰۰ هزار شغل در سال گذشته

هنوز در ابتدای مسیر صنعتی‌شدن هستیم

از هر بحثی، اصل ۴۴ را به اجرا در بیاوریم.

معاون اول رئیس جمهور تصریح کرد: قادریم مشکلات اقتصادی را پشت سر بگذاریم به شرط امیدوار بودن و اتکا به توانایی داخل، چراکه در زمان جنگ خود را ثابت کرده‌است. راهبرد اول در داخل کشور تعریف می‌شود و آن وحدت بین قوای سه‌گانه و تمام قبایل و قشرهای مردمی است.

وی افزود: با تمام قدرت‌ها و کشورهایایی که توان گفت‌وگو دارند پای میز مذاکره می‌نشینیم تا به دنیا ثابت کنیم مبنای کار ایران صلح و گفت‌وگو است.

جهانگیری با اشاره به مقابله با تحریم‌ها، تصریح کرد: روابط بین‌الملل برای‌مان بسیار حائز اهمیت است و اگر کشوری ادعا می‌کند ما را هوشمندانه تحریم کرده‌اند باید بدانند ما هم هوشمند مقابله خواهیم کرد.

وی با اشاره به تهدیدات آمریکا در صنعت نفت ادعای عجیب این دولت مبنی بر به صفر رساندن تولیدات نفتی ایران، موجب شد تا به بدعهدی‌ها و تصمیمات هیجانی این کشور پی ببریم هرچند این روزها آمریکا به دست و پای سعودی‌ها افتاده است.

جهانگیری تشریح کرد: مطمئن هستیم برای فروش نفت سیاست‌های دولت کاملاً موثر است و هیچ جای نگرانی نیست.

وی با اشاره به صادرات غیرنفتی تأکید کرد: صادرکنندگان بدانند نقطه بعدی تحریم این کشورها تبادلات پولی ما و موارد صادراتی ماست که باید از شما خواهش کنم مانند یک سرباز خط مقدم برای تجارت با دنیا عمل کنید.

معاون اول رئیس جمهور گفت: سیاست‌های جدید ارزی متناسب با شرایط موجود بیان می‌کند که باید شفافیت در

سیستم صادراتی حاکم شود. وی افزود: باید علاوه بر افتخار به افزایش میزان صادرات کشور ارز این امر را به اقتصاد کشور تزریق کنیم.

جهانگیری با اشاره به تصمیمات ارزی دولت تصریح کرد: در بخش واردات در دریافت ارز دولتی باید صادق بود و به میزان دریافت ارز کالا وارد کند و از میزان آن نکاهد.

وی گفت: برای اینکه یک مبنای واقعی برای ارز داشته باشیم، ارز مختص به بخش غیردولتی (غیردولتی واقعی) باید در بازار ثانویه صورت بگیرد.

۶۳درصد لوازم آرایشی کشور قاچاق است

ممنوع کنیم چون برخی از آنها سال‌هاست در بین مشتریان توزیع می‌شود.

تیارکی گفت: سالانه حدود ۳۸۵ میلیون دلار صادرات لوازم آرایشی و بهداشتی داریم.

امیرمحمد پرهام‌فر، مدیرکل مبارزه با قاچاق کالای هدف درباره علت قاچاق محصولات لوازم آرایشی و بهداشتی گفت: بیشتر محصولات قاچاق در بازار با کیفیت پایین توزیع و با قیمت ارزان نسبت به مشابه واردات رسمی آن در بازار به‌فروش می‌رسد. او گفت: به‌خاطر هزینه بالای محصولات وارداتی مجاز و استقبال مردم از محصولات برند، کالاهای قاچاق در بازار با قیمت ارزان عرضه می‌شود.

مدیرکل مبارزه با قاچاق کالای هدف افزود: قاچاق لوازم آرایشی در مناطق آزاد بیشتر است و بخشی دیگر آن از طریق مسافری و مقداری هم تله‌نجی وارد می‌شود.

او درباره مبارزه با کالاهای قاچاق آرایشی گفت: بیش از ۲۰۰ سایت و کانالی که در حوزه فروش کالاهای قاچاق فعالیت می‌کردند با همکاری پلیس فتا مسدود شد.

پرهام‌فر افزود: آمار ۶۳درصدی قاچاق لوازم آرایشی برای سال ۹۵ است و آمار سال ۹۶ در حال جمع‌بندی است.

است. کیانی درباره توان شرکت‌های داخلی در تولید افزود: ما می‌توانیم هر محصولی را در مدت‌زمان کوتاه با مشابه خارجی آن در داخل تولید کنیم.

او گفت: در تولید لوازم آرایشی هیچ نقطه کوری وجود ندارد و تنها باید برندهای ایرانی در بازار تقویت شوند.

مهدی صادقی‌نیارکی، مدیرکل دفتر صنایع غذایی، دارویی و بهداشتی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: بیش از ۹۰درصد اداره صنعت تولید لوازم آرایشی و بهداشتی در بخش خصوصی است.

نیارکی افزود: بخش مهم تولید داخل زنجیره ارزشی آن است که از مواد اولیه تا تولید نهایی نیاز آن محصول در داخل تولید می‌شود.

او گفت: از ۶۵۰ هزار تن محصولات شسوبنده تولیدی داخل حدود ۴۵۰ هزار تن برای نیاز داخلی و مابقی آن صادر می‌شود.

مدیرکل دفتر صنایع غذایی، دارویی و بهداشتی وزارت صنعت، معدن و تجارت درباره میزان مصرف لوازم آرایشی و بهداشتی در کشور گفت: بیش از ۱۸۰ هزار تن لوازم آرایشی و بهداشتی در کشور مصرف می‌شود که بین ۵۰ تا ۶۰ هزار تن آن در کشور تولید و مابقی آن از طریق قاچاق و واردات رسمی وارد می‌شوند.

او افزود: ما نمی‌توانیم برخی از برند محصولات وارداتی را از کشور

افشای رانت‌خواران ارزی با انتشار لیست خریداران دلار

صنعت و بانک مرکزی گفت: وزارت صنعت باید به صورت شفاف اعلام کند با چه معیاری به واردکنندگان مختلف ارز تخصیص داده است. در موضوع موبایل شاهد بودیم که به ۴۰شرکت بیش از ۲۲۰ میلیون یورو ارز تخصیص داده شده در حالی که فقط ۷۵ میلیون دلار واردات قطعی انجام گرفت است، فارغ از اینکه چه مقدار از ارز تخصیص‌یافته پرداخت و حواله شده است این موضوع نشان می‌دهد فرآیند تخصیص ارز با چالش جدی مواجه بوده است.

اعتبارسنجی متقاضیان ارز دولتی حلقه مفقوده پازل ارزی کشور
به گفته زمانی فرآیند اعتبارسنجی از متقاضیان دریافت ارز به عنوان نخستین اقدام برای تخصیص ارز باید در دستور کار وزارت صنعت قرار گیرد. دولت در بانه کنونی به کالاهای وارداتی یارانه ارزی می‌دهد، بنابراین لازم است در تخصیص ارز نهایت دقت انجام شود تا در حوزه نظارتی مشکلات و خلأهای کمتری داشته باشیم.

تشکیل کارگروه مشترک از سوی گمرک، سازمان مالیاتی، اتاق بازرگانی و سیستم بانکی

این کارشناس مسائل اقتصادی گفت: اتاق‌های بازرگانی، گمرک ایران، سازمان مالیاتی و بانک‌ها برای اعتبارسنجی فعالان بازرگانی کشور ساختار اداری لازم را در اختیار دارند. این چهار دستگاه می‌توانند با تشکیل یک کارگروه مشترک فرآیند اعتبارسنجی متقاضیان دریافت ارز را انجام دهند.

^[1] هنوز در ابتدای مسیر صنعتی‌شدن هستیم

^[2] هنوز در ابتدای مسیر صنعتی‌شدن هستیم

بررسی دوباره قیمت‌های اعلامی توسط خودروسازان

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت شرکت‌های داخلی اجازه گران کردن خودرو خارج از ضوابط اعلام شده را ندارند و سازمان حمایت باید این موضوع را بررسی مجدد کند.
به گزارش پدال‌نیوز، در نشست خبری وزیر صنعت، معدن و تجارت خبرنگار پرسشین خودرو به عنوان یکی از سؤا‌ل‌کنندگان از محمد شریعتمداری، به ادعای واردکنندگان خودرو مبنی بر بی‌نیازی به ارز دولتی و داشتن توان تأمین نیاز ارزی خود از خارج از کشور اشاره کرد و نظر وزیر را در این مورد جویا شد. وزیر صنعت در این خصوص گفت: این‌ارزی که آقایان اعلام می‌کنند از هوا و آسمان نمی‌آید. ریال داده می‌شود یا جنسی عرضه می‌شود و ارز وارد می‌شود. یعنی منشاء این ارز هم داخلی است. وی ادامه داد: آقایان ریال می‌دهند و ارز می‌گیرند. این ارز از یک جایی وارد می‌شود یعنی از سبد ارزی کشور تأمین می‌شود. این پول‌ها یا از کارگران زحمتکش ایرانی در خارج از کشور است یا از صادرات خدمات فنی مهندسی و یا از صادرات غیرنفتی است. به هر حال از سبد ارزی کشور تأمین می‌شود. شریعتمداری در واکنش به افزایش انحصار بازار خودروی کشور با ممنوعیت واردات خودرو و اینکه حاشیه بازار، چه توسط کمپانی‌ها و چه در بازار ثانویه افزایش پیدا کرده و می‌کند! گفت: اولاً قیمت کارخانه بالا نمی‌رود! اما مردم باهوش و متوجه هستند اگر تحریم شویم ممکن است فلان قطعه خودرو و یا یک خودروی خاص عرضه نشود و گران شود. بنابراین شروع به خرید و فروش خودرو با یکدیگر می‌کنند. به همین دلیل قیمت خودروهای داخلی افزایش پیدا می‌کند. وی ادامه داد: اصلاً سگمنت خودروهای وارداتی با خودروهای داخلی متفاوت است. به هیچ وجه واردات خودروی خارجی ربطی به خودروی ساخت داخل ندارد. شریعتمداری تصریح کرد: مصرف‌کننده‌ای که بپاید، پژو و یا سمند خریداری می‌کند با کسی که خودروی وارداتی می‌خرد دو نوع مصرف‌کننده متفاوت هستند. وی با اعلام این مطلب که این تصمیم ما هیچ ربطی به حمایت از خودروسازی داخلی ندارد و برای تأمین نیاز ارزی کشور انجام می‌شود، افزود: وقتی قیمت‌ها در بازار افزایش می‌یابد به خاطر حجم نقدینگی از سوی مردم به این بازار است یعنی سرمایه‌های مردم به سمتی حرکت می‌کند که فکر می‌کنند در آن سودآوری وجود دارد. شریعتمداری تأکید کرد: خودروساز داخلی تا جایی که بتواند عرضه می‌کند تا بازار متعادل شود. یک جاهایی هم توان عرضه به دلیل برخی محدودیت‌ها محدود می‌شود و به همین دلیل قیمت در بازار داخلی با خرید و فروش مردم با مردم افزایش می‌یابد.

نام واردکنندگان خودرو در فهرست واردکنندگان با ارز دولتی نیست

بانک مرکزی در حالی اسامی شرکت‌های دریافت‌کننده ارز رسمی را منتشر کرده است که در این لیست دو نکته مهم وجود دارد که در صورت رئیس‌جمهور محقق نشده است. به گزارش تسنیم، بانک مرکزی بعد از نامه‌نگاری وزیر صنعت و درخواست انتشار نام ارزگیران، سرانجام لیست ۵۳ صفحه‌ای شامل ۱۴۸۲ شرکت دریافت‌کننده ارز رسمی را منتشر کرد. در این لیست محل تأمین ارز برای واردکنندگانی که در دو ماه اخیر ثبت سفارش انجام داده‌اند از طریق بانک مرکزی (منابع نفتی) و ارز ورودی سالمانه نیما است. در این لیست دو نکته مهم وجود دارد که در صورت عدم توجه به آن شفافیت مد نظر رئیس‌جمهور در خصوص برخورد با اخلاطگران بازار ارز ناکام باقی می‌ماند. اول آنکه در لیست منتشر شده نام برندهایی که ارزگیران از طریق آن ثبت سفارش انجام داده‌اند در این لیست وجود ندارد و همین دلیل بسیاری اسامی که آمده برای رسانه‌ها نیست و عموم مردم شفاف نیست. نکته بعدی این‌که اساساً به نظر می‌رسد لیست مذکور حاوی اطلاعات مربوط به تأمین ارز برای واردات قطعات علی‌الخصوص قطعات خودرو نیست. توجه به این نکته ضروری است که در سه‌ماهه ابتدایی سال جاری واردات قطعات خودرو در صدر لیست کالاهای وارداتی کشور قرار داشته است. همچنین برخی خیرها و شنیده‌ها از تأمین ارز برای واردات خودروی کامل برای یک یا دو شرکت حکایت داشت که ظاهراً در این لیست نامی از شرکت‌های مذکور وجود ندارد.

سود ۳۰۰ درصدی شرکت‌های واردکننده خودرو

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشنندگان خودروی تهران در خصوص ممنوعیت واردات خودرو و تأثیر آن بر قیمت خودروها در بازار اظهار داشت که این موضوع ممکن است در درازمدت بر قیمت خودروها تأثیرگذار باشد اما در حال حاضر به صورت مقطعی تأثیری بر بازار ندارد. سعید مومتمنی در گفت‌وگو با خبر خودرو تصریح کرد: از تیرماه سال گذشته که سایت ثبت سفارش بسته شد محدودیت واردات خودرو به وجود آمد و واردکنندگانی که تا آن زمان خودرو وارد کرده بودند خودروها را نگه داشتند و با قیمت روز به فروش رساندند، همچنین از دی‌ماه سال گذشته که سایت ثبت سفارش باز شد فقط حدود ۳ هزار دستگاه خودرو وارد کشور شد یعنی واردات خودرو عملاً از سال گذشته متوقف شده است. وی در ادامه تصریح کرد: واردکنندگان رسمی در ماه‌های گذشته فقط خودروها را پیش‌فروش کرده و خودرویی به مشتریان تحویل نداده‌اند لذا ازدحامی که در این نمایندگی‌ها شاهد هستیم به علت عدم عمل به تعهدات است که در برخی موارد شرکت‌ها تعهدات مربوط به سال ۹۵ خود را هنوز عملی نکرده‌اند. مومتمنی خاطرنشان کرد: قرار بود نمایندگی‌های رسمی واردات، شرایطی را ایجاد کنند که شرکت‌های صادرکننده خودرو به ایران همان خودروها را به صورت CKD در ایران تولید کنند و ضمن ایجاد اشتغال، خودروها را با قیمت مناسب به دست مشتری برسانند اما متأسفانه این شرکت‌ها فقط به واسطه‌گری پرداختند. رئیس اتحادیه نمایشگاه داران و فروشنندگان خودرو تهران افزود: شرکت‌های واردکننده خودرو بدون به کارگیری سرمایه خود فقط پیش‌فروش کردند و گاهی از پیش‌فروش تا دریافت خودرو سه سال به طول می‌انجامد لذا این شرکت‌ها عملاً کار مفیدی انجام نمی‌دهند و واردات به این سبک و سیاق فقط به نفع واردکنندگان است و به ضرر مردم و کشور است.

تولید محصولات رنو در ایران ادامه دارد



همچون بی ۹۰، ال ۹۰ و استپ وی که با توجه به داخلی‌سازی بیش از ۵۴ درصدی قطعات این خودروها امکان تأمین برخی قطعات از سایر منابع و جایگزین کردن آنها وجود دارد، اما در عین حال احتمال افت تولید در دوره‌ای از زمان نیز هست، همانگونه که در تولید ۲۰۶ نیز شاهد افت تولید در زمان تحریم‌ها بودیم که به‌طور قطع پس از مدتی روی ریل تولید قرار خواهد گرفت. صالحی‌نیا بخش دوم محصولات رنو را شامل جوینت ونچر رنو و ایدرو اعلام و تصریح کرد: با توجه به آورده نقدی رنو به ایران در شرایط فعلی بر اساس قرارداد، این شرکت فرانسوی خواستار زمان بیشتر برای بررسی اوضاع شده است، اما آنچه مسلم است آنها علاقه‌مند به فعالیت در ایران و همکاری با صنعت خودروی ایران هستند، به‌طوری که مدیرعامل پژو در سفر به ایران گفت به آمریکا اعلام کردیم که با این اقدام نه‌تنها صنعت خودروی ایران را تحریم می‌کنید، بلکه ما را هم تحریم کردید زیرا فرانسوی‌ها آورده نقدی به ایران داشتند. وی اظهار کرد: از مجموع ۷۰۰ میلیون یورو قرارداد پژو و سیتروئن با ایران خودرو و سایپا، پژو ۶۷ میلیون یورو به ایران خودرو و

بازار خودرو روی هواست

همان کالاهای غیرضروری و ارزبر. برخی بر این باورند که این ممنوعیت موقتی است. این نمی‌تواند پیش‌بینی سختی باشد که دولت به این راحتی قید درآمد کپکشان‌ی ناشی از تعرفه‌هایی که خود همین پاییز سال گذشته وضع کرده بود را بزند و از سود گزاف ناشی از شماره‌گذاری چشم‌پوشی کند، اما مرد می‌خواهد که در این بلبشو پیش‌بینی کند دولت چه زمانی این ممنوعیت را برمی‌دارد و البته با چه شرایطی؟ آنچه در آینده‌نه‌چندان دور اتفاق می‌افتد به این شرح است: باز هم حمایت کور از داخلی‌ها و باز هم انحصاری که نتیج‌اش ادامه حیات پراید و ۴۰۵ است. چاق‌تر شدن شرکای چینی و آشوب در بازار قطعات پدگی. نمایشگاه‌داران دوباره بر بازار سلطنت خواهند کرد و در بزرگه بره‌کشان خود، خونریزی به پا می‌کنند. مشتری که تا دیروز نمی‌توانست دست در جیب خود کند و خودرویی بخرد حالا ایمان پیدا می‌کند که باید کلا رویای خرید یک خودروی خارجی را از سر بیرون کند. دوباره پول‌های سرگردان و سرمایه‌های بی‌هدف، راهی بازارهای همیشگی طلا و مسکن می‌شود. حمایت از تولید داخل همان نسخه خواهد شد در رفته‌های است که غیر از درجا زدن فنسآوری، عایدی دیگری ندارد. سایپا دوباره به صدر بازمی‌گردد و ایران‌خودرو باز هم در بورس می‌درخشد.

ترس و لرز حتی دامان بزرگان واردات را نیز گرفته است، همان‌هایی

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت تولید محصولات بی ۹۰، ال ۹۰ و استپ وی که در حال حاضر با کمبود قطعه مواجه هستند با وجود هارمونی کاهشی، ادامه خواهد داشت، اما برای برخی از محصولات پسابرجامی به دنبال جایگزین هستیم.

محسن صالحی‌نیا در گفت‌وگو با «عصر خودرو»، در پاسخ به سرنوشت تولید محصولات پسابرجامی اظهار کرد: با خروج احتمالی پژو از ایران برای تولید محصولاتی همچون ۳۰۱ و ۲۰۸ که قرار بود بر اساس قرارداد مشترک وارد خط تولید خودروسازان شوند، جایگزین تعریف شده و محصولاتی وارد خط تولید می‌شوند که قابلیت تولید داشته باشند. وی افزود: از آنجا که این محصولات در قالب محصولات ایران‌خودرو عرضه می‌شود با قطعی شدن فرض محال خروج پژو از ایران، خط تولید محصولات تعریف شده متوقف نمی‌شود، بلکه یک فعالیت تولیدی دیگر با مدل و برند دیگری ایجاد خواهد شد. معاون امور صنایع وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه درباره مشکلات موجود بر سر تأمین قطعات رنو نیز گفت: هم‌اکنون محصولات رنو شامل دو بخش است؛ تولید روتین محصولات

واردات خودرو «به هر شکل» ممنوع شد؛ گزاره‌های ساده که جسم نیمه‌جان خودرویی‌ها را به مرز مرگ مغزی رساند. بازاری که طی یک سال اخیر عنان از کف داده بود، حالا دیگر به کلبی از کنترل خارج شده است.

به گزارش ایسکانیوز، حکایت همان حکایت تیرماه سال گذشته (۱۳۹۶) است. همان تابستان داغی که ثبت‌سفارش ممنوع شد و تا شش ماه هیچ‌کس نمی‌دانست که چه می‌شود. حالا دولت آب پاکی را روی دست همه ریخته است، همه یعنی واردکننده و مصرف‌کننده.

حالا کارد نگرانی به استخوان آنهایی که پیش‌فروش کرده‌اند و آنهایی که پیش‌خريد کرده‌اند رسیده است. این همان دولتی است که سابقه درخشانی در عدم پاس‌ستگویی دارد. تقریباً تمام مسئولان این حوزه، روزه سکوت گرفته‌اند. گویی هیچ اتفاقی نیفتاده است. خارجی‌ها که تا همین چند ماه پیش تا مرز ۱۰۰ درصد نیز گران‌تر شده بودند، حالا یک بار دیگر در آستانه افزایش قیمت قرار دارند؛ آبی زلال به آسیاب دلان و مافیای پشت پرده.

هنوز یک هفته نیز از طرح پیشنهادی تخصیص «ارز متقاضی» به واردکنندگان خودرو و چانه‌زنی‌ها درباره دلار ۶۵۰۰ یا ۸۰۰۰ تومانی نگذشته بود که ناگهان آش با جایش رفت. خودرو نه‌تنها لایق دریافت ارز پتروشیمی‌ها نبود، بلکه اساساً لایق تخصیص هیچ‌گونه ارزی نیست. این همان تعبیری است که کالاهای گروه ۴ را تشریح می‌کند؛ یعنی

عر ضه مستقیم لاستیک خودروهای سنگین با ارز دولتی

تصویب شد که بر اساس آن دولت مکلف شد ۵۰درصد سهم بیمه رانندگان را تأمین کند و بارانه مربوطه را در اختیار سازمان تأمین اجتماعی یا سازمان هدمفندی یارانه‌ها قرار دهد.اما این اتفاق نیفتاد و سازمان تأمین اجتماعی چندی پیش در روز بیمه یارانه راننده را بدون یارانه حساب کرد که اعتراضی رانندگان را تشدید کرد.

این مقام مسئول سازمان راهداری و حمل‌ونقل‌جاده‌ای همچنین بیان این‌که ضریب بازنشستگی از ۱.۳ به ۱.۵ رسید که با حقوق بالاتری بازنشسته می‌شوند، گفت: بر اساس برنامه‌ریزی صورت گرفته تا ۲۰ روز آینده اطلاعات دقیق یسار و کرایه دریافتی را از طریق پیامک به حدود ۴۵۰ هزار رانندگان ارسال خواهیم کرد.

امانی با اشاره به تأمین لاستیک به‌عنوان یکی از مطالبات اصلی رانندگان، بیان کرد: به سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان پیشنهاد داده و اعلام آمادگی کردیم در یارانه‌های بار و مسافر غرقه به صورت رایگان در اختیار شرکت‌های تولیدکننده یا واردکننده قرار گیرد تا لاستیک بدون واسطه و دلال به دست رانندگان برسد.

وی از قول وزارت صنعت برای عملیاتی کردن این پیشنهاد خبر داد و گفت: پیگیری هستیم این کار عملیاتی شود تا آنجایی که لازم است قطعات و لاستیک با ارز مصوب در اختیار رانندگان قرار گیرد.

رسیدگی به خواسته‌های آنها برقرار شد. وی همچنین با یادآوری این‌که ریشه اعتراضات کامیون‌داران اقتصادی، عرضه و تقاضاست، گفت: در ۱۰ سال اخیر ۴۰ درصد بار کشور افزایش یافته و در مدت یاد شده در حوزه ناوگان ۱۰۰ درصد رشد داشته‌ایم این روز و روز نشان داده که معیشت راننده کمتر شده است.

معاون حمل‌ونقل سازمان راهداری و حمل‌ونقل‌جاده‌ای با بیان این‌که اولین خواسته رانندگان افزایش کرایه بود که اردیبهشت ماه عملیاتی شد، اظهار کرد: به عنوان مثال کرایه حمل بار از مبدا تهران به مقاصد مانند قم ۱۵، قزوین ۲۲، تبریز ۱۵، مشهد ۱۵، بیرجند ۱۹، فارس ۱۹، کرمان ۲۰، رشت ۲۶، ارومیه ۱۵، زاهدان ۱۹، یزد ۲۳، بندرعباس ۲۰ و بوشهر ۲۴ درصد افزایش یافته است.

امانی با اشاره به نوسانات ارز طی ماه‌های اخیر و مشکلات مربوط به تأمین قطعات، لاستیک و مسائل روزمره رانندگان، اظهار کرد: در سه چهار سال اخیر اتفاق خاصی در این زمینه -کرایه حمل- نیفتاده بود، بر اساس قانون مصوب شورای اقتصاد سال ۶۹ قیمت توافقی بود اما بعد از هدفمندی یارانه‌ها این مصوبه کم لن یکن شده و قیمت‌گذاری در اختیار سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای نبود.

وی با یادآوری این‌که قانون سال ۶۹ توسط معاون اول رئیس‌جمهوری ابلاغ شد، افزود: در سال ۸۰ برای بحث تأمین اجتماعی رانندگان قانون



جریان کار آفرینی مستلزم اقتصاد شفاف

مدیرکل توسعه کارآفرینی و بهره‌وری کار وزارت کار گفت: سه حوزه «اقتصاد شفاف و رقابتی»، «حق مالکیت» و «اشتغال و کار شایسته» به طور مشخص، باعث ایجاد و توسعه یک جریان کارآفرینی در جامعه می‌شوند. به گزارش مهر به نقل از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، رحیم سرهنگی در نشست شورای سیاستگذاری رویداد حقوق شهروندی چشم‌انداز روشن کارآفرینی گفت: مفاهیم کارآفرینی و حقوق شهروندی بسیار به هم نزدیک هستند. سرهنگی با تاکید بر اینکه حقوق شهروندی در سه حوزه «اقتصاد شفاف و رقابتی»، «حق مالکیت» و «اشتغال و کار شایسته» به طور مشخص با کارآفرینی ارتباط مستقیم دارد، تصریح کرد: این آیتم‌ها باعث ایجاد و توسعه یک جریان کارآفرینی در جامعه می‌شوند؛ ما در شاخص جهانی کارآفرینی سال ۲۰۱۷ در بین ۱۳۷ کشور رتبه ۸۵ را داشتیم و در سال ۲۰۱۸ به جایگاه ۷۲ رسیدیم.

دریچه

رشد اقتصادی به کمک خوش‌بینی نسل جوان

باشید توجه به یک نکته مشخص ضروری است و آن این است که همراه با اضافه شدن مشاغل جدید بی‌شمار به اقتصاد، باید نرخ آن تراکم پرنوسانی داشته باشد. چالش حاضر بر سر این است که افزایش بدهکاری در میان جوانان تأثیر ناخوشایندی بر تغییر اهداف آنها در ایجاد شغل و ادامه آن حرفه خواهد داشت. **زمانی که صحبت از اهداف کسب‌وکار کوچک می‌شود چه چیزی نسل هزاره را از نسل‌های قبلی متمایز می‌کند؟**

پیتاوی: آگاهی جوانان نسل هزاره از ارزش‌های اجتماعی بسیار زیاد است. از این‌رو، آنها خیلی علاقه ندارند که هر نوع کسب‌وکار کوچکی راه‌اندازی کنند. از دیدگاه آنها دادوستد شغلی باید تأثیری بر اجتماع داشته باشد و درکنار تأمین معاش زندگی به ارزش اقتصادی اجتماعی یا محلی نیز بپردازد. علاوه‌براین، نسل هزاره بسیار تمایل دارند که کسب‌وکارهای مربوط به فناوری پیشرفته یا شغل‌هایی با قابلیت به اشتراک‌گذاری اقتصاد را ایجاد کنند (که این سیستم اقتصاد مشترک نام دارد).

اما نسل X (که به نوعی متولدین دهه ۵۰ را در کشور ما تشکیل می‌دهند) با وضعیت شغلی فعلی که دارند بیشتر دوست دارند در کسب‌وکارهای خانوادگی موفقیت کسب کنند. آنها ترجیح می‌دهند به جای اینکه کاری را از نو شروع کنند، پروانه فنی آن شغل را خریداری کنند. در مورد مشاغل کوچک نیز آنها دوست دارند کار راه‌اندازی شده را اداره کنند و درواقع قدم در راه رفته دیگران بگذارند. برخلاف این دسته از جوانان، نسل بیبی‌بومرها (که متولدین دهه ۴۰ را در کشور ما تشکیل می‌دهند) درحالی‌که بازنشسته‌اند به‌دنبال شغل دوم می‌گردند. افراد این نسل گرایش به آن دسته از مشاغلی دارند که از سرگرمی‌ها نشأت می‌گیرند؛ یا آن دسته شغل‌هایی که شایستگی و مهارت آنها را در موقعیت کاری قبلی‌شان بهبود داده باشد. برای این نسل فقط این دسته از کسب‌وکارها به عنوان مشاغل زندگی تعریف شده‌اند.

چرا فروشگاه UPS به نظر مردم در رابطه با ایجاد کسب‌وکار کوچک اهمیت می‌دهد؟

تیم دیویس: به این دلیل که کسب‌وکارهای کوچک چارچوب اقتصاد را تشکیل می‌دهند. زمانی که بیش از ۲۷ میلیون شغل کوچک در این کشور وجود دارند که بیش از ۵۰ درصد از تولید ناخالص داخلی ما را فراهم می‌کنند، اهمیت دادن به جایگاه شغل کوچک تقریباً امری اجتناب‌ناپذیر است. درحقیقت، به پشتوانه این مشاغل کوچک است که چرخ اقتصادهای محلی می‌چرخد، شغل ساکنان محلی فراهم است. علاوه‌براین، کسب‌وکارهای کوچک به‌واسطه خیریه و خدمات بر نهادهای اصلی جامعه تأثیر می‌گذارند. ما هر روز در فروشگاه UPS با کارآفرینان همکاری می‌کنیم تا از چالش‌های منحصربه‌فرد آنها آگاهی بیشتری پیدا کنیم و موقعیت آنها را در جهت رشد و پیشرفت قرار دهیم. این پژوهش منجر به تعامل‌های رو در روی ما شد. این ملاقات‌ها موجب می‌شود روابط بلندمدت و باارزشی را با مشتربان خود برقرار کنیم تا آنها نیز از این طریق شغلی را ایجاد و آن را اداره کنند.

سرویس مالی توسط لاین منتشر شد. باید دید که لاین چگونه سرویس صرافی خود را برای بیش از ۷۰۰ میلیون کاربر خود در سراسر جهان در دسترس قرار خواهد داد. بیت‌باکس تنها سرویس مالی لاین نیست.

در ایجاد کسب‌وکارهای کوچک ویژگی‌های منحصربه‌فرد جوانان نسل هزاره و Z، چارچوب اقتصاد را مستحکم می‌کند. افراد نسل هزاره (یا Millennial) و نسل Z (یا Gen Z) که به‌نوعی متولدین دهه‌های ۶۰ و ۷۰ را در کشور ما تشکیل می‌دهند، به‌هیچ‌عنوان دوست ندارند که در جامعه به‌عنوان مصرف‌کنندگان منفعل حضور داشته باشند؛ آنها تمایل دارند تا همواره در فعالیت‌ها شرکت‌کنند. تحقیق‌ها نیز نشان می‌دهد که این مصرف‌کنندگان مدرن به‌دنبال ایجاد نام‌هایی تجاری هستند تا با استفاده از آنها جهان را به مکان بهتری تبدیل کنند. با توجه به این مطلب می‌توان فهمید که چرا بسیاری از آنها در رویای ایجاد کسب‌وکار خود به‌سر می‌برند. این افراد تمامی موارد حائز اهمیت خود را تحت کنترل دارند. درواقع، آنها با این عملکردشان آمار افراد مثبت و مفید را در جهان بالا می‌برند.

مطالعه‌های اخیر شبکه فروشگاه‌های یوپی‌اس آمریکا نشان می‌دهد که بیشترین مردم این کشور رویای همکاری با این فروشگاه‌ها را در سر دارند. میزان متقاضیانی که با پاسخ مثبت به درخواست فروشگاه یوپی‌اس همچنان تمایل دارند این شغل را در آینده برای خودشان ایجاد کنند در حال افزایش است. این میزان تاکنون به ۶۶ درصد رسیده است.

برای کسب اطلاعات بیشتر، در ادامه این مقاله زومیت به گزارشی در این رابطه می‌پردازیم. در این گزارش «جف فروم» یکی از نویسنده‌های مجله جهانی کسب‌وکار فوربس، مصاحبه‌ای با دکتر لوک پیتاوی، استاد کارآفرینی در کالج تجاری کولیند دانشگاه اوهایو و همچنین تیم دیویس، رئیس کل فروشگاه یوپی‌اس داشته است.

در مطالعه‌هایی که انجام دادید چه چیزی باعث تعجب‌تان شد؟ پیتاوی: بدون‌شک وجود افرادی در ایالات‌متحده بود که جدیت بسیاری برای ایجاد کسب‌وکار کوچک داشتند و به‌طور فعال این هدف را دنبال می‌کردند. تعداد افرادی که به‌طور مؤثر علاقه‌مند به کارآفرینی در این کشور هستند رو به افزایش است. تعداد آنها در آمریکا نسبت به دیگر کشورها به‌مراتب بیشتر است. بسیار شگفت‌انگیز است که این میزان همچنان در حال رشد است. من شخصاً این جریان را به‌عنوان رکورد بزرگ اقتصادی ثبت کرده‌ام. از طرف دیگر، نقدینگی در میان افرادی که صاحب کسب‌وکار کوچک‌اند در مقایسه با افرادی که کسب‌وکاری سنتی دارند، کمتر در معرض خطر قرار خواهند گرفت. این تحقیق نشان داد که در رابطه با ایجاد شغل کوچک، تغییر در روند کاری به‌وجود آمده است.

چرا نسل هزاره علاقه‌مند به ایجاد کسب و کارهای کوچک‌اند؟ پیتاوی: به‌طورکلی افراد جوان یا نسل هزاره در مقایسه با افرادی که فقط عادت به ایجاد شغل دارند، گرایش بیشتر و مؤثرتری برای در اختیار گرفتن شغل‌های کوچک دارند و این باید نقطه قوت این افراد محسوب شود. در یک جامعه می‌توان به گرایش مؤثر و کلی افراد این برای کارآفرینی پی برد. با بررسی تعداد افراد در حال ایجاد کسب‌وکار، این تعداد قابل پیش‌بینی است. برای اینکه موفقیت‌های کارآفرینی قابل توجهی داشته

ایلان ماسک: نبود بیگانه‌ها یعنی سیاره‌های بیشتر برای انسان

به تازگی تحقیق جدیدی بر مبنای تناقض فرمی منتشر شده که نشان می‌دهد انسان در فضای نامتناهی تنهاست و هیچ گونه بیگانه‌ای در تمامی کهکشان وجود ندارد. حال مدیرعامل اسپیس اکس این نظریه را به فال نیک گرفته و معتقد است که نبود بیگانه‌ها به معنی سیاره‌های بیشتری برای ما انسان‌هاست. او باور دارد اکنون دلایل زیادی برای سفر انسان به مریخ و دیگر سیاره‌ها وجود دارد.

به گزارش دیجیاتو، این تحقیق که توسط دانشگاه آکسفورد صورت گرفته براساس نظریه پارادوکس فرمی به بررسی نبود بیگانه‌ها در جهان هستی می‌پردازد.

محققان این دانشگاه با در نظر گرفتن احتمالات مختلف و محاسبه آنها متوجه شدند که بین ۵۳ تا ۹۹.۶ درصد احتمال دارد که انسان تنها تمدن هوشمند موجود در کهکشان راه شیری باشد. علاوه بر آن احتمال اینکه آدمی تنها تمدن هوشمند کل جهان هستی باشد هم چیزی میان ۳۹ تا ۸۵ درصد است.

ایلان ماسک هم که همواره رویای سفر به مریخ و سکنی‌گزیدن انسان روی سیاره‌های دیگر را در سر می‌پروراند سریعاً به این نتایج واکنش نشان داده و با انتشار پستی در توئیتر گفته است:

«این نتایج نشان می‌دهد که ما باید چراغ آگاهی را در دست گرفته و زندگی خود را به سیاره‌های دیگر گسترش دهیم. هنوز مشخص نیست که ما واقعا در جهان هستی تنها هستیم یا خیر، اما اگر اینطور باشد باید زندگی‌مان را به سیاره‌های دیگر انتقال دهیم.»

کمپانی اسپیس اکس که ایلان ماسک را در مقام مدیرعاملی خود می‌بیند یکی از بزرگ‌ترین اهدافش را گسترش حیات انسانی به چندین سیاره قرار داده و هم‌اکنون فعالیت روی تولید راکت‌های عظیم‌الجثه‌ای را آغاز کرده تا انسان‌ها بتوانند با استفاده از آنها به مریخ یا حتی سیاره‌های دورتر سفر کنند.

همانطور که می‌دانید انسان هنوز مدرک مستدلی مبنی بر حضور موجودات هوشمند بیگانه به دست نیاورده، اما تمامی احتمالات و محاسبات ریاضی گواهی می‌دهند چنین تمدنی وجود داشته باشد. این تناقض آشکار بین عدم وجود مدرک و تخمین‌های احتمالاتی بالا به «پارادوکس فرمی» معرفی شده است.

شیائومی سرمایه ۴.۷ میلیارد دلاری را در عرضه اولیه سهام کسب کرد

نشان می‌دهند که شیائومی طی عرضه اولیه سهام خود ۲.۱۸ میلیارد سهم را با قیمت ۲.۱۷ دلار به فروش رسانده است. بازه قیمتی تعیین‌شده برای هر سهم شیائومی ۲.۱۷ تا ۲.۲۸ دلار بوده است. با وجود اینکه هر سهم شیائومی

با پایین‌ترین قیمت تعیین‌شده مبادله شده است، باز هم عرضه اولیه سهام این شرکت پس از عرضه اولیه سهام علی‌بابا که در سال ۲۰۱۴ انجام شد، بزرگ‌ترین عرضه اولیه سهام بین شرکت‌های حوزه فناوری است. علی‌بابا در سال ۲۰۱۴ موفق شده بود تا سرمایه‌های ۲۵ میلیارد دلاری را کسب کند. ارزش ۲.۱۷ دلاری برای هر سهم ۳۹۶ برابر سود هر سهم در سال ۲۰۱۸ و ۲۲.۷ برابر سود پیش‌بینی‌شده برای سال ۲۰۱۹ میلادی است. همان‌طور که اشاره کردیم، پس از عرضه اولیه سهام، شیائومی ۵۳.۹ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شد. ابتدای سال جاری



میلادی شاهد انجام ارزش‌گذاری‌های بالایی برای شیائومی بودیم. شماری از کارشناسان ارزش این شرکت چیزی را ۱۰۰ میلیارد دلار برآورد کرده بودند، حال آنکه برخی نیز ارزش آن را بیش از ۷۰ میلیارد دلار می‌دانستند.

عرضه اولیه سهام شیائومی در بورس هنگ‌کنگ با پایین‌ترین قیمت تعیین‌شده انجام شد و این شرکت سرمایه‌ای ۴.۷۲ میلیارد دلاری را جذب کرد. به گزارش زومیت، دیروز عرضه اولیه سهام شیائومی در بورس

هنگ‌کنگ انجام شد. براساس اطلاعات ارائه‌شده هر سهم شیائومی طی عرضه اولیه با کمترین قیمت تعیین‌شده به فروش رفت و از این رو چینی‌ها موفق شدند تا سرمایه‌های ۴.۷ میلیارد دلاری را کسب کنند. با توجه به جذب سرمایه مورد نظر، ارزش شیائومی ۵۴ میلیارد دلار برآورد می‌شود که تقریباً نصف ارزشی است که ابتدای سال جاری میلادی برای این شرکت چینی تعیین شده بود. عرضه اولیه سهام شیائومی در زمان بسیار حساسی انجام پذیرفته است. تنش‌های تجاری بین آمریکا و چین باعث شده در ماه جاری میلادی شاخص بورس هنگ‌کنگ با کاهش

۵۶ درصدی همراه شود. ضمناً باید به افت ۴.۸ درصدی شاخص سهام بورس هنگ‌کنگ در سال جاری میلادی نیز اشاره کرد که تأثیر خود را بر فروش سهام شیائومی در نازل‌ترین قیمت ممکن گذاشته است. آمارهای ارائه‌شده



نخستین رویداد ملی ایدمو برگزار می شود

با حمایت ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی، نخستین رویداد ملی ایدمو (فراخوان جذب ایده های فناورانه) تیرماه سال جاری برگزار می شود.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، پنج ایده برتر در پنج حوزه فناوری در قالب «طرح ایدمو» در دو سطح مبتدی و پیشرفته با همکاری ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی و توسط مرکز پیشران فناوری های راهبردی و تحقیقات کاربردی توسعه ای حمایت می شوند.

موضوعات محوری طرح ایدمو شامل «ساخت نانو حسگر زیستی تشخیص محصولات تراریخت کشاورزی»، «طراحی بازی های واقعی جدید برای کودکان قبل از دبستان»، «ساخت حسگرهای زیستی تشخیص مستمر»، «موتورهای الکتریکی غیرمتعارف» و «دوربین های بلعیدنی» می شود.

یادداشت

زمانی که روش های سنتی تعیین هدف موفقیت آمیز نیستند این ۵ راه حل را امتحان کنید

آنیسا پوربصری هورتون
مترجم: مرورا بدی فیض

اختیار داشتید، یک هدف منطقی را تعیین کنید. به جای: تمرکز بر تغییر رفتار تان این را امتحان کنید: یک ذکر (mantra) اختیار کنید

تلاش برای رسیدن به هدف، اغلب شامل تغییر رفتارهایتان می شود. انجام این کار بسیار سخت است. به خاطر کشمکش های موجود، بسیاری از ما دلسرد و زمانی که دائماً شکست می خوریم، تسلیم می شویم. اگر این مورد به کار شما شباهت دارد، ممکن است بخواهید به جای عزم راسخ برای انجام کاری، ذکر را اختیار کنید. کارآفرین رشمای چمبرلین (Reshma Chamberlin)، این رویکرد را زمانی امتحان کرد که فرصت سر خاندن نداشت و نتیجه گرفت که هر سال به یک «لنگر» نیاز دارد تا به کمک آن بتواند تلاش های خود را متمرکز کند. چمبرلین به همکار فست کمپنی، چنا عبدو (Jenna Abdou)، گفت: «این یک هدف واحد، مانند هر روز به باشگاه رفتن، نیست. ذکر شما، یک انتخاب آگاهانه برای کنترل زندگی تان است.» ذکر او در سال ۲۰۱۷ این بود: «بخواه و به تو داده خواهد شد.» این شعار او را واداشت تا در موقعیت هایی که بیشتر ممکن بود در آنها مردد باشد، آن چیزی را مطالبه کند که حق خود می دانست و این کار در نهایت منجر به ایجاد چندین فرصت سودآور برای او شد.

به جای: تعیین اهداف یکساله این را امتحان کنید: تعیین اهداف ۹۰ روزه

شما احتمالاً به تعیین هدف در ماه فروردین، به منظور دستیابی به آن هدف در اسفندماه عادت کرده اید، اما ممکن است هوشمندانه تر باشد که اهداف را در چارچوب زمانی کوچک تر تعیین کنید به خصوص زمانی که دائماً در یک محیط متغیر (مانند شرکتی نوپا)، فعالیت دارید. همانطور که متخصص بهره وری، لورا واندرکام (Laura Vanderkam)، قبلاً برای فست کمپنی نوشت، این چارچوب زمانی به شما اجازه می دهد به سرعت از نو شروع کنید و باعث می شود کارهایتان روی هم انباشته نشوند. واندرکام می گوید «فرصت ۹۰ روزه دادن به خود، به این معناست که شما با دانستن این که یک دوره ۹۰ روزه دیگر به زودی سر می رسد، قادرید روی تعداد محدودی کار تمرکز کنید.»

به جای: سعی برای حل یک مشکل این را امتحان کنید: آنچه را که همین حالا در زندگی تان وجود دارد بهینه سازی

مشکل عزم راسخ برای انجام کار آن است که اغلب به چیزی اشاره می کند که اشتباه بوده یا موجود نیست. ریاضیدان و کارآفرین، اسپنسر گرینبرگ (Spencer Greenberg) به الیزابت سگران (Elizabeth Segran) از فست کمپنی گفت «شما به جای تعیین اهداف، همواره باید متوجه روش های بهینه سازی زندگی خود باشید؛ سپس بر اساس آن گزینه، اقدام کنید.» اختیار کردن این رویکرد، حس همدردی با خود را تقویت می کند و در نتیجه حرمت نفس را افزایش می دهد و به نوبه خود، اقدامات مثبت را تقویت می کند. به علاوه این رویکرد شما را ترغیب می کند تا در مورد چگونگی بهتر ساختن تجارب کوچک روزمره بیندیشید. او به سگران گفت «این کار نقطه مقابل کسب و کار بر اساس روش های معمول است که اغلب ظاهر سنت را به خود می گیرد. به محض شروع، این کار کم کم به یک بازی شباهت پیدا می کند. توجه به روش هایی که می توانید زندگی خود را به کمکشان بهبود بخشید چه بهره وری در کار، روابط عاشقانه و یا فعالیت های سرگرم کننده باشند- اعتیادآور است. حال ببینید که چطور دفعه بعد در کارتان بهتر عمل خواهید کرد.»

منبع: fastcompany

بسیاری از متخصصان به شما خواهند گفت که اهداف باید خاص، قابل اندازه گیری، دست یافتنی، واقعی و مناسب (که به SMART شهرت دارد) باشند. این رویکرد اشتباهی نیست، البته تا زمانی که دیگر برای شما مؤثر واقع نشود. شاید در محاسبه زمانی که قرار است اختصاص دهید، به اشکال برمی خورید یا مرز میان بلندپروازی و توهم داشتن را نمی دانید و در نتیجه برای پیشرفت، با اشکال مواجه می شوید. به جای روش کار هوشمندانه، تنها از خود بپرسید «آیا امروز بهترین کار ممکن را انجام داده ام؟» طبق گفته دنیل داوولینگ (Daniel Dowling)، نویسنده مستقل و همکار فست کمپنی (FastCompany)، این روش «مبهم»، کاملاً ذهنیت و بهره وری او را تغییر داده است. او هر شب با پرسیدن این سؤال از خود، مجبور می شد متوجه میزان واقعی کاری باشد که هر روز انجام می داده است. زمانی که وقت خود را در بیشتر ساعات روز هدر می داد، دلیلش را بررسی می کرد و تغییراتی صورت می داد تا روز بعد همان اشتباه را تکرار نکند. او می گوید «بدون پرسش از خودم که آیا بهترین کار ممکن را انجام داده ام یا خیر، یا در احساس گناه غرق می شدم و یا اصلاً موفق به اندیشیدن درباره عملکردم نمی شدم. در عوض، انتقاد از خود را به اصلاح خود تبدیل کردم.»

به جای: شروع کار با تصور اتمام آن در ذهن خود این را امتحان کنید: در میانه راه، شروع به تعیین چند هدف کنید

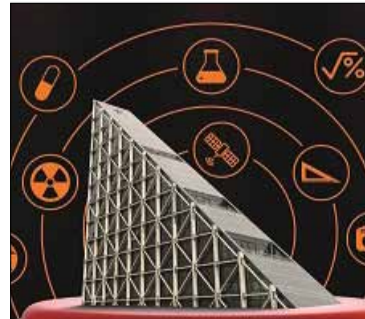
بیشتر روش های تعیین هدف، بر اساس این فرض به وجود می آیند که اهداف متوالی هستند. یک نقطه پایان مشخص وجود دارد و شما در خلاف جهت برنامهریزی می کنید تا چگونگی رسیدن به آن را محاسبه کنید. اما همانطور که اسکات یانگ (Scott Young)، نویسنده کتاب چگونگی تغییر رفتار، به استفانی ووزا (Stephanie Vozza) گفت، گاهی درک صحیحی برای رسیدن به این نقطه وجود ندارد. یانگ مثال شروع کسب و کار را می زند و می گوید «شما ممکن است شش ماه بعد، از کار خود مطمئن نباشید. ممکن است هدفی را تعیین کنید و دوماه بعد متوجه شوید که ابتدا روشی برای برآورده ساختنش در دست ندارید. سپس احساس شکست می کنید.» در این مورد، یانگ توصیه می کند به انجام مقدار مشخصی از کار متعهد باشید و هنگامی که تصور بهتری از کارهای لازم جهت تحقق آن را در



فراخوان رونمایی از محصولات برتر فناورانه تا ۱۰ تیر ۹۷ تمدید شد

محصولات، طی این فراخوان از شرکت های متقاضی که دستاوردهای جدیدی در تولید محصولات دانشی حوزه های مختلف فناوری داشته اند دعوت می شود تا در فرآیند انتخاب برترین محصولات و دستاوردهای فناورانه پارک مشارکت کنند. شاخص های مؤثر در انتخاب محصولات برتر، عدم معرفی محصول و یا نوع ارتقایافته آن در دوره های قبلی رونمایی اجلاس خانواده پارک و یا در جشنواره ها و رسانه های داخلی و خارجی کشور، کامل بودن فرآیند تجاری سازی طی شده و وجود سابقه فروش حداکثر دو سال متناسب با ظرفیت بازار محصول، دارا بودن مجوز و تأییدیه فنی از مراجع ذیصلاح، تأثیرگذاری بر رفع نیازهای حیاتی و استراتژیک کشور و کاهش یا قطع وابستگی به کشورهای خارجی، انجام فرآیندهای لازم به منظور اخذ مالکیت های معنوی لازم مرتبط با محصول، وجود محصول در فهرست کالاها و خدمات دانش بنیان و یا دارا بودن ظرفیت حضور در این فهرست است.

شرکت های عضو پارک فناوری پردیس معاونت علمی تا ۱۰ تیرماه مهلت دارند برای رونمایی از محصولات برتر فناورانه این پارک ثبت نام کنند. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، «اجلاس سالیانه و جشنواره برترین های پارک فناوری پردیس معاونت علمی» هر ساله با هدف ارائه گزارش یکساله عملکرد پارک، آگاهی از آخرین اقدامات و دستاوردهای شرکت های عضو، رونمایی از دستاوردهای برجسته فناورانه، انتخاب برترین شرکت های عضو پارک و سازمان و اشخاص حقوقی همکار در زمینه های مختلف با حضور مدیران ارشد شرکت ها و نمایندگان برخی از سازمان های دولتی و صنعتی مرتبط با فعالیت های پارک برگزار می شود. در شهریورماه سال جاری و در «شانزدهمین اجلاس سالیانه و جشنواره برترین های پارک فناوری پردیس معاونت علمی» نیز همانند هر سال ناظر بر رونمایی از آخرین دستاوردهای برتر فناورانه شرکت های عضو پارک فناوری پردیس معاونت علمی خواهد بود. بر این اساس و طبق روندهای پیش بینی شده برای ارزیابی



۱۴ شتابدهنده توسعه، کسب و کارهای نوپا را حمایت می کند

۱۴ شتابدهنده و مرکز حامی توسعه کسب و کار در فراخوان نوپاهای فناوری های همگرا حضور دارند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، چندی پیش فراخوانی تحت عنوان «نوپاهای فناوری های همگرا» توسط مرکز راهبردی فناوری های همگرا معاونت علمی و با حمایت ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان منتشر شد. به گفته این مرکز تاکنون ۱۴ مرکز شتابدهی و حامی توسعه کسب و کارهای نوپا برای همکاری اعلام آمادگی کردند تا از استارت آپ ها جهت فرآیند توسعه محصول آنها حمایت کنند.

هدف از انتشار این فراخوان شناسایی استارت آپ های حوزه فناوری های همگرا و اتصال آنها به مراکز حامی توسعه کسب و کار و شتابدهنده ها است. این رویداد فرصت بسیار مناسبی برای کارآفرینان، پژوهشگران و افراد علاقه مند برای راه اندازی کسب و کارهای نوپا ایجاد کرده است تا با ثبت نام در آن و ارسال

طرح های نوآورانه و فناورانه خود بتوانند شانس خود را برای جذب سرمایه گذار و راه اندازی استارت آپ خود امتحان کنند. محورهای علمی که گروه های فناور می توانند در آن حوزه ها طرح های خود را ارسال کنند مبتنی بر نیاز این مراکز است. با توجه به فعالیت تخصصی مراکز شتابدهی و حامی توسعه کسب و کار در حوزه های مشخص و خدمات متفاوتی که آنها به استارت آپ ها عرضه می کنند این امکان در فراخوان ایجاد شده است که پس از بررسی طرح های ارسالی از سوی گروه های فناور، در صورت تأیید طرح ها در داورهای اولیه، امکان انتخاب و اولویت بندی در ارائه به سرمایه گذاران به خود آنها سپرده شود. به منظور انتخاب هوشمندانه تر استارت آپ ها اطلاعات کاملی از نحوه سرمایه گذاری، فرآیند شتابدهی، خدمات قابل ارائه و... از حامیان به گروه های فناور داده می شود تا با شناخت بیشتر بتوانند انتخاب و اولویت بندی بهتری را در بین آنها داشته باشند.



کارگاه برندینگ

پایان دوره ایجاد رزومه و ظهور تأثیرگذاری برند شخصی

۵ توصیه برای ایجاد برند شخصی

<div><div> </div><div><div>به قلم: ساتگرام واچر</div></div></div>
<div><div> </div><div><div>ترجمه:علی آل علی</div></div></div>

امروزه افراد بسیار زیادی با استفاده از برند شخصی‌شان موفق به بهبود کارنامه حرفه‌ای و کسب‌وکارشان شده‌اند. یکی از نمونه‌های واضح در این زمینه، گری وینچوک، کارآفرین و سرمایه‌دار بلاروسی-آمریکایی، است. در حقیقت امروزه برندسازی شخصی به کانون توجه مردم در سراسر دنیا بدل شده است. اکنون روزهایی که افراد به سادگی پشت میزهای‌شان به کار مشغول بودند، به آرامی به پایان نزدیک می‌شود. در عوض دنیا اکنون بسیار بازر تر شده است. امروزه مردم مایل به خرید اطلاعات هستند. همچنین آنها قصد شناخت بهتر شما به عنوان فروشنده یا کارآفرین را دارند. بر همین اساس دوران ایجاد رزومه و جست‌وجوی شغل مناسب با تحصیلات و تخصص‌مان به زودی به پایان خواهد رسید. حال همه مردم به دنبال مشاوران مورد اعتماد هستند. بی‌تردید شناخت مشاور مورد اعتماد نیز از طریق رزومه یا هر فایل فیزیکی دیگری امکان‌پذیر نخواهد بود. در حقیقت برند شخصی در اینجا به کمک افراد می‌آید. بسیاری از مردم گمان می‌کنند برندسازی شخصی فرآیندی بسیار خودخواهانه است. در هر صورت شما به‌طور مداوم در تلاش برای تصویرسازی از خود هستید و این امر کاملا خودخواهانه به نظر می‌رسد. با این حال ماجرای این الگو از برندسازی کاملا متفاوت از تصور عمومی است. ایجاد برند شخصی معتبر، صادق و در تعامل بین‌المللی با افراد به خوبی پتانسیل تغییر بازی کسب‌وکار هر کارآفرینی را دارد. به این ترتیب نه‌تنها شما، بلکه سازمان و همه همراهان‌تان نیز از برند شخصی‌تان سود خواهند برد. امیدوارم جملات بالا شما را متقاعد به بازبینی برند شخصی‌تان کرده باشد. در این صورت توجه به نکات زیر مناسب خواهد بود.

۱- مایل باشید یا نه، شما برند شخصی دارید

فرقی ندارد در لینکدین، هاب‌اسیات یا هر پلتفرم دیگری عضو هستید، حقیقت حاکی از نگاه دقیق همکاران و رئیس بخش‌تان به پروفایل شما پیش از استخدام‌تان است. به این ترتیب سرنوشت حرفه‌ای و دوستی محل کار اغلب ما تحت تأثیر فعالیت‌مان در شبکه‌های اجتماعی و سایر حوزه‌های عمومی است. پرسش اصلی در اینجا بدین گونه است: «یا شما قصد مراقبت و سرمایه‌گذاری روی برند شخصی‌تان را دارید؟». امروزه افراد بسیار زیادی به دلیل فعالیت اندک در شبکه‌های اجتماعی در یافتن شغل دچار مشکل هستند. در این زمینه باید اندکی هم به شرکت‌ها حق داد. بی‌شک هیچ مؤسسه‌ای مایل به همکاری با فردی کاملا ناشناخته نیست. تمرکز اصلی در این بخش باید روی تصمیم شخصی‌مان باشد. شما در این شرایط چه برنامه‌ای دارید؟ یکی از مراحل مناسب برای شروع، بارگذاری استوری‌های متفاوت و متنوع است. به این ترتیب به عنوان مثال از موفقیت‌ها و شکست‌های‌تان در زندگی شخصی و حرفه‌ای استوری‌های زیبایی تهیه کنید. امروزه همه افراد داستان‌هایی برای بیان دارند. این ماجراها به‌طور معمول به نظر خود افراد خاص هستند، در عین حال با داستان‌های برخی دیگر از افراد در ارتباط قرار می‌گیرد. کشف این ارتباط و سرمایه‌گذاری روی آن در برندسازی شخصی بسیار مهم است.

۲- برندسازی شخصی به شرکت‌تان هم کمک می‌کند

یکی از افسانه‌های رایج پیرامون برندسازی شخصی صدمه آن به شرکت‌مان است. با این حال یک برند در واقعیت ماجرا کاملا برعکس در جریان است. به این ترتیب یک برند شخصی خوش‌ساخت توانایی بهبود شرایط شرکت‌مان را نیز دارد. به این ترتیب خلق یک برند شخصی جذاب توجه مخاطب را علاوه بر شما به شرکت متبوع‌تان نیز جلب خواهد کرد. به‌طور پیشرفته، مراقبت از برند شخصی بسیار دشوار است. در هر صورت این برند پیرامون شخصیت یک فرد شکل می‌گیرد. به این ترتیب کوچک‌ترین تحرک فرد موردتوجه قرار خواهد گرفت. با این حال خوشبختانه اکنون ابزارهای بسیار مناسبی برای مدیریت بهینه برند شخصی وجود دارد.

۳- مذاقت به مثابه بهترین سیاست

پیرامون این موضوع باید به شیوه‌ای درست بحث شود. در حقیقت همگان نحوه فعالیت شما در مکان‌های عمومی را بسیار راحت‌تر از تصورمان مشاهده خواهند کرد. بر همین اساس شما باید نسبت به اهداف‌تان با مخاطب صادق باشید. فرقی ندارد که شما یک فرد تازه‌وارد در دنیای کسب‌وکار هستید یا کارآفرینی حرفه‌ای، مردم علاقه‌مند به شناخت شخصیت و ماهیت کسب‌وکار‌تان هستند. چارچوب‌بندی برندتان براساس فعالیت واقعی خود در محیط کسب‌وکار و زندگی شخصی به تأثیرگذاری هرچه بهتر آن کمک شایانی خواهد کرد. نکته اصلی در اینجا خلق داستان برند شخصی‌مان برپایه حقیقت زندگی و کسب‌وکارمان است.

۴- کمک به بهبود شرایط شغلی

شما دیگر نیازی به رزومه کاری به منظور کسب شغل ندارید. امروزه کسب بهترین شغل‌ها از دل ارسال رزومه برای شرکت‌های بزرگ بیرون نمی‌آید. اکنون کسب موفقیت‌های شغلی مناسب از طریق ارتباط‌های از پیش پرداخته شده با افراد و شرکت‌ها صورت می‌پذیرد. بی‌تردید در چنین رابطه‌هایی رزومه نقش چندانی ایفا نمی‌کند. برندسازی شخصی یکی از راهکارهای مناسب برای برقراری ارتباط با افراد مؤثر در شکل‌دهی به آینده شغلی‌مان است. به این ترتیب برندسازی شخصی چیزی فراتر از سرگرم‌سازی مخاطب‌ها به حساب می‌آید. با ساماندهی برند شخصی‌مان بهبود شرایط شغلی بسیار راحت‌تر رخ خواهد داد. به بیانی دیگر، برند شخصی شما به مثابه سرمایه‌ای عینی و تأثیرگذارتر از رزومه روی ذهن شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد. به این ترتیب در صورت نیاز به استخدام نیرو آنها به‌طور ناخودآگاه به فکر شما نیز خواهند افتاد.

بی‌تردید فرآیند استخدام در دوران کنونی رو به تغییر گذاشته است. در این میان برندسازی شخصی به افراد در زمینه انطباق با تغییرات این حوزه کمک فراوانی خواهد کرد. برنامه شما برای ایجاد چنین رابطه‌های مناسبی با دیگر کارآفرینان و شرکت‌ها چیست؟

۵- تظاهر معنا ندارد

اعتبار مرکز تمام بحث‌هایی است که ما در طول روز انجام می‌دهیم. به‌طور معمول این مفهوم از دل آنچه بدان علاقه داریم، بیرون می‌آید. به عنوان مثال اگر شما در مقام مدیریت یک کسب‌وکار هستید، نمی‌توان اعتبار را به زور ایجاد کرد. برخی از افراد در زمینه خلق اعتبار چندان موفق عمل نمی‌کنند. از آنجایی که اعتبارآفرینی امری ذاتی نیست، این نکته چندان اهمیتی ندارد. به یاد داشته باشید که در زمینه اعتبار عمل ما بیشتر از سخن‌مان تأثیرگذار خواهد بود. به این ترتیب عمل در راستای کسب اعتبار پیام مشخصی را برای مخاطب و سایر دست‌اندر کاران حوزه کسب‌وکار ما مخابره خواهد کرد. شما نسبت به آنچه انجام می‌دهید، مصمم هستید. در این بخش توجه شما باید به یک نکته مهم باشد و آن ثبات در شروع و بنای یک مجموعه (در اینجا برند شخصی) است. بی‌تردید ایده برندسازی شخصی می‌تواند دلپه‌وار و باشد. با این حال فرآیند برندسازی شما نیازی به پیروی از فرآیندهای کلیشه‌ای ندارد. این برند ویژه شماست. به این ترتیب باید از علاقه و شور شخصی‌تان نیز تغذیه شود. برند شخصی‌تان در هر وضعیتي که هست، امروز یک قدم به سوی جلو بردارد. اجازه دهید برندتان تحول یابد. همین قدم ساده امروز شما گام‌های بزرگ بعدی را به همراه خود داشت. به یاد داشته باشید که همیشه شروع یک مسیر دشوارتر از پیمودن آن است.

منبع: **inc**

www.forsatnet.ir

تبلیغات و برندینگ

جام جهانی فوتبال و تبلیغات برند و شرکتهای مختلف در ایران و جهان



جام جهانی فوتبال یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین رویدادهای ورزشی در جهان است که هر چهار سال یکبار حدود یک میلیارد نفر را در سراسر دنیا برای یک ماه درگیر خود می‌کند. این جمعیت چنان جذب وقایع جام جهانی می‌شوند که شرکت‌های بزرگ دنیا این فرصت را مغتنم شمرده و هزینه‌های بسیار بالایی را برای انواع گوناگون تبلیغات در این بازه زمانی متقبل می‌شوند. بسیاری از تبلیغات برند و شرکت‌ها به صورت مستقیم در محل‌های برگزاری بازی‌های جام جهانی نمایش داده می‌شوند، بسیاری دیگر در بین برنامه‌های تلویزیونی مرتبط با جام جهانی و ما بین بازی‌ها به نمایش در می‌آیند و تعداد کثیری از آنها نیز به صورت غیرمستقیم به این رویداد پرمخاطب اشاره می‌کنند. تسب فوتبال در ایران نیز همانند سایر کشورها این فرصت را برای کسب‌وکارها و همچنین شرکت‌های مارکتینگ و تبلیغاتی فراهم می‌آورد تا در حین این رویداد بزرگ، توجه مخاطبان را جلب کرده و به معرفی محصولات خود بپردازند. این تأثیرات گاه به صورت آگاهانه و گاه ناخودآگاه در ذهن مخاطب نقش می‌بندد.

تولید محتوای باکیفیت و مرتبط، ایجاد تبلیغات خلاقانه بصری (ترکیبی از جام جهانی و محصول یا خدمات)، برگزاری کمپین‌های بازاریابی متنوع و به‌یادماندنی و از همه جذاب‌تر سمپلینگ‌های خاص، همه‌همه گوشه‌ای از فعالیت‌های تبلیغاتی، برندینگ و بازاریابی شرکت‌ها و برندها در حین برگزاری جام جهانی فوتبال هستند.

از روش‌هایی که می‌توان برای تبلیغات از آنها استفاده کرد به چند مورد اشاره می‌کنیم:

اسپانسرینگ

این کار هزینه بسیاری بالایی دارد و در توانایی هر شرکت یا برندی نیست، به هر حال یکی از روش‌های کم‌ریسک و پربازده محسوب می‌شود. شرکت‌هایی مثل آدیداس و کوکاکولا چندین سال اسپانسری این رویداد را برعهده داشته‌اند. اسمال نیز شرکت‌های بزرگ چینی گوی سبقت را در اسپانسرینگ مسابقات ربوده‌اند. «ویزا»، «دالیان واندا» و «کوکاکولا» از بزرگ‌ترین شرکای جام جهانی اسمال به شمار می‌روند.

برندهای خودروسازی کره‌ای یعنی هیوندای و کیا و خطوط هوایی قطر نیز بخش دیگری از پارت‌های جام جهانی هستند.

شرکت راه‌آهن روسیه هم در اقدامی جالب یکی از حامیان این رویداد در جام جهانی ۲۰۱۸ است.

برند فست فودی مک‌دونالد هم تلاش کرده است که به عنوان اسپانسر در این مسابقات خود را به خوبی در معرض دید مخاطبان جام جهانی قرار دهد.

فهرست پارت‌های جام‌جهانی ۲۱۰۸ روسیه و اسپانسرهای جهانی و منطقه‌ای را می‌توانید در سایت فیفا مشاهده کنید.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی

امروزه شبکه‌های اجتماعی جزو پرمخاطب‌ترین و تأثیرگذارترین رسانه‌ها هستند و باعث از بین رفتن مرزها و برقراری ارتباط بین افراد در تمامی نقاط دنیا شده‌اند.

بسیاری از شرکت‌ها با استفاده از برگزاری مسابقات و هشتگ‌های مرتبط، با استفاده از بازیکن‌های معروف در ویدئوهای خود برای تبلیغات استفاده می‌کنند.

برای مثال در جام جهانی ۲۰۱۴ یک برند کوچک توانست با ایجاد چالش ارسال بهترین لحظه‌های مسابقات از نگاه مردم و نمایش آن برای عموم به مخاطبان میلیونی دست پیدا کند.

در این دوره از جام جهانی در اینستاگرام بسیاری از برندهای داخلی و خارجی با استفاده از کامنت گذاشتن و سیستم رای گیری اینستاگرام،

کمپین‌های تبلیغاتی متفاوتی در راستای پیش‌بینی جام جهانی راه‌اندازی کردند و به اهدای جوایز دوره‌ای می‌پردازند.

تبلیغات محیطی

بهترین نقطه برای تبلیغات محیطی، شهرهای برگزارکننده جام جهانی است. همواره میلیون‌ها نفر برای تماشای این بازی‌ها به کشور محل برگزاری مسابقات سفر می‌کنند. برای این کار می‌توان یک نمایندگی را در کشور مقصد ایجاد کرد یا در هتل‌های پسر رفت و آمد به معرفی برند پرداخت. برای مثال یک شال یا شپویر که برند شما در آن حک شده است، می‌تواند تأثیر عمیقی روی افراد داشته باشد. با این حال این امر باید کاملا متناسب با بودجه شما باشد. توجه داشته باشید که همواره گران‌قیمت‌ترین اقدامات، بهترین نتیجه‌ها را به همراه نخواهد داشت.

حامی غیر مستقیم باشید

در صورتی که قادر به رسمی کردن حمایت خود نیستید، توصیه می‌شود اقدامات خود را در این رابطه متوقف نکنید. برای مثال مایکروسافت در طول جام جهانی ۲۰۱۰ در اقدامی خلاقانه و در راستای شناساندن بهتر موتور جست‌وجوگر خود با نام بینگ، اقدام به عرضه آن در کافه‌های مختلف کشور میزبان کرد. این امر باعث شد تا افراد در بهانه تماشای رایگان مسابقات، با امکانات و مزایای این موتور جست‌وجوگر نیز آشنا شوند.

در مورد برندهای داخلی و عدم رعایت قوانین کپی‌رایت

در مورد استفاده از نام و هویت و آیتم‌های مرتبط با جام جهانی قوانین بسیار سخت‌گیرانه‌ای در دنیا وجود دارد که برندهای بین‌المللی ملزم به رعایت آن هستند. این موضوع برای برندهای بین‌المللی که در ایران فعال هستند نیز صدق می‌کند، ال‌جی و سامسونگ از این دست برندها هستند که می‌دانند تنها حق دارند بر این موج سوار شوند و حق استفاده از لوگو و المان‌های جام جهانی را ندارند و گرنه با شکایت فیفا روبرو خواهند شد.

اما برعکس برخی از برترین برندهای ایرانی به سادگی به استفاده از لوگو، نشان‌های مرتبط یا کلماتی همچون حامی و اسپانسر جام جهانی می‌پردازند. فارغ از اینکه که در این لحظه فیفا می‌تواند به شکایت از برندهای داخلی بپردازد یا خیر، به نظر می‌رسد برندهای داخلی باید به عنوان یک شهروند مسئول و قانون‌مدار یک قدم جلو بگذارند و از این اقدام غیرقانونی خودداری کنند.

در ادامه به معرفی چند کمپین تبلیغاتی تأثیرگذار در ادوار جام جهانی، در ایران و سایر نقاط دنیا و همچنین کمپین‌های فعلی که برای جام جهانی ۲۰۱۸ روسیه طراحی شده‌اند، می‌پردازیم.

آگهی‌های تبلیغاتی موفق و اثرگذار در ادوار جام جهانی

شرکت پیپسی – سومو – سال ۲۰۰۶

رائول، روبرتو کارلوس، ادگار داویدز و دیوید بکهام برای برنده شدن یک جعبه نوشابه پیپسی خنک در یک مسابقه کشتی ژاپنی موسوم به سومو شرکت می‌کنند. از نکات برجسته این آگهی تبلیغاتی می‌توان به نمایش فیلمی کمدی از کشتی این آماتورها و اثبات مجدد این موضوع اشاره کرد که مهارت‌های بدنی دیوید بکهام چندان بالا نیست.

برند بیتنس – بازی قبل از بازی – سال ۲۰۱۴

برند Beats Electronics زیرمجموعه Apple اسپانسر بازی‌های جام جهانی نبوده و بازیکنان نیز از به کارگیری هدفون‌های زیبای آن با هدف حمایت از حقوق اسپانسر رسمی مسابقات یعنی سونی منع شدند، اما چنین محدودیت‌هایی جلوی موفقیت Beats در اختصاص سهمی بزرگ از بازار پیش از تورنمنت ۲۰۱۴ به خود را نگرفت.

آگهی تبلیغاتی زیبای «بازی قبل از بازی» تاکنون ۶.۸ میلیون بازدیدکننده در یوتیوب داشته و بسیاری از کاربران توییتر قبل‌ا آن را

بهترین آگهی تبلیغاتی جام جهانی اسمال نامیده‌اند.

شکلات مارس – ترانه خوانی برای انگلستان – ۲۰۱۰

با حفظ تم نوستالژیک خود، آگهی تبلیغاتی مارس برای جام جهانی ۲۰۱۰ به تلافی جان بارنز، خواننده رپ سال ۱۹۹۰ ساخته شد که زمانی آهنگ موفق World in Motion را روانه بازار کرد. در این آگهی تبلیغاتی ما شاهد حضور خواننده استرالیایی سبک راک بارنسی، هستیم که یک نوار کاست را قبل از ارائه سبک رپ کلاسیک خود به گروه boombox می‌دهد. در ادامه درخواست انجام یک کار در زمان مناسب مطرح می‌شود.

نمونه کمپین‌های تبلیغاتی در ایران در سال ۲۰۱۴

- شرکت آسان موتور (واردکننده اتومبیل‌های برند هیوندای:

پیش‌بینی نتایج و عضوگیری در کلوب آسان موتور

- مسابقه جام‌جهان‌نما از ایرانسل: مسابقه پیامکی برای پرسش‌وپاسخ در رابطه با تیم‌های حاضر در جام جهانی برزیل

- همراه با جام جهانی از همراه اول به عنوان حامی تیم ملی ایران در جام جهانی: یک مسابقه پیامکی که مخاطبان با پرداخت روزانه ۱۲۰ تومان از تیم ملی حمایت می‌کنند **teammelli.ir**

- کل کل کلاب از فراسو: پیش‌بینی نتایج بازی‌های جام جهانی در سایت **www.kalkalclub.com**

- شبکه اجتماعی ورزشی طرفداری **tarafdari.Com**: پیش‌بینی نتایج بازی‌های جام جهانی ۲۰۱۴

- سایت خبری آفتاب **afTab.Ir**: پیش‌بینی نتایج بازی‌های جام جهانی ۲۰۱۴

- فیدیلیو: طرفداری هر تیم با یک رستوران به‌صورت یک به یک انتخاب شده که شرکت‌کنندگان می‌توانند با پیش‌بینی درست نتایج بازی تیم مورد علاقه به ازای هر یک امتیاز ۵هزار تومان اعتبار از رستوران بگیرند.

کمپین‌های داخلی ایجاد شده برای جام جهانی ۲۰۱۸ روسیه

- بانک ملی ایران: تیم ملی ۹۰ نفره

سفر به جام جهانی روسیه برای ۴۵ نفر + یک همراه برگزاری قرعه‌کشی جهت افزایش عضوهای سامانه بام، بله و حساب‌های قرض‌الحسنه و همچنین افزایش اعضای صفحات بانک در شبکه‌های مجازی

- برند چاکلز:

بریم جام جهانی

داخل بسته‌بندی محصولات کوپن‌های لازم برای ثبت در قرعه‌کشی موجود است.

- مدیران خودرو:

مسابقه پیش‌بینی نتایج مسابقات جام جهانی

- همراه اول:

قرعه‌کشی کمک هزینه سفر به جام جهانی برای ۱۰۰۰ نفر (با توجه به امتیازات کسب شده توسط کاربران خدمات همراه اول)

- دیجی کالا

سامانه پیش‌بینی مسابقات جام‌جهانی ۲۰۱۸ به شکلی متفاوت و بسیار شبیه سیستم‌های شرط‌بندی

- چرم درسا:

سامانه پیش‌بینی مسابقات جام‌جهانی ۲۰۱۸

- کلوب مارکتینگ:

سامانه اختصاصی فعالان برندینگ، بازاریابی و تبلیغات برای

پیش‌بینی مسابقات جام‌جهانی ۲۰۱۸

منبع: **imarketer**

ایستگاه بازاریابی



آیا باز خورد ضعیف، در حال کند کردن رویه رشد شرکت شماست؟

مترجم: حسین علی پور

نسل دهه‌های ۸۰ میلادی تا سال ۲۰۰۰ که به اصطلاح به آنها نسل هزارساله می‌گویند، در حال وارد شدن به بازار کار هستند و در طول تمام سال‌های رشد خود بازخوردهای مثبت دریافت کرده‌اند. حال بسیاری از آنها انتظار دارند دائماً مورد ستایش قرار بگیرند، ترفیع دریافت کنند و افزایش حقوق داشته باشند. در نتیجه همه اینها، مدیران تحت‌فشار حمایت از کارکنان هستند. مشکل اینجاست که بازخورد مثبت تنها نیمی از ماجراست. کارکنان باید در بازخوردهایی که دریافت می‌کنند، تصویری تمام‌وکمال از کارکرد خود داشته باشند؛ بدین معنا که شرکت‌ها باید به‌دنبال راهایی برای ارائه انتقاد سازنده بگردند. در شرکت اکسلریشین پارتنرز (AP)، من مدیران را تشویق به «صالت محترمانه» می‌کنم. هسته این روش مشکل است از توانایی صادق بودن در دیدگاه خود و هم‌زمان در نظر گرفتن دیدگاه‌ها و احساسات دیگران. این قاعده‌ای مهم است که رعایت آن می‌تواند به ارتباطات کاری و شخصی بهتری بینجامد و موجبات مکالمات و بازدهی بهتری را فراهم آورد. هدف از دادن بازخورد به دیگران، رشد و ارتقای آنهاست، نه تضعیف روحیه و بنابراین زمانی که می‌خواهید کارکنان را راهنمایی کنید، مهم است که دقیق و صریح باشید. مسئله را شخصی و مشکلات کوچک را بزرگ نکنید. من قانونی دارم مبنی بر این که تا سه‌روز بعد از وقوع یک مشکل، به فرد بازخورد ارائه دهید، در غیر این صورت چشم‌پوشی کنید.

صادقانه

رواست و تاکتیکی	رک و بی پرده
محرمانه	انتخاب از درگیری
نامحترمانه	تهاجمی منفعل

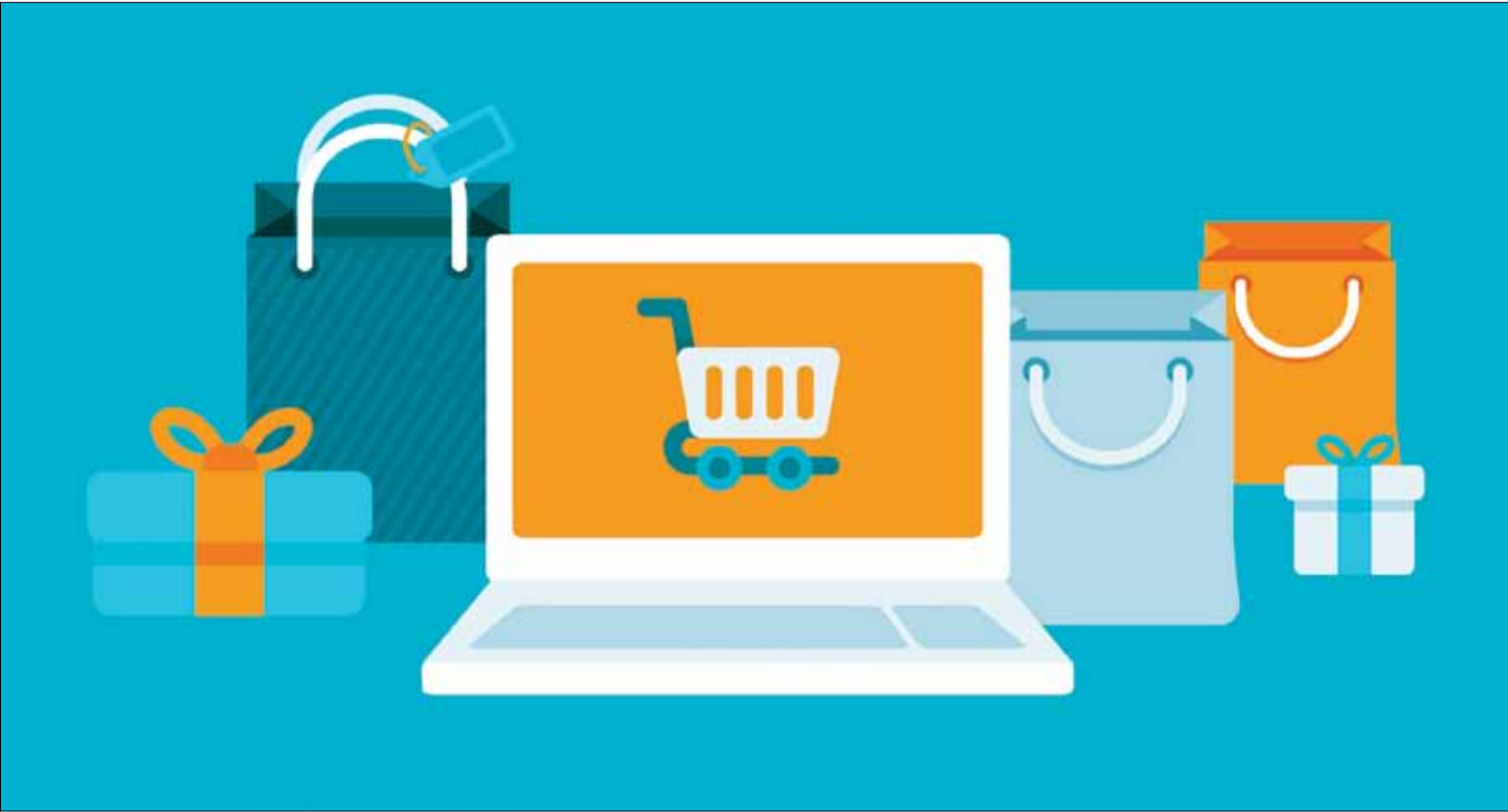
غیرصادقانه

زمان ارائه بازخورد دو نکته را فراموش نکنید:

۱. افراد خواهان این هستند که با احترام و وقار با آنها رفتار شود.
۲. افراد می‌خواهند حقیقت را بدانند و می‌توانند با آن کنار بیایند. سعی کنید از لحن اتهام‌آمیز پرهیز کنید و به‌جای آن راجع به رفتار فرد در آن شرایط و تأثیری که آن رفتار بر شرکت می‌گذارد صحبت کنید. به‌عنوان مثال، می‌توانید به‌نماینده فروش خود بگویید که متوجه این موضوع شده‌اید که او معمولاً وقتی یکی از مشتریان سؤالی می‌پرسد، سکوت می‌کند. این موضوع شاید خیلی مهم به‌نظر نیاید، اما سکوت در چنین شرایطی ممکن است مشتری را به این نتیجه برساند که فروشنده در مورد موضوع مورد بحث اطلاعات زیادی ندارد. سپس می‌توانید به‌نماینده فروش خود بگویید «من دوست ندارم کسی توانایی شما را زیر سؤال ببرد، به‌همین دلیل در چنین شرایطی، به مشتری بگویید که بعداً جواب سؤال او را خواهید داد.» آنچه می‌خواهم به آن اشاره کنم، تأثیر این مسئله بر کسب‌وکار شماست، و این مسئله چیزی نیست که تنها برای شما و به‌صورت شخصی در دسترس ایجاد کند. هر چند هیچ‌کس دوست ندارد نظرات خود را بطور دیگری جلوه دهد، اما همواره به‌اصطلاح «بهترین نسخه از واقعیت» وجود دارد. نسخه‌ای که منظور شما را می‌رساند و در عین حال احساسات فرد را نیز محترم ارزشمند تلقی می‌کند. برای اینکه نشان دهم «صالت محترمانه» چگونه است، جدولی ۲x۲ ساختم که گزینه‌های متفاوت بازخورد را نمایش می‌دهد. به‌عنوان مثال اگر کسی از شما بپرسد «این طرح از نظر شما چگونه است؟» و شما واقعا از آن طرح خوش‌تان نمی‌آید، چهار نوع جواب می‌توانید ارائه دهید.

۱. رک و بی‌پرده. می‌توانید بگویید «اژش متفرم». جوابی صادقانه، اما در عین حال نامحترمانه.
۲. تهاجمی منفعل. اگر شما از این طرح به‌دلیل این که طرح خود شما مورد قبول واقع نشده است بدتان می‌آید، ممکن است چیزی از قبیل «خوب است، اما فکر نکنم مدیرعامل خوشش بیاید» را بگویید. این گونه جواب‌ها هم ناصادقانه هستند و هم نامحترمانه.
۳. دوری از درگیری. شاید به این فکر افتاده باشید که بگویید «به‌نظر من خوب است» درحالی که این‌طور فکر نمی‌کنید، اما این شیوه ناکارآمدی است. شما سعی دارید محترمانه برخورد کنید، اما در این‌مورد غیرصادقانه برخورد کرده‌اید. این‌گونه بازخوردها نه‌تنها به کارکنان، بلکه به شرکت نیز کمکی نمی‌کند.

۴. روراست و تاکتیکی. «از دید من اگر ...»ها را داشته باشید بهتر است. این جواب حساب‌شده به صراحت می‌رساند که از نظر شما این طرح مشکلاتی دارد و همچنین راه جدید و مفیدی را ارائه می‌دهد. بسیاری دریافت افراد یا ربع قسمت بالا و چپ جدول (رک و بی‌پرده) و یا ربع پایین و راست جدول (دوری از درگیری) را اشغال می‌کنند، درحالی‌که هیچ‌کدام از این دو رویکرد نتایج مطلوبی نخواهند داشت. در دسته اول، به‌دلیل شیوه نارس، پیام شما به‌صورت صحیح به مخاطب نمی‌رسد. در دسته دوم نیز جوابی صادقانه، محترمانه و تاکتیکی داده نمی‌شود. به‌نظر شما افراد لیاقت بهتر از این دو گزینه را ندارند؟ در شرکت من، خودم و تیم در تلاش هستیم که بازخوردهای خود را به‌سمت ربع «روراست و تاکتیکی» جدول سوق دهیم. این مفهوم به‌خوبی با قواعدی که کیم اسکات (Kim Scott) در کتاب خود به نام «بی‌بردگی رادیکال: چگونه مدیری فوق‌العاده باشیم، بدون این که انسانیت را زیر پا بگذاریم» نام برده است، مطابقت دارد. به‌گفته اسکات «برای اینکه در زمینه بازخورد حقیقتاً فوق‌العاده ظاهر شوید، بازخورد دریافت کنید، بازخورد بدهید و افراد را نیز به این کارها تشویق کنید.» دفعه بعد که تصمیم به دادن بازخورد داشتید یا از شما نظری خواسته شد، بدانید که از به‌کارگیری صداقت و احترام نتایج مطلوبی خواهید گرفت. من به این نتیجه رسیده‌ام، زمانی که انتقال پیامی برایم دشوار است، این روش بسیار کارآمد است. حتی اگر مخاطب با بازخوردی که برای او دارم موافق نباشد یا از آن خوشش نیاید، معمولاً از اینکه آن‌را به‌صورت محترمانه و صادقانه انتقال داده‌ام، قدرتان خواهد بود. دادن بازخورد صحیح و خوب به افراد کمک می‌کند از تکرار اشتباهات خود جلوگیری و پیشرفت کنند. وقتی مطمئن شدید کدام‌یک از رفتارها صحیح هستند و کدام ناصحیح، به‌راحتی می‌توانید افرادی از تیم خود را که قابلیت یادگیری، تطبیق و در نهایت رشد همگام با شرکت شما را دارند شناسایی کنید. اینها افرادی هستند که باید در تیم خود نگاه دارید، زیرا رشدشان منجر به رشد کسب‌وکار شما خواهد شد. منبع: forbes



می‌کنید، برای ارسال کالا بهتر است از سیستم‌های سفارشی تجارت الکترونیک استفاده کنید.

هر چه تأمین‌کنندگان شما بیشتر باشند، نیاز شما هم به استفاده از باربری‌های مختلف و تأمین ملاحظات خاص کالاها بیشتر می‌شود. مثلاً شاید تأمین‌کننده‌ای که در منزل خود زیورآلات تولید می‌کند، خدمات باربری خاصی را ترجیح بدهد، مثلاً USPS چون به منزلش نزدیک‌تر است و تأمین‌کننده دیگری به خاطر اشتراکی که با باربری خاصی دارد (مثلاً فدکس) فقط از خدمات آن باربری استفاده کند. لذا شاید در نتیجه این تعدد گزینه‌های ارسال مجبور باشید بستر تجارت الکترونیک خود را طوری شخصی‌سازی کنید که محدودیت‌هایی بر اختیارات خریداران اعمال کند.

مثلاً برخی باربری‌های خاص کالاها را به صندوق‌های پستی هم ارسال می‌کنند، یا قبل از تحویل مرسوله از گیرنده امضا می‌گیرند، ولی برخی دیگر این خدمات را ارائه نمی‌کنند.

۵- **کدهای تبلیغاتی (Promo Code) یا کوپن‌های تخفیف سفارشی قبول می‌کنید (یا قوانینی برای استفاده از آنها دارید).**

شاید سیستم‌های تجارت الکترونیک آماده هم قابلیت دریافت کوپن را داشته باشند، اما معمولاً محدود و ابتدایی هستند. مثلاً شاید بخواهید تعداد محصولاتی را که خریداران قادر به استفاده از کوپن برای آنها هستند محدود کنید، یا شاید تأمین‌کننده خاصی روی محصولات مشخصی تخفیف قابل نمی‌شود و مجبور باشید کالاها یا برندهای خاصی را از اعمال کوپن مستثنی کنید. متأسفانه هر راهکار آماده‌ای قابلیت برآورده کردن این قوانین خاص را ندارد.

اما با استفاده از وب‌سایت‌های سفارشی می‌توانید هر تعداد قوانینی با هر درجه از جزئیات که می‌خواهید روی کدهای تبلیغاتی و کوپن‌ها اعمال کنید.

۶- **نیاز به ادغام با نرم افزار پشتیبانی (Back-End Software) دارید**

در وب‌سایت‌های تجارت الکترونیک همیشه نیاز است با سیستم‌ها و نرم‌افزارهای دیگر ادغام صورت بگیرد.

مثلاً شاید در لایه پشتیبانی از یک سیستم ثبت سفارش برای ردگیری سفارشات از لحظه تأیید تا مرحله نهایی و ارسال کالا استفاده کنید. هم‌زمان لازم است سفارشات را صورت بزنید و در سیستم حسابداری خود ثبت کنید.

ادغام نرم‌افزار پشتیبانی مورد استفاده با وب‌سایت تجارت الکترونیک شما بسته به نوع نرم‌افزار امکان دارد به سادگی قابل انجام باشد یا اینکه فرآیند پیچیده‌ای در کار باشد. برای فرآیندهای پیچیده باید از وب‌سایت‌های سفارشی استفاده کنید.

۷- **مشتریان شما نیازهای خاصی دارند**

برای مشتریان برخی کسب‌وکارها زمان از اهمیت بالایی برخوردار است و سرعت خرید در اولویت قرار دارد، لذا باید فرآیند خرید به سریع‌ترین و آسان‌ترین شکل ممکن صورت بگیرد. برخی کسب‌وکارها هم ترجیح می‌دهند فضایی دوستانه، شخصی‌سازی شده و آشنا برای مشتری تعبیه کنند. برای ساخت تجربه خرید خاص مورد پسند مشتریان خود بهتر است از وب‌سایت‌های سفارشی استفاده کنید.

۸- **نیاز به صدور فاکتور دارید**

شاید مشتریان شما به دلایل قانونی بخواهند فاکتور تمامی سفارشات‌شان از وب‌سایت شما را در طول یک بازه مشخص مشاهده کنند. هر راهکار آماده‌ای این قابلیت را ندارد که چنین فاکتوری برای بازه زمانی خاصی صادر کند.

۹- **می‌خواهید از درگاه پرداخت خاصی استفاده کنید**

معمولاً راهکارهای آماده تجارت الکترونیک از تمامی درگاه‌های پرداخت پشتیبانی نمی‌کنند. با اینکه بیشتر کسب‌وکارهای کوچک از خدمات درگاه پرداخت بانک خود استفاده می‌کنند، اما شاید به دلایلی همچون کارمزد کمتر یا واریز سریع‌تر وجوه، شرکت دیگری را ترجیح دهید.

۱۰- **دغدغه‌های امنیتی دارید**

بازترین دغدغه امنیتی در مدیریت یک وب‌سایت تجارت الکترونیک، حفاظت از اطلاعات شخصی مشتریان، مشخصاً اطلاعات حساب بانکی آنها است. وب‌سایت شما هم به عنوان بخشی از کسب و کارتان باید

به قلم: جنیفر دویت
مترجم: حمید پرهام‌پور

اگر به دنبال ایجاد وب‌سایت تجارت الکترونیک (eCommerce) جدیدی هستید، اولین تصمیمی که باید بگیرید انتخاب میان راهکارهای آماده (Premade Solution) یا سفارشی (Custom Solution) است.

راهکارهای آماده مانند شاپیفای (Shopify) و ووکامرس (WooCommerce) مزیت‌های خود را دارند، اما برای نیازهای همه شرکت‌ها مناسب نیستند.

درست است که وب‌سایت‌های تجارت الکترونیک سفارشی نیاز به صرف وقت بیشتری دارند، اما بازدهی آنها در ارائه کنترل، انعطاف‌پذیری و مقیاس‌پذیری بالاتر است.

باید ببینید مزایای قابل ملاحظه سفارشی کردن وب‌سایت تجارت الکترونیک به سهولت استفاده از محصولات آماده می‌چربد یا خیر و بعد تصمیم خود را بگیرید. به کمک این ۱۳ معیار، تصمیم آگاهانه‌تری بگیرید.

۱- **محصولات شما مازولار هستند یا قابلیت سفارشی‌سازی دارند**

اگر می‌خواهید گزینه‌های زیادی برای سفارشی کردن محصولات در اختیار خریداران قرار دهید، بهتر است با استفاده از وب‌سایت‌های سفارشی این تنوع را ایجاد کنید. نمونه بارز آن فروشگاه‌های تیشرت هستند که قابلیت سفارشی کردن اندازه، رنگ، قلم نوشته و المان‌های گرافیکی روی تیشرت‌ها را دارند.

وقتی این همه متغیرهای مختلف دخیل هستند که هر کدام هزینه‌ای اضافی به بار می‌آورد، منطقی است که برای هر تیشرتی قیمت متمایزی نیز درج شود.

سیستم‌های آماده تجارت الکترونیک قادر نیستند حتی برای یک محصول هم این همه گزینه‌های متنوع مهیا کنند، چه برسد به تک تک محصولات.

برای پیاده‌سازی و مدیریت سفارشات پیچیده اینچنینی نیازمند راهکارهای سفارشی پیشرفته هستید.

۲- **گزینه‌های تخصصی یا منحصری برای ارسال کالا دارید**

اگر محصولاتی عرضه می‌کنید که دارای اندازه و وزن ثابت و مشخصی هستند و نیاز به ملاحظات خاصی هم ندارند، با دردرس خاصی مواجه نخواهید شد، اما هر چه تنوع محصولات شما بالاتر باشد، دغدغه‌های ارسال کالا بیشتر خواهد بود.

راهکارهای سفارشی برای این گونه محصولات بهتر جواب می‌دهد. مثلاً شاید مشتریان شما خدمات شرکت پستی خاصی را ترجیح می‌دهند.

یا اگر کالاهای خود را به کشورهای دیگر هم ارسال می‌کنید، باید هزینه‌های گمرکی را هم مدنظر قرار دهید.

یا اگر محصولاتی عرضه می‌کنید که نیازمند نگهداری در دمای مشخص هستند (مانند داروها، تنباکو، آثار هنری و محصولات آرایشی بهداشتی)، ممکن است برای جلوگیری از فساد و حفظ تازگی نیاز باشد این محصولات در سردخانه نگهداری شوند.

۳- **صنعت شما قوانین خاصی دارد**

همه صناعت‌ها یک جور نیستند. احتمالاً صنعت شما هم قوانین و مقررات مختص خود را دارد.

مثلاً شاید همین مشکل سردخانه که پیش‌تر ذکر شد در مورد شما صدق کند. کالاهای فاسدشدنی مانند میوه، سبزیجات، گوشت، محصولات لبنی یا مایعات نیاز به مراقبت‌های ویژه دارند. همچنین باربری‌ها قوانین خاص خود را در خصوص کالاهای ممنوعه دارند. مثلاً شرکت خدمات پستی ایالات متحده (USPS) ارسال داخلی کالاهایی نظیر کبسه هوا و بنزین و ارسال بین‌المللی مواد هواپخش و یخ خشک را ممنوع می‌داند.

اگر شما هم در صنعت خود با کالاهایی اینچنینی سروکار دارید، باید راهکارهای سفارشی تجارت الکترونیک را امتحان کنید.

به کمک این راهکارها می‌توانید ترتیبی بدهید که استانداردهای ارسال کالا خاص صنعت شما و باربری‌های مختلف در وب‌سایت شما لحاظ شود.

۴- **با تأمین‌کنندگان مختلفی همکاری دارید**

اگر کالاهای خود را از تأمین‌کنندگان (Vendor) مختلف تهیه

۶ راه ساده برای حفظ انگیزه

مترجم: نیما جوادی

شروع یک کسب‌وکار شاید به نظر غیرممکن باشد، ولی من این کار را چندین بار انجام داده‌ام و آخرین تجارت خود را نیز در سال ۲۰۱۴ افتتاح کردم. گرچه مراحل اول کار بسیار سخت و دشوار است و شاید حتی احساس ناامیدی و شکست بکنید، ولی چنانچه قصد تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق و معروف را دارید، حفظ و ایجاد انگیزه از اهمیت بسیار بالایی برخوردار خواهد بود.

مطمئناً حرف زدن از کار کردن راحت‌تر است، ولی من به‌شخصه پس از گذشت چهار سال و تحمل سختی‌ها و مشقت‌های فراوان تجارت خود را با موفقیت به سوددهی رساندم و در عین حال همچنان درست مانند روز اول شروع کارم انرژی و انگیزه دارم.

اکنون راه‌های حفظ و ایجاد انگیزه را با شما در میان خواهم گذاشت:

۱. به ندای قلب خود گوش کنید

اکثر کارآفرینان تازه کار به دنبال راه‌های پرطرفدار و معروف یا مسیرهایی کوتاه به سمت موفقیت می‌گردند، ولی افرادی که در نهایت اتفاق‌های بسیار بزرگی خلق می‌کنند، افرادی هستند که در مسیرهای خاص خود قدم می‌گذارند و از این مسئله ترسی ندارند. برای مثال، آلبرت پرسیادو (Albert Preciado)، کارآفرین و مشاور املاک مشهور، ایده ساخت تجارت چند میلیون دلاری خود را روی کاناپه منزل دوستش در سر می‌پروراند و سپس به ندای قلب خود گوش داد و کار خود را آغاز کرد.

او ابتدا لوگوی شرکت را طراحی و سپس پروانه فعالیت را دریافت کرد و در نهایت شرکت خود را به ثبت رساند. سپس با کمک همسرش و در طبقه بالای منزل پدر و مادرش فروشگاه کوچکی افتتاح کرد. هم‌اکنون تجارت وی حدوداً یک میلیارد دلار ارزش و بیش از ۳۰ کارمند دارد و از سال ۲۰۰۵ تاکنون حدود ۲۴۰۰ قرارداد تجاری را با موفقیت به ثبت رسانده‌اند.

به ندای قلب خود گوش کنید و به دنبال آرزوها و رویاهای خود بروید.

۲. اهداف مشخصی داشته باشید

هدف خود را تکرار کنید و سپس دست به کار شوید. شاید به نظر چندان ساده نباشد، ولی تعیین هدف و توجه به مسیر نه‌تنها شما را از نقطه الف به نقطه ب خواهد رساند، بلکه در شما احساس موفقیت و رضایت را نیز به وجود خواهد آورد.

تجارت‌ها یک شبه به وجود نخواهند آمد. به گام‌های کوچک و کوتاه خود توجه داشته باشید.

۳. با افراد باانگیزه در ارتباط باشید

موفقیت، زمانی‌که با افرادی بدبین و بی‌انگیزه در ارتباط باشید، غیرممکن خواهد بود.

چنانچه تجارت خود را با هدف کسب موفقیت آغاز می‌کنید، باید با افرادی در ارتباط باشید که شما را دائماً به تلاش و پیشرفت بیشتر تشویق می‌کنند. این یعنی همکاران و سایر کارآفرینان، مشاوران ماهر و حتی کارمندان و افرادی که استخدام می‌کنید نیز باید دارای این شرایط باشند. شما باید با کمک انرژی مثبت این افراد هر روز به سمت رویاها و اهداف خود حرکت کنید.

من از ابتدای کار و از زمان شروع تجارت همواره به مشاوران و دوستان نزدیکم تکیه کردم. من از آنها بسیار ممنونم، زیرا جایگاه امروز خود را مدیون آنها هستم. آنها هر روز مرا به کار و تلاش بیشتر تشویق می‌کردند و مرا باور داشتند.

۴. استرس خود را کنترل کنید

متأسفانه استرس بخشی جدایی‌ناپذیر از کار ماست، ولی راه‌هایی برای مدیریت آن و کاهش نگرانی و خستگی وجود دارد. کار شما نباید زندگی شخصی شما را تحت‌الشعاع خود قرار دهد، ولی شما باید آن را به عنوان یکی از بخش‌های اصلی زندگی خود ببینید و به راه خود ادامه دهید. تلاش برای جداسازی آن از زندگی بی‌فایده است و تنها باعث تولید استرس بیشتر خواهد شد.

کارآفرینان ناموفق معمولاً زمانی را به کنترل استرس خود اختصاص نمی‌دهند. آنها با نادیده گرفتن استرس و اضطراب باعث رشد آن خواهند شد و این انرژی، که می‌توان آن را برای کارها و وظایفی مفید و مؤثر مصرف کرد، به هدر خواهد رفت.

۵. تجارتی که می‌سازید و دلیل ساخت آن را دائماً به خود یادآوری کنید

شاید برخی مواقع این احساس را داشته باشید که اشتباهی بسیار بزرگ و مهلک مرتکب شده‌اید. این احساس کاملاً طبیعی و متأسفانه پایدار است و یکی از عوارض جانبی کارآفرینی به شمار می‌رود.

شک و تردید به وجود خواهد آمد. مثلاً «شاید هرگز نباید این کار را می‌کردم. باید به عنوان کارمند به کار خود ادامه می‌دادم و این ریسک را قبول نمی‌کردم». ولی شما باید با این احساسات مبارزه کنید. هرگز از رویاها و آرزوهای خود ناامید نشوید، زیرا زندگی بدون رؤیا و آرزو بی‌ارزش خواهد بود.

یک راه برای حفظ انگیزه، توقفی کوتاه پس از دستیابی به موفقیت‌ها و پیروزی‌های کوچک است. به خود یادآوری کنید که از کجا شروع کردید و برای چه تلاش می‌کنید. این لحظات کوتاه شاید در درازمدت به شما کمک شایانی خواهند کرد.

۶. لذت ببرید

دلیل اصلی سعی و تلاش شما، عشق و علاقه به این کار است. اکثر کارآفرینان به دلیل هیجانات و احساسات لحظه‌ای در این مسیر قرار می‌گیرند و در نهایت این احساسات به دلیل اصلی استرس در زندگی آنها تبدیل می‌شود. شما باید از این دسته افراد دوری کنید.

بهترین راه برای حفظ انگیزه، تکرار و یادآوری دلیل تلاش و کار و یافتن راه‌هایی جدید برای لذت بردن از کار خواهد بود. هیچ پاداشی در زندگی برتر از انجام روزانه کاری که به آن عشق می‌ورزید نخواهد بود.

منبع: inc



افزایش دهد، اما ترکیب کردن آنها نیز خلاقیت را موجب می‌شود. سیگال بارسید، استاد مدیریت دانشگاه پنسیلوانیا می‌گوید: «تغییر جای کارکنان حالتی همه‌گیر دارد، بنابراین گروه‌بندی افراد بر مبنای ویژگی‌های شخصیتی‌شان تأثیر مستقیم و مؤثری بر محیط شغلی شرکت دارد.»

بارسید می‌گوید: «افراد احساسات مختلف را همچون ویروس از بقیه دریافت می‌کنند.» افزون بر این، اگر واقعا می‌خواهید محیط شغلی شاد و خالی از استرسی داشته باشید، کارکنان مضطرب خود را با افراد سرحال و پرانرژی تیم خود هم‌گروه کنید.

علاوه بر این، مجله وال‌استریت به شرکت‌هایی اشاره می‌کند که ترتیب قرارگیری و محل نشستن کارکنان خود را تغییر داده و نتایج جالبی به‌دست آوردند. برای مثال گروه‌بندی کادر مدیران در کنار همدیگر، موجب می‌شود تا سایر کارمندان خود را از شرکت جدا بدانند. پل انگلیش، موسس Kayak.com بر این اعتقاد است که قرار دادن افراد تازه استخدام شده در جاهایی که مطابق با عادات شغلی و سلیقه شخصی آنها باشد، می‌تواند دینامیک گروه‌های مختلفی را دستخوش تغییر کند.

همه با هم زمان استراحت را سپری کنید

تایم‌های استراحت تنها برای خستگی در کردن و بازیابی انرژی نیستند، بلکه کارکرد مهم‌تر آنها در افزایش و ارتقای خلاقیت و سودمندی است و گذراندن زمان استراحت با همکاران تان می‌تواند تأثیر شگرفی بر عملکردتان داشته باشد.

بر اساس یکی از تحقیقات مؤسسه هیومنایز (نهاد تحقیقات کسب‌وکار ایالت ماساچوست)، هنگامی که همکاران زمان استراحت خود را با هم به اشتراک می‌گذارند، میزان استرس شغلی‌شان کاهش یافته و به همان نسبت افزایش سودمندی و ارتقای عملکرد را تجربه خواهند کرد. این تحقیق که کارمندان یک بانک آمریکایی را به مدت سه ماه مورد مطالعه قرار داد، در نهایت این تحقیق ۱۵ تا ۲۰ درصد افزایش سودمندی، ۱۲ تا ۴۰ درصد کاهش بازگشت و ۱۹ درصد افت استرس را در بین کارکنانی که تایم استراحت‌شان را با هم می‌گذراندند، نشان داد. بنا به گزارش Phys.org، این کارمندان مجال کافی را برای انتقال تجربیات خود در خصوص نحوه ارتباط با مشتری داشتند.

بن ویبر، مدیر و موسس هیومنایز، به Phys.org گفت: تغییرات این چنینی می‌تواند میزان رضایت و سودمندی کارمندان را به میزان تقریبی ۲۰ درصد افزایش دهد.

حال چه بخواهید دکوراسیون دفتر کار را از نو بچینید یا اینکه برای کارمندان خود زمان و مکان استراحت مشخصی تعیین کنید، در هر صورت در جایگاه کارفرما باید بدانید که این استراتژی‌های علمی، در افزایش سودمندی و خلاقیت کارمندان تان نقشی مؤثر و بسزا دارد. در نظر گرفتن اتاق استراحت و تایم قهوه نه‌تنها به خودی خود خوب است، بلکه راهکارهایی علمی در جهت افزایش کارایی شغلی بوده و در طول دوره‌های زمانی بلندمدت، سودمندی و خلاقیت کارمندان را تضمین می‌کند.

منبع: businessnewsdaily

سفید برای کیفیت کار و میزان سودمندی و کارایی کارکنان تأثیری سوء دارد. این تحقیق، سه گروه از افرادی را که در دفاتر رنگی (قرمز، آبی اقیانوسی و سفید) کار می‌کردند مورد مطالعه قرار داد. مبنی بر گزارش فست کمپانی، افرادی که در اتاق‌های سفید کار می‌کردند، اشتباهات بیشتری داشتند.

نانسی کوالک می‌گوید: رنگ سفید تأثیری در میزان سودمندی ندارد و عمده دفاتر کار، سفید، خاکستری یا کرم‌رنگ هستند. رنگ آبی و سبزی بهترین گزینه‌ها برای رنگ‌آمیزی دفاتر کار هستند.

تحقیق دیگری در دانشگاه بریتیش کلمبیا کشف کرد که رنگ قرمز موجب افزایش سودمندی کارکنانی می‌شود که وظایف جزئیات‌محوری داشته باشند. این در حالی است که رنگ آبی آرامش‌بخش بوده و ارتباط و خلاقیت را ارتقا می‌بخشد. سبزی نیز برای افزایش خلاقیت و نوآوری مفید است؛ زرد موجب خستگی و اضمحلال روانی می‌شود و خاکستری انرژی درونی را هدر داده و ممکن است مقدمات افسردگی را فراهم آورد.

تایم استراحت و قهوه منظور کنید

ممکن است از خودتان پرسید «تایم قهوه چیست؟» دقیقاً همان چیزی است که به نظر می‌آید. تایم قهوه، استراحت ۱۵ تا ۲۰ دقیقه‌ای است که با یک فنجان قهوه همراه است. ممکن است این‌طور به نظر بیاید که با بالا بردن میزان کافئین بدن، به‌دنبال افزایش کارکرد باشیم، اما حقیقت این است که در مؤثر بودن تایم قهوه بر افزایش سودمندی کارکنان، دلایل علمی وجود دارد.

طبق تحقیقات ووکس، نوشیدن یک فنجان قهوه و چرت زدن بعد از آن، به چند دلیل مفید است. کافئین با مسدود ساختن مسیر آدنوزین (سطوح بالای آدنوزین منجر به ایجاد احساس خستگی می‌شود) در مغز، شما را بیدار نگاه می‌دارد، اما نمی‌تواند مانع از اتصال آدنوزین با تمام گیرنده‌های مغزی نشود. این لحظه‌ای است که احساس خواب‌آلودگی کرده و چرت شروع می‌شود. چرا که مکانیسم خواب نیز مغز را از آدنوزین پاک می‌کند. چرت زدن به مدت ۱۵ تا ۲۰ دقیقه بدون ورود به خواب عمیق، خستگی را از تن‌تان خارج می‌کند.

یک تحقیق در آزمایشگاه تحقیقات خواب دانشگاه لوپرو انگلستان نشان داد که ترکیب کافئین و چرت روزانه، نسبت به کافئین و چرت زدن جداگانه، تأثیر بسزایی در رفع خستگی و افزایش هوشیاری دارد. و تحقیق دیگری در دانشگاه هیرووشیما نشان داد که ترکیب چرت روزانه و کافئین در افزایش و ارتقای عملکرد کارکنان نقش مؤثری دارد. پس با این اوصاف ممکن است کارفرمایان بخواهند ایجاد یک اتاق استراحت را در دستور کار خود داشته باشند.

ترتیب صندلی‌ها را تغییر دهید

هرگز نمی‌دانید که یک تغییر ساده در چیدمان صندلی‌ها چه تأثیر عظیمی در افزایش کارایی و نوآوری تیم‌تان دارد. بنا به نظر کریستیان کاتالینسی، استاد دانشگاه MIT در رشته مدیریت، «تغییر جای کارکنان تان می‌تواند خلاقیت‌شان را دوچندان کرده و عملکرد آنها را به شکلی چشم‌گیر افزایش دهد». کاتالینسی به مجله وال‌استریت گفت: گروه‌بندی دپارتمانی کارکنان می‌تواند میزان تمرکز و سودمندی آنها را

مترجم: علی اکبری

کیفیت کاری هر کسب‌وکار درست مطابق با اوضاع و احوال کارمندانش است، اما متأسفانه افراد دچار استرس شده و حتی ممکن است از مسیر اصلی منحرف شوند. خبر خوب این است که علم می‌تواند در روبرویی با برخی از این تأثیرات به کمک‌تان بیاید و آنها را در اوج ظرفیت شغلی‌شان نگاه دارد.

سامان‌دهی فضای کاری رابطه مستقیمی با میزان کارایی و سودمندی افراد دارد، حال تفاوتی نمی‌کند که موارد جزئی‌ای همچون طراحی داخلی و رنگ دفتر مورد نظر باشد یا رویه‌های محل کار. برخی از این موارد به رفتار خود کارکنان بستگی دارد، اما بیشترین عوامل تأثیرگذار، مربوط به محیطی هستند که شما به‌عنوان کارفرما برای آنها فراهم می‌کنید.

در اینجا پنج روش ساده و درعین‌حال مطمئن، برای ارتقای کارایی و سودمندی افراد در محل کار ارائه شده است.

از نور طبیعی استفاده کنید

به نور خورشید اجازه ورود دهید. کارفرمایانی که در محل کار از نور طبیعی روز استفاده می‌کنند، میزان کارایی کارکنان خود را به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهند. زمانی اهمیت این موضوع افزایش می‌یابد که کارکنان شما مجبور باشند تمام زمان کاری خود را پشت میز در معرض نور غیرطبیعی بگذرانند.

تحقیقات درون‌سازمانی برنامه نوروساینس دانشگاه شمال غرب شی‌کاگو نشان داد کارمندانی که در اتاق‌های پنجره‌دار کار می‌کنند در مقایسه با کارمندانی که در دفاتر بدون پنجره کار می‌کنند، ۱۷۲ درصد بیشتر در معرض نور سفید هستند. این تحقیق همچنین نشان داد کارمندانی که در دفاتر پنجره‌دار کار می‌کنند، ۴۶ دقیقه خواب شبانه بیشتری دارند و کیفیت خواب‌شان به مراتب مطلوب‌تر است. طبق گزارش‌ها، کارمندانی که در دفاتر بی‌پنجره کار می‌کنند، اصطلاحاً بدخواب هستند و در طول روز کارکرد ضعیف‌تری دارند. دلیل این امر، تأثیر نور طبیعی در تنظیم ریتم‌های شبانه‌روزی بدن است. به‌طوری‌که فقدان نور طبیعی می‌تواند کارکرد داخلی بدن را مختل کرده یا حتی اختلال مؤثر فصلی ایجاد کند.

اگر دفتر یا محل کارتان پنجره ندارد، می‌توانید لایت‌باکس یا لامپ‌های درمانی‌ای که نور طبیعی خارجی را تقلید می‌کنند، تهیه کنید.

دکوراسیون را با ترکیب رنگ درست بچینید

دکوراسیون و نقاشی دفتر کار با رنگ‌هایی مناسب، ممکن است چندان بااهمیت به‌نظر نیاید، اما تفاوت چشم‌گیری ایجاد می‌کند. به‌جای اینکه اتاق‌ها را تماماً رنگ سفید بزیند، رنگ‌های متنوع استفاده و اتمسفر روانی محل کار را متحول کنید. بنا بر این‌کار کارمندان انگیزه دوجندانی می‌یابند و حتی خودشان متوجه دلیلش نمی‌شوند. یکی از تحقیقات دانشگاه تگزاس که روی تأثیر رنگ بر سودمندی محیط کار و کارمندان صورت گرفت، حکایت از آن دارد که دیوارهای

چطور کارکنان را فعال کرده و قدرت متخصصان داخلی را مهار کنیم؟

به قلم مایکل پرنر

مترجم: نسیم حسینی

راهبردی هست که برندهایی مانند آبی‌بی‌ام و استارباکس سال‌هاست از آن برای تقویت دستاوردهای بازاریابی و درآمد خود استفاده می‌کنند؛ راهبرد فعال‌سازی کارکنان. با مهار پتانسیل افرادی که برند شما را حتی از وفادارترین مشتریان‌تان هم بهتر می‌شناسند، می‌توانید به منبعی غنی از هواداری برند و قوای تازه دست یافته و به‌طور هم‌زمان تعهد کارکنان را نیز بالا ببرید. کارکنان متعهد برای موفقیت سازمان شما اشتیاق فراوانی دارند. آنها با پیام و چشم‌انداز شما هم‌سو هستند و چیزی بسیار مهم‌تر از بهره‌وری بالا به شما ارزانی می‌کنند.

رفتار مثبت کارکنان می‌تواند در مشتریان شما نیز تعهد ایجاد کند. این‌طور به مسئله نگاه کنید که حدود ۶۸ درصد از مشتریان به عنوان واکنش مستقیم به طرز برخورد ضعیف کارکنان، یک برند را کنار می‌گذارند.

میزان درک بالای مشتری از برند- یعنی حدود ۷۰ درصد- ارتباطی با نوع در راهبرد بازاریابی ویدئویی یا کیفیت محصولات شما ندارد، بلکه به تعامل با نمایندگان خدمات مشتری، رفتار کارکنان در رویدادهای حضوری، پاسخ به ایمیل‌ها و گفت‌وگوهای آنلاین و محتوایی که کارکنان درباره برندتان به اشتراک می‌گذارند بستگی دارد. به اشتراک گذاشتن محتوای شرکت توسط کارکنان‌تان کاری نیست که بدون انگیزه انجام‌شدنی باشد، تنها حدود ۳ درصد از کارکنان محتوای مرتبط با شرکت را به اشتراک می‌گذارند، اما با همین تعداد هم با افزایش مطلوبی در تعهد مشتری مواجه خواهید شد.

این تأثیر مثبت تصاعدی است. وقتی بتوانید درصد ۱۰ کارکنان خود را به اشتراک محتوا ترغیب کنید، تعهد مشتری تا ۶۰ درصد افزایش می‌یابد. با برخورداری از ۱۰ درصد کارمند فعال، پتانسیل افزایش ۱۰۰ درصدی در انتظارات خواهد بود.

حرف آخر اینکه تجربه‌ای که مشتری از کارکنان شما به دست می‌آورد بیش از هر چیز دیگری تعیین‌کننده تأثیرگذاری برند شما خواهد بود.

از سوی دیگر، وقتی در فعال‌سازی کارکنان خود ناکام بمانید، سازمان خود را متحمل شکست مالی سنگینی خواهید کرد. کارکنان غیرمتعهد سالانه بین ۴۵۰ تا ۵۵۰ دلار برای کسب‌وکارها هزینه دارند. پس چطور می‌توانید کارکنان خود را به فعالیت وادار کنید؟

کلید حل این معما در پی بردن به معنای حقیقی فعال‌سازی کارکنان است. راهنمایی: فعال‌سازی کارکنان چیزی فراتر از تشویق کردن آنهاست.

وقتی به نمونه‌هایی از برنامه‌های عالی هواداری کارکنان که تا به حال اجرا شده‌اند نگاهی بیندازید، خواهید دید که این برنامه‌ها چیزی بیش از چند تلنگر ساده در فرآیندهای سازمانی و ارتباطات داخلی هستند. این برنامه‌ها در حکم یک تغییر و دگرگونی هستند. تغییر شکلی که نیاز به زمان طولانی و تلاش آگاهانه دارد، اما با کمک ابزارها، توصیه‌ها و راهبردهای اندکی که در فعال‌سازی متخصصان داخلی‌تان به شما کمک می‌کنند قادر به تحقق کامل آن خواهید بود.

خوب پس بیایید شروع کنیم!

فعال‌سازی کارکنان شامل چه اقداماتی است؟

فعال‌سازی کارکنان به‌طور کامل در مورد انگیزه‌بخشی به کارکنان برای به اشتراک گذاشتن محتوا در شبکه‌های اجتماعی‌شان است. همه می‌دانیم که بازاریابی دهان‌به‌دهان یکی از مؤثرترین شیوه‌های جذب مخاطب و افزایش فروش است.

فعال‌سازی کارکنان یک قدم فراتر از این می‌گذارد و از کارکنان برای وسعت بخشیدن به دستاوردهای برندتان بهره می‌گیرد. این کار چقدر تفاوت ایجاد می‌کند؟ به‌طور بالقوه می‌تواند دارای اثر لره‌ای باشد، چرا که در کسب‌وکارهای معمول، گستره شبکه‌های اجتماعی کارکنان ۱۰ برابر گستره دنبال‌کنندگان اجتماعی خود شرکت است. «اگر بتوانید تمام شرکت خود را به فعالیت درآوردید تا نقش سفیران برندتان را ایفا کنند، تأثیر فروش از طریق رسانه‌های اجتماعی در سراسر جهان احساس خواهد شد.»

کوکا سکستون، مدیر سابق بازاریابی اجتماعی لینکدین و هیو سویت

توانایی فعال‌سازی کارکنان نسبت به رسانه‌های اجتماعی وسیع‌تر، فواید بیشتری را نصیب برندتان می‌کند. خیلی بیشتر. سازمان شما تأثیر مثبت چشمگیری را تجربه خواهد کرد زیرا در عین حال که تلاش می‌کنید کارکنان خود را از طریق آموزش، حمایت، مربیگری و تجهیز فعال کنید، کار آنها را با هدف و مأموریت کسب‌وکارها هم‌سو می‌سازید، در واقع به شغل‌شان معنای بیشتری می‌بخشید.

این فقط یک ایده‌آل نیست. هدف همان چیزی است آدمی هر روز صبح به خاطرش از خواب برمی‌خیزد و مشتاقانه سر کار می‌رود و همان چیزی است که شرکت‌های سودآور سالهاست تمرکز خود را بر روی آن گذاشته‌اند، مانند «شرکت هواپیمایی جنوب غربی». این شرکت تمرکز خود را هم بر روی فرهنگ شرکت و هم بر روی خدمات مشتری گذاشته و بر به رسمیت شناختن مداوم کارکنان در وب‌سایت و مجله برند خود تأکید می‌کند و دارای مجموعه ویدئوهای است که در آنها مشتریان واقعی که تجربه خوبی با این برند داشته‌اند نظرات خود را به اشتراک می‌گذارند.

در قدم‌های بعدی، کارکنان فعال منافع زیادی کسب می‌کنند. آنها با به اشتراک گذاشتن بینش، تخصص و چشم‌انداز خود برند شخصی خود را می‌سازند که می‌تواند در درازمدت از حرفه‌شان پشتیبانی کند. «اگر به برند شدن افراد خود کمک کنید، آنها نیز به برند شدن شرکت شما کمک خواهند کرد.»

جینفر جونز نیویول، شرکت دل
۸۶ درصد از کسانی که جزئی از برنامه هواداری از طریق رسانه اجتماعی برای شغل خود بوده‌اند اذعان داشته‌اند که این برنامه تأثیر مثبتی بر حرفه‌شان داشته است.

شما کارکنانی خواهید داشت که هم متعهد و باانگیزه هستند و هم از تجربه خود در قالب یک هوادار کارمند سود می‌برند. هر چه بیشتر از طریق به اشتراک‌گذاری محتوا و هواداری برند در شرکت سرمایه‌گذاری کنید، دستاوردهای حرفه‌ای بیشتری کسب می‌کنند. این رابطه برد-برده نفع همه است.

در زیر تنها چند مورد از امتیازات فراوانی را می‌بینید که سایر شرکت‌ها به سبب رویکرد جدی خود به فعال‌سازی کارکنان کسب کرده‌اند:

- خوش‌نامی بیشتر: افزایش هواداری برند از سوی کارکنان می‌تواند مطلوبیت وجهه عمومی را ۴۳ درصد افزایش دهد.
- جذب آسان‌تر استعدادها: کارکنان سه برابر بیشتر از مدیرعامل سازمان‌تان مورد اعتماد مشتریان بالقوه قرار می‌گیرد.
- هنگامی که آنها به عنوان نمایندگان برند در رسانه‌های اجتماعی حضور دارند، جذب افراد واجد شرایط بسیار ساده‌تر است.
- حفظ و نگهداشت بیشتر کارکنان. شرکت‌هایی که از تعهد اجتماعی فعالی برخوردارند ۲۰ درصد بیشتر از سایرین قادر به حفظ کارکنان خود هستند.

- داستان‌گویی بهتر برند. به محتوای اصیل‌تری نیاز دارید؟ آن را از افرادی دریافت کنید که در قلب کسب‌وکار‌تان هستند، از آنها بخواهید صدای خود را به اشتراک بگذارند «نیل گان»، مشاور راهبرد دیجیتال صندوق حیات وحش جهانی در انگلستان می‌گوید: «به لحاظ نظری، افرادی که داستانی برای تعریف کردن دارند از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. اگر واقعاً قصد دارید حضور خوبی در رسانه‌های اجتماعی داشته باشید، باید با افرادی که داستانی برای تعریف دارند ارتباط برقرار کنید.»

- افزایش جذب مشتری. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که به اشتراک‌گذاری محتوا توسط کارکنان در لینکدین جذب مشتری را تا ۵۸ درصد افزایش می‌دهد.

برندهایی که از برنامه‌های هواداری کارکنان بهره می‌برند

به این چند نمونه از برندهایی که ایجاد تعهد در کارکنان خود را در اولویت قرار داده‌اند نگاهی بیندازید.

دل (Dell): دل در زمینه فعال‌سازی کارکنان در رسانه‌های اجتماعی سرآمد است. کاری که این شرکت انجام داده برقراری یک برنامه پویای آموزشی، حمایتی و تسهیل‌گری به منظور کمک به کارکنان فروش

- مشارکت در رقابت‌های به اشتراک‌گذاری در رسانه‌های اجتماعی که بهترین سفیران هفته را انتخاب می‌کنند.
- ادوبی به دنبال افراد سخنگوی ایده‌آل برای به اشتراک گذاشتن مطالب در لینکدین و گلس‌دور (Glassdoor) است.
- کارکنانی که حقیقتاً از سایرین متمایز باشند به رویدادهای ویژه‌ای مانند کنفرانس MAX ادوبی دعوت می‌شوند.

این راهبرد ادوبی نتیجه‌بخش است، چرا که بیش از یک‌سوم از کارکنان ادوبی به رسانه‌های اجتماعی گرایش یافته‌اند. ادوبی به داشتن بیشترین تعداد کارکنان در رسانه‌های اجتماعی در تمام صنعت فناوری معروف است.

استارباکس (Starbucks): استارباکس با رهبری هاوارد شولتز همیشه رویاپرداز یکی دیگر از شرکت‌هایی است که سالهاست در حال ترغیب هواداری برند از سوی کارکنان است. این امر فقط به برخورداری از کارکنان فعال در رسانه‌های اجتماعی و بالا رفتن اعتماد به برند منجر نشده است، بلکه جرعه ایده جمعیت هواداران برند مشتری-محور این شرکت را نیز زده است. استارباکس در ترغیب تولید محتوا از سوی کاربران بی‌رقیب است.

استارباکس کارکنان را تشویق می‌کند رویدادها و داستان‌های جدید برند را در صفحات اجتماعی خود به اشتراک بگذارند. همچنین از تیم داخلی خود برای کسب بازخورد قبل از رونمایی از محصولات جدید بهره می‌برد. این کار برای برندهایی که به‌طور مستقیم با مصرف‌کننده در ارتباط هستند (B2C) و می‌خواهند ایده‌های جدیدشان را پیش از معرفی علنی روی «مصرف‌کننده» امتحان کنند شیوه‌ای فوق‌العاده است.

«کارکنان» سفیران راستین برند ما، تاجران حقیقی علاقه و واسطه‌های اولیه به شوق آوردن مشتریان هستند. [آنها] تجربه تک تک مشتریان را ارتقا می‌دهند- کاری که به‌ندرت می‌توانید با یک بیلبورد یا آگهی تلویزیونی ۳۰ ثانیه‌ای انجام دهید.»

هاوارد شولتز



برای فعالیت در رسانه‌های اجتماعی و تضمین تأثیر حداکثری کاربرد رسانه‌های اجتماعی است.

دانشگاه رسانه‌های اجتماعی شرکت دل دارای ۱۶۰۰۰ کارمند در ۴۶ کشور مختلف است. عملکرد این شرکت به این صورت است:

- کارکنانی که می‌خواهند بخشی از برنامه باشند تحت تعلیم قرار می‌گیرند.

- سپس شرکت به کارکنان حساب‌های کاربری با نام برند خود (@dell) ارائه می‌دهد.

- یک سیستم نظارتی در کار است تا به هدایت فرآیند، تصدیق ایده‌ها و به‌طور کلی به تسهیل تولید محتوای ارزشمندتر در حوزه بازاریابی و جذب نیرو بپردازد.

- این شرکت از یک تیم کارشناسی برای پایش و پاسخ به مسائل مربوط به خدمات مشتری و مکالماتی از جنس برند خود در رسانه‌های اجتماعی نیز برخوردار است.

این رویکرد بسیار ساختارمند هم برای کارکنان و هم برای شرکت دل پیروزی بزرگی بوده است.

کارکنان فروشی که از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند ۲۳ درصد عملکرد بهتری نسبت به فروشندگان غایب در رسانه‌های اجتماعی دارند. در شرکت دل تعهد مشتری بسیار بیشتر بود، چرا که محتوای پست شده توسط کارکنان در رسانه‌های اجتماعی هشت برابر بیشتر از محتوای منتشر شده توسط برند جذاب و درگیرکننده بوده است. سود این شرکت نیز بیش از ۱۴ میلیون دلار افزایش یافته است. ادوبی (Adobe): «برنامه تغییر اجتماعی» شرکت ادوبی نیز یکی دیگر از رویکردهای تفکر روبه‌جلو به مسئله هواداری کارکنان از برند است. این برنامه برای آنکه به کارکنان کمک کند هواداران بهتری برای این برند باشد، دست به آموزش و ارائه روش‌های ایده‌آل می‌زند. علاوه‌براین، کارکنان می‌توانند با تمرین در تجربه‌های شبیه‌سازی شده، مهارت‌های سفیر بودن خود را بسنجند.

لارن فرایدمن، سرپرست توانمندسازی جهانی کسب‌وکارهای اجتماعی شرکت ادوبی درباره هواداری کارکنان خود می‌گوید: «ما باور داریم که مردم به هم اعتماد دارند و از هم خرید می‌کنند. وجود چنین روابطی در بین آدم‌ها موجب موفقیت همه‌جانبه ما را فراهم می‌آورد.» او با ذکر اینکه «می‌خواهیم ارتشی از روایت‌های ادوبی بسازیم!» به این نکته اشاره می‌کند برنامه این شرکت بدین صورت است که با ارائه فرصت‌های کافی به کارکنان برای اینکه خودشان باشند به توانمندسازی و تشویق آنها می‌پردازند.

ادوبی کارکنان خود را تشویق می‌کند در پلتفرم‌های مختلفی فعالیت کنند:

- به اشتراک‌گذاری مطلب در وبلاگ Adobe Life

نیست مانند دل یا ادوبی کار را با آکادمی آموزش کار در رسانه‌های اجتماعی آغاز کنید، اما دست‌کم نکات و دستورالعمل‌ها و روش‌های ایده‌آل معینی داشته باشید و متخصصان اجتماعی سازمان خود را شناسایی کنید تا افراد برای طرح سؤالات یا راهنمایی گرفتن به آنها مراجعه کنند. این کار پایه یک برنامه موفق را محکم می‌سازد.

یکی از راهبردهای مؤثر، تولید محتوای آموزشی منظم است. وینبناها، مجموعه ویدئوهای آموزشی که شامل نکات زیادی درباره رسانه‌های اجتماعی هستند، کلاس‌های آموزشی یا جلسات کوتاه هفتگی یا ماهانه همگی روش‌هایی هستند که می‌توانید به کار بگیرید تا مطمئن شوید کارکنان‌تان از موضوعات قابل‌قبول برای اشتراک‌گذاری و بهترین راه‌های به اشتراک‌گذاری موفق تخصص خود در رسانه‌های اجتماعی گوناگون آگاهی دارند.

۴- اشتراک‌گذاری در رسانه‌های اجتماعی را برای استفاده از محتوای گردآوری شده آسان کنید

کارکنان شما وقتی فعال‌تر هستند که خودتان این کار را برایشان آسان کنید. به عنوان بخشی از برنامه فعال‌سازی کارکنان خود، می‌توانید به‌طور منظم محتوای موردنظران را از منابع دیگر گردآوری کنید؛ می‌توانید مطالب وبلاگ‌های مرتبط، ویدئوها، اخبار حوزه کاری خود و مطالعات موردی را در آن بگنجانید. سپس هواداران خود را تشویق کنید مطالب را طوری ویرایش کنند که بازتاب صدای شخصی خودشان باشند.

۵- با برگزاری مسابقات انگیزه ایجاد کنید

انگیزه به‌تنهایی نمی‌تواند به پایداری برنامه هواداری کارکنان شما کمک کند، اما قطعاً می‌تواند افراد را علاقه‌مند و مشتاق نگه دارد. به فکر مسابقات یا جوایز هفتگی باشید. هدف از این نوع انگیزه‌بخشی‌ها بیشتر متعهد نگه‌داشتن کارکنان است تا خود پاداش، پس سعی کنید این مسابقات بیشتر جنبه شادی و سرگرمی داشته باشند.

۶- از فناوری کمک بگیرید

بله، برای فعال‌سازی کارکنان اپلیکیشن وجود دارد. درحقیقت، چندین اپلیکیشن وجود دارد که تعداد فراوانی از الگوریتم‌های یادگیری ماشینی و پلتفرم‌های الهام‌گرفته از هوش مصنوعی را شامل می‌شوند. از این ابزارها برای انگیزه بخشیدن هر چه مؤثرتر به کارکنان بهره بگیرید.

- Elevate یکی از اجزای لینکدین است که می‌توانید از آن برای به اشتراک گذاشتن محتوای گردآوری‌شده در مقیاس مناسب استفاده کنید. این یک ویژگی پیش‌فرض است که استفاده از آن را بسیار ساده کرده است.

- EveryoneSocial یک پلتفرم هواداری کارکنان است که توسط دل و ادوبی مورد استفاده قرار می‌گیرد و به اشتراک‌گذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی را برای کارکنان بسیار ساده کرده است.

- DynamicSignal یکی دیگر از ابزارهای سودمند به اشتراک‌گذاری محتوا برای کارکنان است که تجزیه و تحلیل ارائه می‌دهد. این پلتفرم توانایی ارسال اعلان‌های زمان-واقعی و دعوت‌های شخصی‌سازی‌شده را دارد. همچنین توسط این پلتفرم می‌توانید به طراحی آزمون، نظرسنجی و محتوای تعاملی برای حفظ تعهد در کارکنان خود بپردازید.

- Influidive یک پلتفرم هواداری است که شرکت‌هایی نظیر کوئیک‌بیس (Quickbase) و مونگودبی (MongoDB) از آن استفاده می‌کنند. بخش AdvocateHub در این پلتفرم هواداران را تشویق می‌کند محتوا، نقد و بررسی و توصیه‌نامه‌های مخالف را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند.

- DrumUp به شما این امکان را می‌دهد تا به تهیه پست‌های سفارشی و محتوای گردآوری‌شده بپردازید. این پلتفرم متشکل از یک سیستم نقطه‌ای برای شناسایی ستاره‌های اجتماعی و تحلیل‌هایی برای ردگیری فعالیت‌هاست. DrumUp از یادگیری ماشینی و پردازش زبان طبیعی استفاده می‌کند، این یعنی با استفاده از آن شاهد محتوایی بسیار مرتبط طی عملیات گردآوری محتوا خواهید بود.

- علاوه بر این موارد، در پلتفرم‌های اجتماعی مانند هوت‌سویتس امپلیفای (Hootsuite's Amplify) و بامبو (Bambou) از اسپرout Social) نیز راه‌حلهایی وجود دارد.

۷- با هواداران علاقه‌مند استفاده کنید

هر چقدر هم که پروفایل کارکنان در رسانه‌های اجتماعی مفید و پرثمر باشند، باز هم لازم است مراقب میزان بهره‌گیری از هواداری کارکنان خود باشید. این مراقبت دو علت دارد؛ اول اینکه نباید کاری کنید که هواداران‌تان احساس کنند برای صرف زمان زیاد برای به اشتراک‌گذاری محتوا در رسانه‌های اجتماعی تحت فشار قرار گرفته‌اند. این کار برای آنها باید کاری ساده و آسان بوده و برایشان حکم وظیفه نداشته باشد. در غیر این صورت، افراد کمتری به برنامه وادارطلبانه شما علاقه‌مند خواهند شد.

علت دوم و مهم‌تر این است که به اشتراک‌گذاری بیش‌از حد از ارزش و اصالت محتوای کارکنان می‌کاهد. راز قدرتمندی و تأثیرگذاری اشتراک‌گذاری محتوا توسط کارکنان در این است که آنها هواداران داخلی می‌سازید که می‌توانید بعدها از آنها در برنامه‌های بزرگ‌تر استفاده کنید.

۲- روی برندسازی شخصی تمرکز کنید

بهترین راه برای ترغیب هواداری برند در سازمان‌تان وعده پاداش‌های مالی یا مادی نیست، بلکه انگیزه‌های شخصی هستند که در این راه حائز اهمیت هستند.

کارکنان، خصوصاً در برندهای کسب‌وکار به کسب‌وکار (B2B)، این فرصت را دارند که با تولید محتوای موثق یا تفکربرانگیز در لینکدین، انتشار ویدئوهای آموزشی در یوتیوب یا به اشتراک گذاشتن محتوا در توئیتر و فیس‌بوک تخصص خود را به اشتراک گذاشته و خود را به عنوان متخصص در حوزه کاری خود معرفی و تثبیت کنند.

فعال‌سازی کارکنان یعنی به این توانایی را به آنها بدهیم که حرفه‌ای‌ترین عملکرد خود را نشان دهند. این کار، به نوبه خود به نفع برندتان نیز خواهد بود چرا که آنها نمایندگان اجتماعی سازمان شما هستند. همچنین، با این کار علاقه‌ای حقیقی در کارکنان ایجاد می‌شود تا تمام توان خود را صرف سازمانی کنند که در آن کار می‌کنند.

اگر به هواداری برند به چشم یک امر سودمند هم برای شرکت و هم برای کارکنان بنگرید به علاقه و جاذبه‌ای پایدار دست خواهید یافت.

۳- به کارکنان خود ماهیگیری یاد بدهید

در شروع کار یک سیستم حمایتی برای خود داشته باشید. لازم



گوگل بخش تبلیغات خود را با تغییر برند، بازطراحی می کند

بخش تبلیغات گوگل مهم ترین منبع درآمد این شرکت است. غول جست‌وجوی جهان قصد دارد انواع محصولات و خدمات این بخش را با چند برند جدید عرضه کند.

سریدار راماسوامی، معاون بخش تبلیغات گوگل در یک کنفرانس خبری در مورد بازطراحی این بخش توضیحاتی ارائه کرده است. او در این کنفرانس خبری اعلام کرد که در سال‌های گذشته، بازخوردهای منفی متعددی در ارتباط با تعدد برندها و محصولات و خدمات گوگل در این حوز دریافت کرده‌اند. راماسوامی گفت که تعداد زیاد برندها و خدمات گوگل در بخش تبلیغات، تبلیغ‌دهندگان و ناشران را دچار سردرگمی می‌کرده است. او در این کنفرانس گفت:

در قدم اول، ما قصد داریم نام سرویس تبلیغات خود را تغییر دهیم. البته این اقدام شروعی بر جهت‌دهی به محصولات این حوزه در آینده است. در قدم اول تصمیم گوگل به برندسازی بخش تبلیغات، گوگل ادورزد به گوگل ادز (Google Ads) تغییر نام خواهد داد. این بخش به‌نوعی ورودی تبلیغ‌دهندگان برای سفارش تبلیغات در تمامی بخش‌های گوگل اعم از بخش جست‌وجو، ویدئوهای یوتیوب، تبلیغ اپلیکیشن در گوگل پلی و نمایش در آدرس‌های گوگل مپ خواهد بود.

آن‌طور که مشخص است بازطراحی برند در این بخش از گوگل تنها به تغییر نام خلاصه نمی‌شود. اهالی مانیتین ویو سرویسی جدید به نام Smart Campaigns نیز راه‌اندازی خواهند کرد که برای برنامه‌ریزی تبلیغات شرکت‌های نوپا مفید خواهد بود. این کمپین‌های هوشمند، هدف‌دهی و بازدهی تبلیغات شرکت‌ها را در کانال‌های مختلف مانند تماس تلفنی، بازدید مستقیم از فروشگاه یا خریدهای آنلاین بررسی کرده و اجزای تبلیغات بعدی مانند متن و تصاویر را برای افزایش این بازدهی بهینه می‌کند. این فرآیند به کمک یادگیری ماشین گوگل انجام می‌شود.

برند بعدی که در این طرح اضافه خواهد شد، Google Parketing Platform است. این برند ترکیبی از بخش‌های DoubleClick Digital Marketing و Google Analytics ۳۶۰ خواهد بود. این بخش جدید نیز محصولی به نام Display & Video ۳۶۰ خواهد داشت که محصولات بازاریابی دابل‌کلیک مانند مدیریت کمپین و مرکز مخاطبان را با هم ترکیب خواهد کرد.

دن تیلور، مدیر این بخش می‌گوید که این پلتفرم به منظور پاسخ‌دهی به نیاز روزافزون شرکت‌ها به همکاری بیشتر توسعه داده شده است. او برای این مورد آدیداس را مثال می‌زند که از این پلتفرم برای ترکیب بخش‌های بازاریابی برند و تیم‌های آنالیز استفاده کرده است.

پلتفرم بازاریابی گوگل به بازاریاب‌ها این امکان را می‌دهد که تمامی راهکارهای گوگل برای تبلیغات برند خود را مشاهده کرده و با بررسی ترکیبی آنها، بهترین راه‌حل را به‌کار گیرند. البته اگرچه هدف اصلی هماهنگ‌سازی در داخل پلتفرم‌ها و دیگر ابزارهای گوگل است، اما این پلتفرم برای هماهنگ‌سازی با دیگر ابزارهای خارجی تبلیغات نیز بهینه خواهد شد.

مدرسه مدیریت



اصول سرمایه‌گذاری

مترجم: علی اکبری

یادگیری اصول سرمایه‌گذاری بسیار مشابه با یادگیری زبانی جدید است. فرقی نمی‌کند که سرمایه‌گذاری از چه نوعی باشد؛ بازار بورس، اوراق قرضه و معدل گیری نرخ ارز. به‌رحال سرمایه‌گذاران تازه‌کار احساس می‌کنند در اقیانوسی کشف‌نشده سرگردان هستند. خبر خوب این است که به‌محض یادگیری این زبان و اصول و قواعد سرمایه‌گذاری، به درک بهتر و وسیع‌تری می‌رسید. برای همراهی شما در این مسیر، در زیر انواع روش‌های سرمایه‌گذاری که در طول زندگی خود با آنها مواجه خواهید شد آمده است.

۱- بازار بورس ۲- اوراق قرضه ۳- سرمایه‌گذاری مشارکتی ۴- املاک و مستغلات در اینجا موارد مشابهی اعم از نهادهای قانونی، شرکت‌های مسئولیت محدود و مشارکت محدود، تا صندوق هزینه و سرمایه‌گذاری سهام خصوصی موردبحث قرار می‌گیرند.

بورس و اوراق قرضه

بدون‌شک، از لحاظ تاریخی، سرمایه‌گذاری در بورس بهترین راه برای تولید ثروت بوده است. در یک قرن اخیر، سرمایه‌گذاری در بازار اوراق قرضه به‌عنوان یکی از ایمن‌ترین روش‌های پول‌سازی شناخته شده است. اما این روش‌های سرمایه‌گذاری به چه شیوه‌ای کار می‌کنند؟

کارکرد بورس واقعا ساده است؛ سهام بورس در واقع سهم مشارکت در شرکتی خاص است. برای مثال وقتی سهام شرکت اپل را داشته باشید، صاحب بخش بسیار کوچکی از این شرکت هستید. قیمت سهام متناسب با سودآوری شرکت و کلیت پیکره اقتصادی، دچار نوسان می‌شود.

زمانی‌که اوراق قرضه می‌خرید، در واقع مقداری پول به شرکت یا سازمان مورد نظر قرض می‌دهید. برای مثال در مورد اوراق قرضه آموزشی، شما برای ساختن دبیرستان جدید یا ارتقای شرایط آموزشی مدارس، به واحد آموزشی منطقه مقداری پول قرض می‌دهید. خریدن اوراق قرضه یک شرکت نیز بدین معناست که شما برای رشد و گسترش کسب‌وکار آن شرکت، مقداری پول به آن قرض می‌دهید.

سرمایه‌گذاری در اوراق مشارکتی

یکی از راه‌های معمول برای تصاحب سهام بورس و اوراق قرضه، سرمایه‌گذاری روی اوراق مشارکتی است. از لحاظ آماری، بیشتر مردم به داشتن سهام مشارکتی تمایل دارند. سرمایه‌گذاری فردی تا حدودی شامل ریسک می‌شود. اوراق مشارکتی، خصوصا برای تازه‌کارهایی که درحال یادگیری اصول سرمایه‌گذاری هستند، مزایای فراوانی دارد. درک این روش آسان است و شما را قادر می‌سازد تا با خریدن اوراق شرکت‌های مختلف، سرمایه‌گذاری متنوعی داشته باشید. هرچند اوراق مشارکتی می‌تواند ضررهای خود را نیز داشته باشد. حتی اگر این اوراق را خرید و فروش نکنید، مالیات مجموع و سایر هزینه‌ها می‌توانند موجودیت سرمایه‌گذاری‌تان را به خطر بیندازند.

سرمایه‌گذاری در املاک و مستغلات

جهان مملو از انسان‌هایی است که بهترین محل سرمایه‌گذاری را املاک و مستغلات می‌دانند. چه به این فلسفه اعتقاد داشته باشید چه نه، اکنون بیش از هر زمان دیگری برای سرمایه‌گذاری در املاک دلیل وجود دارد. بله، می‌توانید برای خودتان خانه‌ای بخرید یا این‌که املاک خود را اجاره دهید. اما راه‌های دیگری نیز وجود دارد که یکی از آنها خریدن اوراق قرضه نهادهای سرمایه‌گذاری املاک است. این سازمان‌ها مزایا و منافع سهام حاصل از زمین، مراکز خرید، پارتمان‌ها و تقریبا هر چیز دیگری را شامل می‌شوند.



مسیر موفقیت



۱۰ راهکار مؤثر برای اینکه کارمند بهتری باشیم

۲- میزان وفاداری و اهمیت خود را به اثبات برسانید

نتایج تحقیقات در رابطه با ملاک‌های مهم برای مدیران، وفاداری از جمله معیارهای بسیار مهم تلقی شده است. در واقع اینکه مدیریت با اطمینان نسبت به کارمند خود صحبت کند، از جمله مواردی است که کاملا با عملکرد خود فرد در ارتباط است. به همین دلیل لازم است تفاوت‌ها و مزیت‌های خود را به نمایش گذاشته و از آن در راستای بهبود اوضاع و جایگاه شرکت استفاده کنید. توجه داشته باشید که بسیاری از مدیران و افرادی که از جایگاه مهمی در شرکت برخوردار است، در ابتدا کارمندی ساده بوده‌اند که قابلیت‌های خود را به کار گرفته و با این اقدام نگاه‌ها را به سمت خود جلب کرده‌اند.

۳- دایره ارتباطات خود را گسترش دهید

امروزه هیچ انسانی نمی‌تواند به تنهایی تمامی کارها را انجام دهد. به همین دلیل بسیار مهم است تا ارتباطات خوبی با سایرین داشته باشید و این امر نه تنها شما را در محیط کاری بهتری قرار خواهد داد، بلکه امکان انجام کارهای بیشتر و تجربه‌های جدیدتر را فراهم خواهد آورد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که نباید خود را محدود به اقدامات مدیریت کنید و در راستای پیشرفت لازم است همواره خودتان اقداماتی را صورت دهید. توجه داشته باشید که دایره ارتباطات شما لازم است مرزهای مشخصی داشته باشد تا تمامی افراد در یک جایگاه و اهمیت قرار نگیرند.

۴- چشم‌انداز خاص خود را داشته باشید

در بسیاری از موارد مشاهده شده است که افراد اقدام به انجام برنامه فرد دیگری می‌کنند. اگرچه توجه به اقدامات سایر افراد امری سودمند است، با این حال توجه داشته باشید که این موضوع تنها زمانی مفید خواهد بود که صرفا در راستای

به قلم: لیندا دیشمن خبرنگار و نویسنده روزنامه

مترجم: امیرالعلی

آیا تاکنون به این فکر کرده‌اید که کارمند بهتری باشید؟ اگرچه این موضوع از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است با این حال جالب است بدانید که تنها افراد اندکی وجود دارند که برای این موضوع برنامه‌ای داشته باشند. با این حال با توجه به اینکه همه افراد خواهان این هستند، بدون شک از جمله موانع آنها عدم آشنایی با روش‌ها و راهکارهای موجود است. به همین خاطر در ادامه به بررسی ۱۰ اقدامی که می‌تواند شما را به کارمند بهتری تبدیل کند خواهیم پرداخت.

۱- مهارت‌های خود را تقویت کنید

هیچ پیشرفتی برای شما حاصل نخواهد شد تا زمانی‌که در تلاش برای ارتقای مهارت‌های خود نباشید. این بسیار مهم است و برخی از افراد رسیدن به یک پست را به معنای پایان کار دانسته و دیگر ضرورتی برای بهبود خود احساس نمی‌کنند. این در حالی است که جهان با سرعتی شگفت‌آور در حال پیشرفت است و تحت این شرایط در صورتی که خود را با آن همگام نسازید، بازنده خواهید بود. بدون شک شرکت‌ها هیچ گاه افرادی را که در یک وضعیت ثابت قرار دارند جدی نخواهند گرفت و این موضوع در بهترین حالت تنها به حفظ جایگاه شما خواهد انجامید. برای جلوگیری از این اتفاق لازم است تا برنامه‌ریزی دقیق آموزشی برای خود داشته باشید. در این رابطه توجه داشته باشید که تنها به مهارت‌هایی بپردازید که مرتبط با کار شماست. در غیر این صورت ممکن است زمان و پول شما صرف چیزی شود که سودمندی لازم را نخواهد داشت.

الگوپرداری و ایجاد چارچوب فکری باشد. در غیر این صورت نتایج لازم را به همراه نخواهد داشت. علت آن هم این است که هر برنامه‌ای با توجه به ویژگی‌ها و شرایط افراد بوده و باعث می‌شود کپی‌برداری کاری بیهوده محسوب شود. به همین دلیل لازم است چشم‌انداز خاص خود را تعیین کرده و اقدامات خود را براساس آن شکل دهید.

۵- مدیریت زمان بهتری داشته باشید

بسیاری از پیشرفت‌های فردی زمانی حاصل می‌شود که افراد توجه بیشتری به زمان خود می‌کنند. در واقع هر فرد در طول شبانه روز ۲۴ ساعت وقت دارد، با این حال اینکه چگونه از آن استفاده شود، از جمله مواردی است که باعث می‌شود نسبت به سایرین از جایگاه بهتر یا بدتری برخوردار باشید. خوشبختانه امروزه مقالات متعددی در زمینه مدیریت زمان منتشر شده است که مطالعه آن می‌تواند شما را در این رابطه کمک کند.

۶- توقعات خود را به واقعیت نزدیک کنید

بیش از حد آرمانی بودن از جمله مواردی است که شما را در مسیر پیشرفت قرار خواهد داد. اگرچه این موضوع کمی عجیب به نظر می‌رسد با این حال واقعیت این است که تعیین اهداف اشتباه و بیش از حد جسورانه، باعث می‌شود تا سرعت رشد و ترقی شما با کندی شدید مواجه شود. تحت این شرایط بسیاری از افراد با ناامیدی و از دست دادن انگیزه اولیه خود مواجه می‌شوند. بدون شک این امر فرد را در موقعیت بدی قرار خواهد داد. برای جلوگیری از وقوع چنین اتفاقی لازم است اهداف کوتاه‌مدت و قابل دسترسی داشته باشید و اهداف بلندمدت خود را نیز به واقعیت نزدیک‌تر کنید. بدون شک تحت این شرایط شما قادر به کسب موفقیت به مراتب بیشتری خواهید بود.

منبع: fastcompany