

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

جزییات جدید از باند سلطان سکه

سکه‌های پیش فروش ۳ ماهه
از امروز تحویل می‌شود

فرصت امروز: پس از آنکه دو روز پیش، وزیر اقتصاد از شناسایی خریداران عمده سکه و ارز با هدف مطالبه مالیات بر سود اتفاقی آنها خبر داد، حالا دبیر کل بانک مرکزی...

۴



وزارت صنعت از پس رانتهای واردات برمی آید؟

تغییر تاکتیک ارزی دولت

اگرچه از دو روز پیش، توقف روند ثبت سفارش در دستور کار قرار گرفته و هشت دفتر تخصصی وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان مرجع صدور مجوز در ارتباط با تخصیص ارز دولتی جهت واردات کالا انتخاب شده‌اند، اما این حرکت نشان می‌دهد که سیاست پرداخت ارز دولتی به واردکنندگان تاکنون با اشکالاتی همراه بوده و موجب ایجاد رانت برای برخی شرکتها و سودجویی آنها شده است. در واقع، تخصیص ارز دولتی به واردکنندگان در مدت اخیر شرایط را در بازار به گونه‌ای پیش برد که این شرکتها سودجو به بدترین شکل ممکن ارقام نجومی به جیب زدند و حالا بعد از...

۲

فروش فرآورده‌های نفتی به جای خام‌فروشی، تحریم را بی اثر می‌کند

۳ راهبرد مقابله با تحریم‌ها

۲

فراز و فرود بازار مسکن در بهار

۳

مدیریت و کسب‌وکار

سرگی برین نیز
جزو معدن کاوان اتریوم است

- چرا مدیران پرمشغله، با کارمندان منصفانه برخورد نمی‌کنند؟
- ۴ روش حمایت از استارت‌آپ‌تان در برابر رقبای مقلد
- چگونه و چه وقت در فروش از داستان استفاده کنیم؟
- بازار بایبی‌فروشگاه اینترنتی در شبکه‌های اجتماعی
- چگونه روبات‌ها بودجه تبلیغات آنلاین ما را می‌زدند؟
- چگونه آگهی تبلیغاتی مان را برای مشتری جذاب کنیم؟

۸ تا ۱۶

مالیات، گمرک، بیمه، محیط کسب‌وکار، سربازی و اعتماد؛

۶ زیرساخت توسعه استارت‌آپ‌ها به روایت سورنا ستاری

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور با بیان اینکه براساس رتبه‌بندی‌های جهانی، تهران جزو ۵۰ شهر اول در زمینه نوآوری است، گفت برای توسعه نوآوری و شرکت‌های دانش‌بنیان نیاز به شش زیرساخت داریم که «مالیات»، «گمرک»، «بیمه»، «محیط کسب‌وکار»، «سربازی» و «اعتماد به جوانان به عنوان کارآفرینان آینده» از جمله این زیرساخت‌ها به شمار می‌رود.

به گزارش ایسنا، سورنا ستاری در مراسم امضای تفاهم‌نامه میان معاونت علمی و سازمان تأمین اجتماعی از آمادگی این معاونت در راستای جدا کردن بخشی از وظایف سازمان تأمین اجتماعی و واگذار کردن آن به استارت‌آپ‌ها به شرکت‌ها خبر داد.

او با بیان اینکه در سال‌های اخیر تحولاتی جدی در حوزه بیمه‌ها رخ داده است، اظهار کرد: یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های اقتصاد دانش‌بنیان، محیط‌های جدید کسب و کار است و بهبود فضای کسب و کار یکی از پایه‌های مهم در حوزه اقتصاد دانش‌بنیان به شمار می‌رود که در این زمینه سازمان تأمین اجتماعی گام‌هایی برداشته است. ستاری با تأکید بر اینکه برای ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان نیاز به شش پایه اصلی در زیرساخت‌ها داریم، ادامه داد: مالیات، گمرک و محیط فیزیکی اکوسیستم کسب و کار از جمله این زیرساخت‌ها است که باید به آنها توجه شود.

وی با اشاره به اقدامات انجام شده برای ایجاد فضای کسب و کار برای استارت‌آپ‌ها در پایتخت، گفت: براساس رتبه‌بندی‌های جهانی تهران جزو ۵۰ شهر اول دنیا در حوزه نوآوری است، ولی به اعتقاد من تهران می‌تواند جزو ۱۰ کشور اول دنیا در این حوزه قرار گیرد.

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری با تأکید بر اینکه برای توسعه فناوری تنها به پول نیاز نداریم، اظهار کرد: آن چیزی که موجب ایجاد «سیلیکون ولی» و «شهر فناوری» می‌شود، محیط کسب و کار و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی است. این اقدام به معنای اعتماد به استارت‌آپ‌ها و جوانان فناوری است.

ستاری معافیّت از خدمت سربازی را از دیگر زیرساخت‌های توسعه کسب و کارهای دانش‌بنیان در کشور عنوان کرد و یادآور شد: با توافقاتی که با ستاد کل نیروی مسلح درباره سربازی شغلان در شرکت‌های دانش‌بنیان صورت گرفته، گام‌های اساسی در فضای کسب و کار برداشته شده است. وی بیمه را از دیگر زیرساخت‌ها در این زمینه

رهبر انقلاب در دیدار دست‌اندرکاران حج امسال:

معامله قرن هرگز محقق نخواهد شد

حکومت و یا دولتی این کار را انجام دهد، در واقع «صدّ عن سبیل‌الله» کرده است. رهبر انقلاب اسلامی با اشاره به شکل‌گیری معنای جدیدی از حج به برکت هدایت‌های امام بزرگوار، گفتند: حج واقعی باید همراه با برائت از مشرکان و زمین‌ساز وحدت و انسجام مسلمانان باشد، نه آنکه برخی دولت‌ها در جهت ایجاد اختلاف و جدایی میان امت اسلامی تلاش و خود را به استکبار متصل کنند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای همچنین با اشاره به فاجعه مسجدالحرام و فاجعه منا در سال ۱۳۹۴، آن را ظلمی بزرگ خواندند و با تأکید بر لزوم پیگیری مستمر و جدی برای احقاق حق، افزودند: این مطالبه به هیچ‌وجه نباید فراموش شود و دستگاه‌های مسئول باید از راه‌های مختلف به‌ویژه مجامع بین‌المللی، این موضوع را پیگیری کنند تا کمیته حقیقت‌یابی با حضور جمهوری اسلامی تشکیل و احقاق شود زیرا در این دو فاجعه، تأمین ایمنی و امنیت حجاج که مهم‌ترین وظیفه حکومت عربستان است، رعایت نشد و دبه مقتولان نیز داده نشد.

ایشان با تأکید بر اینکه ضروری‌ترین نیاز امروز دنیای اسلام وحدت و یک‌صدایی است، به تمرکز دشمنان برای مقابله با مسلمانان به‌ویژه در موضوع فلسطین و در قضایای یمن اشاره و خاطر‌نشان کردند. اکنون آمریکایی‌ها نام سیاست شیطانی خود درباره فلسطین را «معامله قرن» گذاشته‌اند، اما بدانند که به فضل الهی، این معامله قرن هرگز محقق نخواهد شد و به کوری چشم دولتمردان آمریکا، قضیه فلسطین از یادها نخواهد رفت و قدس پایتخت فلسطین باقی خواهد ماند.

ظریف خبر داد

شکایت ایران از آمریکا به دیوان دادگستری بین‌المللی

در برابر ضدیت آمریکا با دیپلماسی و تعهدات حقوقی، بر حاکمیت قانون تأکید دارد. ضروری است که با این عادت آمریکا به نقض حقوق بین‌الملل برخورد شود». دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا ۱۸ اردیبهشت ضمن اعلام خروج آمریکا از توافق هسته‌ای طی فرمانی تحریم‌های هسته‌ای آمریکا علیه ایران را بازگرداند. برایان هوک، مدیر سیاستگذاری وزارت خارجه آمریکا روز دوشنبه ۱۱ تیرماه ضمن تشریح راهبرد جدید

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها

یادداشت

تولید هیچ‌وقت
آسان نیست

امکان برنامه‌ریزی با توجه به بروز تحولات پی در پی اقتصادی برای صنعتگران بسیار دشوار شده است. بحث از گرانی محصولات خارجی به دلیل مشکلات ارزی و مصائب واردات به میان آمده و این در حالی است که مشکلات واردات، مواد اولیه را هم گران می‌کند. نرخ انواع عطر خارجی در کشور افزایش یافته و شاید به ظاهر این فرصتی برای تولیدکنندگان داخلی این محصول به نظر برسد، اما به هر حال اسانس و پمپ برای تولید عطر وارد می‌شود. با وجود اثرگذاری عوامل مختلف بر افزایش قیمت عطر داخلی اما سیاست ما به عنوان یکی از تولیدکنندگان این محصول عموماً بر استفاده از تیراژ تولید است.

در شرایط کنونی صنعتگران باید برای تطابق بیشتر بنگاه اقتصادی‌شان با وضعیت روز تلاش کنند. اگر گشایشی در صنعت یا تولید رخ دهد باید فوری از آن استفاده کرد. معتقدم...
۴



عضو کمیته ارزی اتاق ایران تشریح کرد

ردپای دلالی در نظام ارزی

عضو کمیته ارزی اتاق بازرگانی ایران گفت در پیچ و خم‌های اداری، واردکنندگان باید پشت صف‌های طولانی دریافت ارز بایستند و هر آن کس که در ابتدای این صف طولانی قرار دارد، منفعت می‌برد. محمد لاهوتی در گفت‌وگو با مهر با اشاره به دستور وزیر صنعت، معدن و تجارت مبنی بر تصمیم‌گیری دفاتر تخصصی این وزارتخانه برای تخصیص ارز گفت: واقعیت این است نوساناتی که در بازار ارز به وجود آمده و اتفاقاتی که بعضاً گفته می‌شود شیطنت‌هایی را مبنی بر بهم ریختگی بازار ارز در داخل و خارج رقم زده، باعث شده است که کنترل این بازار بسیار مهم تا حدودی از دست دولت خارج شود؛ به همین دلیل است که مجموعه سیاست‌گذاری‌های ارزی دولت در مقطع کنونی، به سمت سیستم انقباضی حرکت می‌کند و متأسفانه در حال احیای سیاست‌های دهه شصت است.

عضو کمیته ارزی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران افزود: بر این اساس، در سال‌های جنگ برخی مراکز خاص طراحی شده بود تا سهمیه‌بندی و تخصیص ارز را صورت دهند که هم‌اکنون نیز ردپای آن را می‌توان در اقتصاد ایران دید. به هر حال سیاست‌ها، متأسفانه به آن سمت در حال حرکت است؛ هر چند که در ابتدا، سیاست‌های ارزی اتخاذ شده از سوی دولت با اعلام نرخ ۴۲۰۰ تومانی برای هر دلار، کارشناسی نبود و کماکان هم بر این نرخ غیرکارشناسی پافشاری صورت می‌گیرد.

وی تصریح کرد: پافشاری دولت بر نرخ ۴۲۰۰ تومانی برای هر دلار، در حالی است که حتی دولتمردان نیز معتقد هستند که دولت در مورد برخی نیازها، قادر به تأمین ارز نیست یا سوءاستفاده‌هایی از ارز ارزان قیمت دولتی صورت گرفته است. البته در این میان باید به توجه ویژه دولت در مورد کاهش هزینه خانوارها نیز اشاره کرد، اما متأسفانه علیرغم اختصاص ارز ارزان قیمت به واردات کالاها، کنترل قیمت نوسانات نرخ ارز و اثراتش بر قیمت کالاهای اساسی وارداتی، به سفره مصرف‌کنندگان و مردم سطح جامعه نیامده است، بلکه با امضاهای طلائی و ارتباطات ویژه‌ای که میان برخی واردکنندگان با بعضی دستگاه‌ها وجود دارد، این تصمیمات تبدیل به شکل‌گیری ویژه‌خواری‌هایی برای واردکنندگان سودجو شده است و همین امر، دوقطبی شدن جامعه را در پی داشته و فاصله طبقاتی را بیشتر کرده است.

به گفته لاهوتی، تجربه نشان داده که در هر دوره‌ای که این تصمیمات گرفته شده، نتیجه به همین شکل به نفع سودجویان بوده؛ درحالی‌که راه از بین رفتن رانت‌ها، ویژه‌خواری‌ها و امضاهای طلائی، شفاف‌سازی است و محدود کردن و ممنوع کردن به این روش و تخصیص ارز ارزان به گروهی خاص پاسخگو نیست.

وی با بیان اینکه این گونه سیاست‌های رانتی، تأثیرات خود را بارها در اقتصاد ایران نشان داده است، خاطر نشان کرد: این سیاست‌ها حتی در دهه ۶۰ نیز پاسخگو نبود، چه رسد به اینکه اکنون در دهه ۹۰ به تحولات بسیار اقتصادی نسبت به سال‌های جنگ، قرار داریم؛ پس پیشنهاد ما به عنوان فعالان اقتصادی این است که دولت اجازه دهد نرخ ۴۲۰۰ تومانی به ازای هر دلار، فقط و فقط برای کالاهای اساسی تخصیص داده شده و واردات نیز توسط خود دولت صورت گرفته و پخش و تهیه آن نیز با دستگاه‌های دولتی باشد، ضمن اینکه مابقی نیازهای ارزی در کشور نیز در بازار عرضه و تقاضا تأمین شود و در مقابل صادرات، واردات کالاها صورت گیرد. به خصوص اینکه در حال حاضر، واردات و صادرات کشور کاملاً بالانس است و ارز مورد نیاز برای واردات، از طریق صادرات قابل تأمین است.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران گفت: ارز ارزان تنها باید برای کالاهای اساسی و تنظیم بازاری ارائه شده و مدیریت بازار این کالاها هم به عهده دولت باشد، در غیر این صورت ادامه روش کنونی و تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی نتیجه‌ای جز رانت و فساد نخواهد داشت؛ به نحوی که در پیچ و خم‌های اداری، واردکنندگان باید پشت صف‌های طولانی دریافت ارز بایستند و هر آن کس که در ابتدای این صف طولانی قرار دارد، منفعت می‌برد.

لاهوئی، نتیجه برخوردهای تعزیراتی با متخلفان را کم‌ثمر دانست و بر ضرورت جلوگیری از شکل‌گیری رانت تأکید کرد و گفت: هیچ کجای دنیا، نظارت و تعزیراتی بهتر از عرضه و تقاضا و شفافیت در بازار وجود ندارد، چراکه نمی‌توان با حکم دستوری و با برخوردهای تعزیری، از بروز فساد جلوگیری کرد؛ حتی اگر در مدت کوتاهی جو بازار را به سمتی پیش ببریم که آرامش بر آن حاکم باشد، اما باید مطمئن بود که مجدد بعد از مدت کوتاهی، بازار به دست افرادی خواهد افتاد که اختیارشان در دست دولت نیست و بازار را هر طور بخواهند، اداره کرده و شرایط آن را تغییر می‌دهند.

وی معتقد است اگر دولت به فکر اقبال ضعیف جامعه در کاهش قیمت کالاهای مصرفی خانوار است، بهتر است که در این پرداخت را به صورت مستقیم به مصرف‌کننده بپردازد و اجازه دهد که نرخ ارز به قیمت واقعی خود نزدیک شود. آنگونه است که از رانت‌ها جلوگیری شده و شرایط بهتری رقم خواهد خورد و از اختلاف طبقاتی هم جلوگیری می‌شود. عضو شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی تأکید کرد: همیشه در هر بازاری، افراد سودجو حضور دارند ولی این سیاست‌گذار است که با انتخاب سیاست منطقی و واقعی در کنار ایجاد شفافیت، جلوی فعالیت آنها را می‌گیرد؛ پس اگر امروز گرداندگان بازار، دلال‌ها و سودجویان هستند، نباید اجازه دهیم که این عده معدود، برای اقتصاد ایران تعیین تکلیف کنند چراکه آنها علت نیستند و معلول سیاست‌های غلط دولتی به شمار می‌روند، پس با اصلاح سیاست‌های غلط می‌توان آن را تضعیف کرد.



تخصصی وزارت صنعت، معدن و تجارت هستند و تعیین می‌کنند که کدام یک از متقاضیان باید در اولویت قرار گیرند. در حالی این تصمیم پس از سه ماه اتخاذ شده که پیش از این و در اوایل اردیبهشت ماه هم‌زمان با مراسم رونمایی از سامانه ارزی نیما، محمد شریعتمداری، وزیر صنعت، معدن و تجارت اعلام کرده بود که با طرح جدید ارزی می‌توان اختصاص ارز را هدفمند و بر اساس اولویت پرداخت کرد.

همچنین معاون اول رئیس‌جمهوری نیز در همان زمان تأکید کرد که سیستم در نظر گرفته شده در تخصیص ارز می‌تواند این امکان را فراهم کند که واردات کالا و خدمات از کانال‌های رسمی واگذار شود. حال با گذشت سه ماه از سیاست ارزی دولت و با شرایط نامناسبی که در بخش واردات کالا ایجاد شد، شاهد تغییر شیوه ارائه ارز دولتی توسط سیاست‌گذاران هستیم و از این به بعد دفاتر تخصصی وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان مجوزدهنده جهت سهمیه‌بندی و تعیین اولویت تخصیص ارز دولتی اقدام می‌کنند تا این گونه از سودجویی‌های پیش آمده طی هفته‌های اخیر جلوگیری شود.

حلال باید دید آیا وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌تواند از پس رانت‌ها و سودجویی‌هایی که بازار واردات کالا را در امان نخواهد گذاشت، برآید؟

و لوازم خانگی، دفتر صنایع شیمیایی و سلولزی، دفتر صنایع نساجی و پوشاک، دفتر صنایع برق و الکترونیک و دفتر صنایع معدنی را به عنوان مجوزدهنده جهت سهمیه‌بندی و تعیین اولویت تخصیص ارز دولتی مشخص کند.

براین اساس از روز گذشته کلیه ثبت سفارش‌ها به تفکیک گروه کالایی به صورت سیستمی به دفاتر وزارت صنعت، معدن و تجارت در مورد وضعیت تخصیص ارز و اهلیت و سابقه واردکننده ارجاع شده و بررسی‌ها صورت گرفته و لیست مربوطه جهت تأمین ارز به بانک‌های عامل ارجاع می‌شود. درحالی‌که پیش از این پروفرم‌ها از فروشنده مبدأ دریافت و ثبت سفارش صورت می‌گرفت که با دریافت کد از طریق سیستم بانکی و وارد کردن آن در سامانه ثبت سفارش خرید به سه صورت نقدی، اقساطی و ال سی از طریق بانک‌ها و صرافی‌های مجاز و سیستم بین‌بانکی انجام می‌شد، اما هم‌اکنون بعد از دریافت کد مربوطه و وارد شدن در سامانه نیما، متقاضی دریافت ارز وارد روند تخصیص ارز می‌شود.

مگر تخصیص ارز اولویتی نبود!؟

این اتفاق بدان معناست که در گذشته پس از ثبت سفارش، واردکننده به بانک عامل مراجعه می‌کرد و بانک مربوطه تشخیص می‌داد که چه کسبی در اولویت دریافت ارز قرار می‌گیرد. این در حالی است که این روند تغییر کرده و از این به بعد مرجع تشخیص، دفاتر

اگرچه از دو روز پیش، توقف روند ثبت سفارش در دستور کار قرار گرفته و هشت دفتر تخصصی وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان مرجع صدور مجوز در ارتباط با تخصیص ارز دولتی جهت واردات کالا انتخاب شده‌اند، اما این حرکت نشان می‌دهد که سیاست پرداخت ارز دولتی به واردکنندگان تاکنون با اشکالاتی همراه بوده و موجب ایجاد رانت برای برخی شرکت‌ها و سودجویی آنها شده است. در واقع، تخصیص ارز دولتی به واردکنندگان در مدت اخیر شرایط را در بازار به گونه‌ای پیش برد که این شرکت‌های سودجو به بدترین شکل ممکن ارقام نجومی به جیب زدند و حالا بعد از گذشت سه ماه، دولت تصمیم به تغییر در سیاست ارزی و شیوه پرداخت ارز دولتی گرفته است. به گزارش ایسنا، هرچند این اتفاق را می‌توان تغییر در شیوه تأشیک ارزی دولت در حوزه واردات تلقی کرد اما بدون شک نمی‌توان از اذعان به شکست مدل اجرایی شیوه پرداخت دلار گذشت.

مسائلی نظیر ورود کالاهای غیرمرتبط، عدم فروش کالاهای وارد شده و احتکار، سوءاستفاده از کارت‌های بازرگانی قدیمی و فاقد اعتبار و نیز سایر سودجویی‌های ارزی صورت گرفته در حوزه واردات موجب شده تا وزارت صنعت، معدن و تجارت در دستورالعملی هشت دفتر تخصصی خود شامل دفتر صنایع خودرو و نیرو محرکه، دفتر صنایع ماشین‌سازی و تجهیزات، دفتر صنایع غذایی، دارویی و بهداشتی، دفتر صنایع فلزی

فروش فرآورده‌های نفتی به جای خام‌فروشی، تحریم را بی‌اثر می‌کند

۳ راهبرد مقابله با تحریم‌ها

نظام و کشور مخالفند، این راهبرد نیز به جایی نرسید و پس از مدت‌ها تلاش برای مذاکره و تدوین نتایج آن در قالب قرارداد برجام، اصلی‌ترین کشور حاضر در قرارداد یعنی آمریکا آن را زیر پا گذاشت.

بنابراین نه «دور زدن تحریم» و نه «برداشتن تحریم» چه از لحاظ نظری و چه از لحاظ عملی، نمی‌تواند راهبرد مناسب برای میان مدت و بلندمدت اقتصاد کشور باشد و منجر به مقاوم‌سازی اقتصاد شود. راهبرد سوم و اصلی برای مقابله با تحریم‌ها و مقاوم‌سازی اقتصاد در مواجهه با آن، «بی‌اثر کردن تحریم» است؛ راهبردی که منجر به افزایش هزینه تحریم و در عین حال، افزایش توان ضربه‌پذیری اقتصاد می‌شود.

در این زمینه بخش نفت کشور که از بخش‌های اصلی اقتصاد و نقطه مهم اثرگذاری تحریم‌ها بوده، نقش کلیدی دارد و ضروری است اقدامات مرتبط با راهبرد «بی‌اثر کردن تحریم» هر چه سریع‌تر در آن عملیاتی شود.

اقدامات متعددی در این راستا پیش روی کشور وجود دارد که وابسته به توان داخلی بوده و تنها با همت مسئولان و سرمایه‌گذاری مردم امکان‌پذیر است؛ «تولید و فروش فرآورده‌های نفتی و پتروشیمیایی به جای خام‌فروشی از طریق توسعه و افزایش ظرفیت پتروپالایشگاه‌های کشور» مهم‌ترین اقدام در بی‌اثر کردن تحریم نفت ایران است که در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نیز مورد تأکید قرار گرفته است. تعداد بسیار بیشتر مشتریان، فروش جزئی‌تر محصولات پتروشیمیایی نسبت به محموله‌های بزرگ نفت خام، منحصراً به فرد نبودن محصولات پتروشیمیایی همانند نفت خام ایران، ایجاد اشتغال، فرصت سرمایه‌گذاری برای مردم و جذب نقدینگی سرگردان کشور، ایجاد ارزش افزوده بیشتر در صنایع پایین دست پتروشیمی، سهولت بیشتر در فروش و تبدیل ربالی آن و تبدیل شدن ایران به هاب انرژی و پتروشیمی در منطقه از جمله مزایای تولید و فروش فرآورده‌های نفتی و محصولات پتروشیمیایی نسبت به خام‌فروشی است که منجر به بی‌اثر

شبکه تحلیلگران اقتصاد مقاومتی در نامه‌ای به رئیس‌جمهور، ضمن نقد و بررسی سه راهبرد برای مقابله با تحریم‌ها، حرکت به سمت فروش فرآورده‌های نفتی به جای خام‌فروشی را اقدامی در جهت بی‌اثر کردن تحریم‌ها معرفی کرد. در این نامه، سه راهبرد پیش روی کشور برای مقابله با تحریم‌ها مورد نقد و بررسی قرار گرفته و «بی‌اثر کردن تحریم» به عنوان تنها راهبرد اصلی و اثرگذار در این زمینه مطرح شده است.

به گزارش خبرگزاری‌ها، این کانون تفکر و نهاد سیاست‌گذاری در چارچوب راهبرد معرفی شده، حرکت به سمت فروش فرآورده‌های نفتی به جای خام‌فروشی را یک اقدام مهم دانست که منجر به بی‌اثر شدن تحریم فروش نفت خواهد شد.

در این نامه آمده است: تحریم‌های ظالمانه اقتصادی مسئله‌ای است که در سال‌های اخیر به شکل جدید و به صورت شبکه‌ای، هوشمند و ثانویه گریبانگیر اقتصاد ایران شده است. پیش از این نیز جمهوری اسلامی ایران سال‌ها از جانب آمریکا تحریم بود و سابقه تحریم‌ها به اوایل انقلاب اسلامی برمی‌گردد؛ اما اثرگذاری تحریم‌های جدید پس از همراهی دیگر کشورها از جمله کشورهای اروپایی با آمریکا و رسوخ قوانین تحریمی به حوزه‌هایی چون نظام بانکی و فروش نفت رخ داد. برای مقابله با این تحریم‌ها و جلوگیری از اثرگذاری آن بر اقتصاد کشور، سه راهبرد وجود دارد؛ راهبرد اول «دور زدن تحریم» است که توسط دولت دهم به کار گرفته شد؛ این راهبرد شاید در مدت کوتاهی توانست به کشور کمک کند، اما به دلیل ریسک بالای مسیرهای غیررسمی و غیرمتعارف و امکان بالای فسادزایی آن، پس از مدتی ناکارآمد شد و اثر عکس گذاشت.

راهبرد دوم «برداشتن تحریم» است که توسط دولت‌های یازدهم و دوازدهم دنبال شد؛ اما از آنجا که کشورهای سلطه‌گر به هیچ وجه قادر به کوتاه آمدن در مقابل جمهوری اسلامی ایران نبوده و از اساس با این

تقویت بانک مسکن و راهاندازی صندوق پس انداز؛ اقدام مهم وزارت راه و شهرسازی

انتقاد دوباره آخوندی از ورود دولت به حوزه ساخت و ساز مسکن



فرصت امروز: عباس آخوندی بار دیگر از نقش کارفرمایی دولت در ساخت و ساز مسکن انتقاد کرد و گفت: «بدون شک دولت نباید تحت هیچ شرایطی در حوزه ساخت و ساز وارد شود، به عقیده من، اگر قرار باشد عملکرد دولت با ساخت خانه اندازه‌گیری شود، دولت نباید حتی یک واحد خانه بسازد.»

وزیر راه و شهرسازی این سخنان را در نشست با نمایندگان استان تهران در مجلس شورای اسلامی بیان کرد و در ادامه از تقویت بانک مسکن و راهاندازی صندوق پس‌انداز مسکن به عنوان مهم‌ترین اقدامات دولت در حوزه مسکن نام برد. او همچنین عدم درگیری دولت در حوزه ساخت خانه را سیاست اصلی وزارت راه و شهرسازی خواند و نسبت به مسکن مهر پردیس به عنوان یک بحران بالقوه برای پایتخت هشدار داد. البته این اولین باری نیست که آخوندی از ورود دولت در حوزه ساخت و ساز مسکن انتقاد کرده و پیش از این در دوره دولت یازدهم نیز بارها با صدای بلند، ورود دولت به حوزه ساخت مسکن را سم مهلک و غیرعملی دانسته بود. در واقع، در سال‌های گذشته و پس از پروژه مسکن مهر، انتظار و مطالبه‌ای در سطح جامعه پیرامون مداخله دولت در بخش مسکن ایجاد شده است، حال آنکه به باور آخوندی باید با این انتظار مقابله کرد و چنین مداخله‌ای هیچ‌وقت در تاریخ ایران سابقه نداشته و این برای نخستین‌بار است که بعد از پروژه مسکن مهر، انتظار مداخله دولت در ساخت مسکن به وجود آمده است.

عدم درگیری دولت در حوزه ساخت خانه

وزیر راه و شهرسازی دیروز در دیدار با نمایندگان استان تهران در مجلس، بار دیگر گریزی به این موضوع زد و درباره پروژه مسکن مهر گفت: برخی معتقدند که دولت قبل در حوزه مسکن کار بزرگی کرده و توانست پروژه مسکن مهر را آغاز کند غافل از آنکه این اقدام پس از گذشت ۱۰ سال تنها باعث دو برابر شدن حجم نقدینگی در کشور شده و مشکلات بسیاری را امروز به وجود آورده که عدم توانایی در تأمین خدمات آن تنها بخشی از این مشکلات به شمار می‌رود.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، وی با تأکید بر اینکه ما در این دوره قصد داریم تا در مرحله اول قدرت خرید مردم را اضافه کنیم، گفت: آمارها هم‌اکنون از اخذ ۷۰ هزار تسهیلات خرید مسکن خبر می‌دهد که چون مراسمی برای افتتاح و بهره‌برداری ندارد به صورت چشمگیر مطرح نمی‌شود، در حقیقت عمده اقدامات ما در بخش مسکن در این دوره تقویت بانک مسکن و راهاندازی صندوق پس‌انداز مسکن بود و به یاد دارم که در زمان آمدن من به وزارتخانه تنها ۲۰ میلیون تومان تسهیلات مسکن برای خرید خانه پرداخت می‌شد در حالی که امروز ۱۶۰ میلیون تومان با نرخ ۸ درصد پرداخت می‌شود. وزیر راه و شهرسازی فعال‌شدن بازار مسکن را یکی از اقدامات مهم در این حوزه اعلام کرد و گفت: بحث مسکن اجتماعی و مسکن برای گروه‌های کم‌درآمد معمولاً مانند سایر کشورهای جهان از سوی نهادهای اجتماعی مانند تأمین اجتماعی، بهداشتی و ... ساخته و پیگیری می‌شود و تنها زمین آن را وزارت راه و شهرسازی تأمین می‌کند؛ اقدامی که تاکنون نیز انجام شده و نزدیک به ۱۲۰ هزار مسکن در اراضی وزارتخانه ساخته شده ولی از آنجایی که هر سازمان به اسم خود این پروژه را معرفی می‌کند تحت عنوان پروژه مسکن اجتماعی در کشور اعلام نشده است.

به گفته آخوندی، تصور ورود دولت و حذف قیمت زمین از ساختمان اقدامی غیرممکن بوده و در هیچ‌کجای دنیا اجرا نشده است، آیا به تصور

شما ما در بازاری که قیمت همه مواد اولیه بالا رفته است می‌توانیم مسکن را از آن مستثنی کنیم؟ قطعاً این مسئله باید در اقتصاد کلان دیده شده و کنترل شود چراکه این امر نیز تحت کنترل بازار است. وزیر راه و شهرسازی با تأکید بر اینکه با تمام مشکلات و افزایش قیمت‌ها، رشد قیمت مسکن از رشد متوسط سایر کالاها کمتر بوده است، گفت: قطعاً اتفاقی را که در حوزه کلان رخ می‌دهد نمی‌توان به طور بخشی حل کرد؛ مسئله‌ای که نه‌تنها در حوزه مسکن بلکه در تمامی بخش‌ها دیده می‌شود.

این مقام مسئول با اشاره به آغاز پروژه‌های مسکن مهر و حذف قیمت زمین از پروژه‌ها گفت: در این دوره به‌رغم تصور کاهش قیمت زمین و مسکن شاهد رشد ۹ برابری زمین و ۶ برابری مسکن بودیم که نشان از مشکلات این رویکرد دارد.

مسکن مهر پردیس، بحران برای پایتخت

آخوندی درباره آخرین وضعیت سایت‌های مسکن مهر نیز گفت: در حال حاضر هر واحد باقی‌مانده سایت مسکن مهر شهر جدید پردیس که مهم‌ترین مشکل ما در این بخش است برای تکمیل زیرساخت‌ها به ۳۲ میلیون تومان پول نیاز دارد که دولت نیز یک ریال اعتبار برای آن ندارد، در این حوزه باید بگوییم که فردی در سال ۹۱ این واحدها را با هزینه متری ۳۴۰ هزار تومان به مردم ارائه کرد حال آنکه این رقم در زمان فعلی با توجه به افزایش قیمت مصالح و ... به ۷۰۰ هزار تومان رسیده است که همراه با کمبود اعتبار ۳۲ میلیون تومانی برای زیرساخت باید بگوییم برای هر واحد بیش از ۶۰ میلیون تومان کسری اعتبار وجود دارد.

وزیر راه و شهرسازی با تأکید بر اینکه بحث مسکن مهر پردیس ظرفیت تبدیل به یک بحران برای پایتخت را دارد، گفت: در حال حاضر ۵ هزار و ۲۰۰ میلیون تومان کسری اعتبار برای تکمیل سایت مسکن مهر پردیس وجود دارد که اگر بخواهد به مردم سرشکن شود باید هر فرد نزدیک به ۶۰ میلیون تومان پرداخت کند؛ بحثی که امکان اجرای آن وجود ندارد.

مهم‌ترین راهکار در ساماندهی بافت فرسوده

این مقام مسئول درخصوص وضعیت مسکن، بافت فرسوده و مناطق حاشیه‌ای بیان کرد: بافت حاشیه‌ای و بافت فرسوده دارای دو جنس کاملاً متفاوت هستند، در حال حاضر اصلی‌ترین بحث در بافت حاشیه‌ای، مسئله اسکان غیرقانونی است که تهیه نقشه و صدور سند در مرحله اول مهم‌ترین اقدامی است که می‌توانیم در این حوزه انجام دهیم، چراکه ما نمی‌توانیم ۳۵ میلیون نفر ساکن در این مناطق را جابه‌جا و به مناطقی دیگر انتقال دهیم.

به گفته وی امکان نگاه بلندووزی به نواحی فرسوده نه‌تنها در ایران بلکه در هیچ‌کجای دنیا وجود ندارد این درحالی است که مردم نیز برای این کار اعتماد لازم را ندارند، به طور مثال سایت مسکن مهر که برای دولت بود گرفتاری‌های بسیاری برای کشور به وجود آورد، حال شما تصور کنید این درگیری به داخل شهر آورده شده و مشکلات را دوچندان کند.

وزیر راه و شهرسازی راهکار فعلی این وزارتخانه را برای رفع مشکلات بافت فرسوده ایجاد زیربنا و انجام کار توسط مردم اعلام کرد و گفت: قطعاً نگاه بلندووزی، جابه‌جایی مردم و دور کردن آنها از محل زندگی‌شان به بهانه بهسازی باعث گسترش حاشیه‌نشینی می‌شود که نمونه بارز آن در بافت پیرامونی حرم مطهر امام رضا قابل مشاهده است.

مسکن

در کدام مناطق پایتخت می‌توان خانه خرید؟
فراز و فرود بازار مسکن در بهار

طبق گزارش تحولات بازار مسکن شهر تهران، منطقه ۵ تهران بیشترین حجم خرید و فروش را در بهار امسال داشته و ارزان‌ترین منطقه نیز منطقه ۱۸ با میانگین متری ۲۰۷ میلیون تومان بوده است. به گزارش مهر، دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی، گزارش تحولات بازار مسکن شهر تهران طی ماه‌های اردیبهشت و خرداد ۹۷ را منتشر کرد. بر اساس این گزارش، متوسط قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در اردیبهشت‌ماه امسال ۵ میلیون و ۹۸۰ هزار تومان برآورد شد که نسبت به فروردین سال جاری ۷۲ درصد و نسبت به اردیبهشت‌ماه سال ۹۶ معادل ۳۴۲ درصد افزایش داشته است.

رشد ۴۴ درصدی قیمت نسبت به پارسال

این در حالی است که گزارش مذکور متوسط قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در شهر تهران در خردادماه امسال را ۶ میلیون و ۴۹۰ هزار تومان برآورد کرده است که نسبت به اردیبهشت‌ماه امسال ۸۴ درصد و نسبت به خردادماه سال گذشته ۴۴۵ درصد افزایش داشته است.

از دیگر نکات مندرج در این گزارش برآورد میانگین قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در منطقه یک تهران با ۱۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان به عنوان گران‌ترین منطقه پایتخت در اردیبهشت‌ماه و ۲ میلیون و ۶۹۰ هزار تومان میانگین هر متر مربع آپارتمان در منطقه ۱۸ تهران به عنوان ارزان‌ترین منطقه خرید فروش مسکن در ماه گذشته تعیین شده است.

شاخص مذکور در خردادماه افزایش چشمگیری داشته و هم‌چنان منطقه یک با میانگین هر متر ۱۴ میلیون گران‌ترین منطقه پایتخت و منطقه ۱۸ با متوسط ۲ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان ارزان‌ترین منطقه تهران قیمت‌گذاری شده است.

بر اساس گزارش وزارت راه و شهرسازی گران‌ترین واحدهای مسکونی در اردیبهشت‌ماه متعلق به واحدهای با سن کمتر از پنج سال با متوسط قیمت ۶ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان بوده و در رتبه بعدی واحدهای با عمر بین ۶ تا ۱۰ سال با متوسط قیمت ۵ میلیون و ۵۶۰ هزار تومان قرار گرفته است. این در حالی است که آپارتمان‌های با عمر بین ۱۶ تا ۲۰ سال با متوسط قیمت ۴ میلیون و ۹۹۰ هزار تومان کمترین قیمت را در معاملات اردیبهشت‌ماه به خود اختصاص دادند.

افزایش تمایل به خرید خانه‌های کلنگی

بررسی گزارش تحلیلی معاملات مسکن خردادماه نشان می‌دهد در ماه گذشته واحدهای با سن کمتر از پنج سال با متوسط قیمت ۷ میلیون و ۸۳۰ هزار تومان بالاترین قیمت معاملات مسکن را داشته‌اند با این حال در خردادماه امسال رتبه دوم گران‌قیمت‌ترین واحدهای مسکونی با واحدهای بالای ۲۰ سال با متوسط قیمت ۶ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قرار دارند که نشان‌دهنده افزایش تمایل خرید به واحدهای کلنگی در معاملات مسکن تهران است.

آسیاتیل

تلفن ثابت نسل نو!!!



دارنده مجوز ۳۳۲ به شماره ۱۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

۱۵۴۴
asiatech.ir

آسیاتیل

آگهی تجدید مناقصات عمومی دو مرحله‌ای



مناقشه گذار: شرکت توزیع نیروی برق خوزستان
موضوع:

شماره مناقشه	موضوع مناقشه	سایر شرکت در مناقشه (ریال)
۹۷/۶۶	خرید ۱۹۱۵ دستگاه برقی ۳۶ کیلو ولت و ۱۳۵۰ دستگاه برقی ۱۱ کیلو ولت جهت تابستان ۹۷	استاد پیوست
۹۷/۶۷	خرید برق آلات شبکه جهت تابستان ۹۷	استاد پیوست
۹۷/۶۸	خرید انواع برق آلات شبکه برق جهت تابستان ۹۷	استاد پیوست

محل دریافت اسناد مناقشه:

- الف: اهواز آماتیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه دوم اتاق ۲۰۲ امور بازرگانی و قراردادها تلفن تماس جهت دریافت اطلاعات ۰۶۱-۳۳۳۳۴۰۳۹
- ب: توزیع نیروی برق خوزستان www.kepdc.co.ir ، سایت شرکت تانویر www.tavanir.org.ir یا پایگاه ملی اطلاع رسانی http://ietts.mporg.ir نیز قابل رویت می‌باشد.
- تاریخ تحویل پاکت های مناقشه : تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۹۷/۴/۳۰
- محل تحویل پاکت های مناقشه: اهواز آماتیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه اول اتاق ۱۰۷
- تاریخ گشایش پاکت های مناقشه: روز سه شنبه مورخ ۹۷/۵/۲ ساعت ۱۴
- مبلغ خرید اسناد مناقشه ۱۰۰۰/۰۰۰ ریال واریز به حساب سپهر شماره ۰۱۰۴۹۷۸۲۰۰۰۷ نزد بانک صادرات اهواز شعبه دز
- به پیشنهاد های فاقد امضاء، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان

یادداشت

تولید هیچ‌وقت آسان نیست

علی‌اکبر رفوگران
کارآفرین پیشکسوت

امکان برنامه‌ریزی با توجه به بروز تحولات بی در پی اقتصادی برای صنعتگران بسیار دشوار شده است. بحث از گرانی محصولات خارجی به دلیل مشکلات ارزی و مصائب واردات به میان آمده و این در حالی است که مشکلات واردات، مواد اولیه را هم گران می‌کند. نرخ انواع عطر خارجی در کشور افزایش یافته و شاید به ظاهر این فرصتی برای تولیدکنندگان داخلی این محصول به نظر برسد، اما به هر حال آسانس و پمپ برای تولید عطر وارد می‌شود. با وجود اثرگذاری عوامل مختلف بر افزایش قیمت عطر داخلی اما سیاست ما به عنوان یکی از تولیدکنندگان این محصول عموماً بر استفاده از تیراژ تولید است.

در شرایط کنونی صنعتگران باید برای تطابق بیشتر بنگاه اقتصادی شان با وضعیت روز تلاش کنند. اگر گشایشی در صنعت یا تولید رخ دهد باید فوری از آن استفاده کرد. معتقدم که در شرایط کنونی می‌توان همچنان ادامه داد و تلاش کرد چراکه ما صنعتگرانی هستیم که طی ۵۰ سال گذشته روی پای خودمان ایستادیم. هیچ‌وقت تولید در ایران آسان نبوده است، این شکل مشکلات است که تغییر می‌کند و ذات کار تولید این است که سختی و آسانی را در کنار هم دارد. ایران کشور ماست و باید با روزهای سختی آن ساخت. بدنه تولید کشور مشکلات و دشواری کار مسئولان را درک می‌کنند، بنابراین باید دست به دست هم داد و با هماهنگی و همکاری موانع تولید را از سر راه برداشت. در شرایط کنونی بهتر است کارفرمایان بیش از گذشته صبر به خرج دهند و تحولات اقتصادی را با دقت دنبال کنند. با دست روی دست گذاشتن کار تولید پیش نمی‌رود. در دوران بچگی در کتاب شعری کودکانه خواندم که یادآوری آن حتی برای کارآفرین‌های باسابقه هم معنادار است. شعر می‌گفت: «همیشه راه بهتر هست در پیش، برای یافتن کمی بیندیش.»

دریچه



تصمیمات جدید ستاد اقتصاد مقاومتی

جلسه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی دیروز به ریاست معاون اول رئیس‌جمهور برگزار شد و اسحاق جهانگیری با اشاره به تأکید مقام معظم رهبری مبنی بر فعالیت همزمان دو ستاد اقتصادی برای مدیریت شرایط پیش رو گفت: براساس رهنمود رهبر معظم انقلاب اسلامی وظیفه ستاد مقابله با تحریم، مقابله با برنامه‌ریزی‌های اتاق جنگی است که در آمریکا علیه اقتصاد کشور راه‌اندازی شده و تکلیف ستاد دوم که ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی است تلاش برای برطرف کردن مسائل مرتبط با اقتصاد کشور است.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به جایگاه و ظرفیت بخش خصوصی در اقتصاد کشور، از اتاق بازرگانی و بخش خصوصی خواست تا در شرایط فعلی کشور، همانند دوران دفاع مقدس به دولت در جنگ اقتصادی و عبور از تحریم‌های پیش رو کمک کنند.

وی با بیان اینکه برنامه‌های دولت در حمایت از بخش خصوصی تغییر نکرده است؛ از رئیس‌اتاق بازرگانی خواست تا با توجه به سیاست‌های کلان نظام، جلساتی را با فعالان بخش خصوصی و بنگاه‌های اقتصادی برگزار کرده و به دنبال راهکارهایی برای کمک به دولت در مقطع فعلی باشند. رئیس ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی ادامه داد: طبیعی است که در شرایط فعلی سیاست‌های دولت متناسب با وضعیت پیش رو تغییر می‌کند و دولت انتظار دارد بخش خصوصی با درک شرایط فعلی کشور که از آن به عنوان جنگ اقتصادی تعبیر می‌شود، همراهی لازم را انجام دهد. وی از سازمان برنامه و بودجه کشور و دیگر دستگاه‌های مهم اقتصادی خواست با کار و تلاش شبانه‌روزی هرچه سریع‌تر نقشه‌راه اقتصادی برای عبور از شرایط پیش رو تدوین کنند.

جزئیات جدید از باند سلطان سکه

سکه‌های پیش‌فروش ۳ ماهه از امروز تحویل می‌شود

فرصت امروز: پس از آنکه دو روز پیش، وزیر اقتصاد از شناسایی خریداران عمده سکه و ارز با هدف مطالبه مالیات بر سود اتفاقی آنها خبر داد، حالا دبیرکل بانک مرکزی از تحویل سکه‌های پیش‌فروش با سررسید سه ماهه از امروز ۲۶ تیرماه خبر داده است. بعد از آنکه بانک مرکزی از بهمن‌ماه سال گذشته تا فروردین امسال برای جذب نقدینگی شروع به پیش‌فروش سکه کرد، حدود ۷ میلیون و ۶۵۰ هزار قطعه سکه فروش رفت؛ سکه‌هایی که حاشیه‌های زیادی برانگیخت و به گفته مسئولان تا سال ۱۳۹۹ در سررسیدهای مقرر تحویل می‌شود. اما یکی از این حاشیه‌ها، انتقادی بود که رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا و جواهر از بانک مرکزی مطرح کرد. به گفته

سه‌ماهه هستند، حدود ۶۶۶ هزار و ۵۰۰ قطعه تحویل می‌شود. همچنین در مردادماه ۲۹۲ هزار قطعه، شهریور ۳۳۶ هزار قطعه، مهر یک میلیون و ۲۸۷ هزار قطعه، ۹۰۷ هزار قطعه در آبان، ۷۰ هزار قطعه در دی‌ماه، ۸۶۵ هزار قطعه در بهمن و ۶۷۷ هزار قطعه در اسفندماه تحویل خواهد شد. این در حالی است که برای اردیبهشت‌ماه ۷۹۹ هزار قطعه سکه تحویل شده است.

در حال حاضر قیمت سکه در بازار حدود ۲ میلیون و ۸۰۰ تا ۲ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان معامله می‌شود و اختلاف قیمت بین سکه‌های پیش‌فروش و نرخ بازار قابل توجه خواهد بود. نرخ قطعی سکه پیش‌فروش در سررسیدها از این قرار بود؛ سکه تحویل یک ماهه یک

در عین حال، وزیر اقتصاد از رصد موسسات و آژانس‌های مسافرتی نیز خبر داد و گفت: موسسات و آژانس‌های مسافرتی به دقت رصد می‌شوند و با برخی از آنها که از موضوع پرداخت ارز مسافری برای سفر به کشورهای بدون نیاز به روادید، سوءاستفاده کرده‌اند، برخورد خواهد شد. کسانی هم که از وضعیت ارز مسافری سوءاستفاده کرده‌اند و با برخی اقدامات‌شان سودهایی به دست آورده‌اند، باید مالیات سود اتفاقی را پرداخت کنند.

پرونده ۵۰ خریدار عمده سکه و ارز در دست پلیس

روز گذشته همچنین رئیس پلیس تهران بزرگ جزئیات جدیدی از باند سلطان سکه را اعلام کرد. به گزارش اپلنا، سردار حسین رحیمی درخصوص پرونده متهم بازار سکه با نام مستعار سلطان سکه گفت: در ارتباط با پرونده سلطان سکه ۱۸ نفر از عوامل و نوچه‌های او به پلیس احضار شدند و گردش مالی و حساب‌های این افراد با کمک بانک مرکزی در حال بررسی است.

او با بیان اینکه همه عوامل مرتبط با این پرونده شناسایی و در آینده نیز دستگیر خواهند شد، گفت: پرونده کاملی با ابعاد جدیدتر برای سلطان سکه تشکیل شده است و همانطور که سخنگوی قوه قضاییه نیز اعلام کرد وحید مظلومین در سال ۹۱ دستگیر و به اعدام محکوم شده بود.

رئیس پلیس تهران بزرگ با بیان اینکه با تمام قدرت و شبانه‌روزی اسناد و مدارک جرائم و اخلاف بازار ارز را بررسی می‌کنیم، گفت: وحید مظلومین هم‌اکنون در پلیس آگاهی حضور دارد و افراد مرتبط با او نیز بازداشت و برخی نیز با قید وثیقه آزاد شده‌اند. همچنین برخی از افرادی که درخصوص این پرونده بازداشت شده‌اند جزو همان ۹۰ نفری هستند که در تاریخ ۲۵ اسفندماه سال ۹۶

درخصوص بازار ارز بازداشت و با قرارهای ۱۰ و ۸ میلیاردی آزاد شدند. سردار رحیمی خاطرنشان کرد: لیست ۵۰ نفره‌ای از خریداران عمده سکه و ارز در اختیار پلیس قرار داده شده تا بررسی‌های لازم درخصوص آنها نیز انجام شود. همچنین لیست ۳۵ شرکت موبایل در اختیار پلیس گذاشته شده و سه بازرسی ویژه از سوی دادستان برای بررسی این پرونده‌ها تعیین شده است.

وی ادامه داد: با دستگیری نفرات اصلی متخلفان در بازار سکه و ارز خوشبختانه روند صعودی قیمت در بازار سکه و ارز متوقف شده و رو به کاهش است البته عده‌ای به صورت خزننده در بازار سکه و طلا فعالیت می‌کنند که اقدامات آنها تحت کنترل پلیس بوده و با آنها نیز برخورد می‌شود. عوامل پلیس از حرکات خزننده این افراد اطلاع داشته و همچنین افرادی که درخصوص بازار ارز دستگیر شده‌اند به مراجع قضایی تحویل داده شده است.

میلیون و ۵۹۰ هزار تومان، سه ماهه یک میلیون و ۵۴۰ هزار تومان، شش ماهه یک میلیون و ۴۷۵ هزار تومان، ۹ ماهه یک میلیون و ۴۱۰ هزار تومان، یک ساله یک میلیون و ۳۵۰ هزار تومان، ۱۸ ماهه یک میلیون و ۲۴۵ هزار تومان و ۲۴ ماهه یک میلیون و ۱۱۶ هزار تومان.

مالیات‌ها به سراغ خریداران عمده می‌آیند

اما ماجرای سکه تنها به اینجا ختم نمی‌شود و دو روز پیش، مسعود کرباسیان، وزیر اقتصاد از شناسایی خریداران عمده سکه و ارز با هدف مطالبه مالیات بر سود اتفاقی آنها خبر داد.

به گفته وزیر اقتصاد، سازمان امور مالیاتی خریداران عمده سکه را شناسایی کرده و طبق قانون آنها مکلف به پرداخت «مالیات بر سود اتفاقی» هستند. او ادامه داد: ۱۰۰ نفر اول این لیست که بیشترین خرید را انجام داده‌اند، به صورت اولویت‌دار مورد بررسی و مطالبه مالیات قرار می‌گیرند. همین روند در مورد بازار ارز هم صورت می‌گیرد.



آگهی تجدید فراخوان شناسایی سرمایه گذار تکمیل بخشی از تاسیسات فاضلاب شهر کرمانشاه به روش بیع متقابل (مزایده)

(شماره فراخوان در سامانه ستاد: ۲۰۰۹۷۷۰۰۸۰۰۰۱۰۰-۱/۳۴/م/۹۷)

– جمعیت تحت پوشش ۳۲۴ هزار نفر
– محل اجرا: استان کرمانشاه شهر کرمانشاه
ب- شرایط کلی برای سرمایه گذاری:
– سرمایه گذار به صورت شخص حقیقی یا حقوقی با داشتن سابقه مدیریتی قابل قبول، تأمین و تخصیص سرمایه مورد نیاز را به عهده خواهد داشت.
– نشانی و محل بارگذاری پیشنهادها به شرح ذیل می باشد:
– سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) WWW.SETADIRAN.IR
– مهلت دانلود و دریافت اسناد: ۱۴ روز کاری پس از چاپ آگهی نوبت دوم
– زمان بارگذاری اسناد: ده روز پس از آخرین مهلت دریافت اسناد
جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن: ۰۹۱۸۳۳۹۹۹۲۹ (آقای مهندس بشیری) تماس حاصل نماید.
– بدیهی است پس از بررسی مدارک ارزیابی که توسط شرکت کنندگان تکمیل و تحلیل می شود، از سرمایه گذاران واجد شرایط جهت مذاکرات قراردادی دعوت بعمل خواهد آمد.
– سرمایه پذیر در رد یا قبول پیشنهاد فنی یا مالی سرمایه گذاران در تمام مراحل اختیار تام دارد.

– شرح مختصری از پروژه:
– موضوع پروژه: تکمیل بخشی از تاسیسات فاضلاب شهر کرمانشاه شامل اجرای بخشی از شبکه جمع آوری و تقاء مدول اول تصفیه خانه و همچنین تکمیل خط انتقال شماره ۳، ساخت ایستگاه پمپاژه شماره ۴ و بازسازی ایستگاه‌های پمپاژه شماره ۲ و ۳ فاضلاب شهر کرمانشاه.
– سرمایه پذیر: شرکت آب و فاضلاب شهری استان کرمانشاه
– مشاوره سرمایه پذیر: شرکت مهندسی مشاوره دز آب
– دوره ارتقاء تصفیه خانه ۲ سال و دوره تکمیل شبکه جمع آوری فاضلاب ۴ سال
– دوره بهره برداری تجاری: با ارائه مدل مالی
– راندمان تصفیه: ۹۵٪

شماره آگهی: ۲۰۵۵۸۷

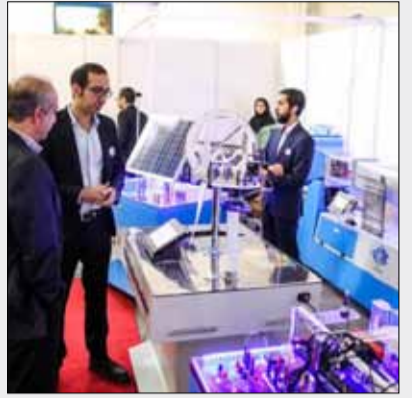
شرکت آب و فاضلاب استان کرمانشاه

۳۹۳۸



ایجاد مرکز نوآوری سازمان نظام مهندسی کشور

در مسیر اجرایی سازی برنامه توسعه تولید و همچنین تقاضای محصولات دانش بنیان، موضوع ماده ۴۳ قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور، تفاهم نامه همکاری، بین معاونت علمی و فناوری رئیس جمهور و سازمان نظام مهندسی ساختمان، در بیست و یکمین اجلاس سازمان نظام مهندسی کشور به امضا رسید. به گزارش مهر، پیمان صالحی، معاون نوآوری و تجاری سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری؛ اهداف کلان این تفاهم نامه را حمایت از ایده های نوآورانه و فنوارانه در حوزه ساخت و ساز و شتابدهی به روند تجاری سازی نوآوری های این حوزه، توسعه توان علمی، فنی، حرفه ای و تخصصی افراد دارای پروانه اشتغال سازمان های نظام مهندسی ساختمان در فناوری های جدید، تلاش در جهت توسعه تولید، تقاضا و صادرات محصولات دانش بنیان صنعت ساختمان به ویژه در بخش های انرژی و ساختمان های هوشمند و همچنین حمایت از شکل گیری و ارتقای توانمندی شرکت های دانش بنیان در حوزه ساخت و ساز برشمرد.



دریچه

چرا راه اندازی یک استارت آپ موفق استرس زا و چالش برانگیز است

برخلاف تصور موجود، سطوح استرس با افزایش موفقیت و پایدار شدن شرایط بالا می رود. یکی از دلایل افزایش استرس افزایش قضاوت اطرافیان و انتظارات آنهاست. هدف هر مدیرعامل رسیدن به موفقیت اقتصادی است، اما بسیاری از افراد موفقیت را یک روند آسان و پایان استرس نمی دانند. موفقیت هم چالش های خود را به دنبال دارد و این نوع چالش ها نگران کننده تر از چالش های مربوط به مراحل اولیه و راه اندازی شرکت است. هر چقدر بتوانید با چالش های بحرانی بیشتری مبارزه کنید، ادامه کار برایتان آسان تر خواهد شد. مدیرها معمولاً وقتی مشغول حل مشکلات و هدایت تیم خود در شرایط سخت هستند، تنها بر یک مورد تمرکز می کنند؛ نجات. در این شرایط آن قدر مشغول مشکلات هستند که وقتی برای اضطراب ندارند. اما زمانی که شرکت شما وارد یک دوره پیروزی و موفقیت می شود ناگهان متوجه می شوید که دارایی های بیشتری برای باختن دارید و باید از آنها محافظت کنید. انتظارات بالا می روند. متوجه می شوید که تمام تصمیم ها بر عهده شما است و دچار یک موج جدید استرس می شوید؛ نگرانی از خرابکاری یا ناامید شدن تیم.

برخلاف تصور موجود، سطوح استرس با افزایش موفقیت و پایدار شدن شرایط بالا می رود. یکی از دلایل افزایش استرس افزایش قضاوت اطرافیان و انتظارات آنهاست. هدف هر مدیرعامل رسیدن به موفقیت اقتصادی است، اما بسیاری از افراد موفقیت را یک روند آسان و پایان استرس نمی دانند. موفقیت هم چالش های خود را به دنبال دارد و این نوع چالش ها نگران کننده تر از چالش های مربوط به مراحل اولیه و راه اندازی شرکت است. هر چقدر بتوانید با چالش های بحرانی بیشتری مبارزه کنید، ادامه کار برایتان آسان تر خواهد شد. مدیرها معمولاً وقتی مشغول حل مشکلات و هدایت تیم خود در شرایط سخت هستند، تنها بر یک مورد تمرکز می کنند؛ نجات. در این شرایط آن قدر مشغول مشکلات هستند که وقتی برای اضطراب ندارند. اما زمانی که شرکت شما وارد یک دوره پیروزی و موفقیت می شود ناگهان متوجه می شوید که دارایی های بیشتری برای باختن دارید و باید از آنها محافظت کنید. انتظارات بالا می روند. متوجه می شوید که تمام تصمیم ها بر عهده شما است و دچار یک موج جدید استرس می شوید؛ نگرانی از خرابکاری یا ناامید شدن تیم.

در شرایط نجات، همه چیز آسان تر است

باید یک شوق و احساس عمیق در همه وجود داشته باشد. انسان ها از طریق حل مسئله پیشرفت می کنند. عامل تقویت تیم اصطلاحی به نام مربع P است؛ رنج ضریدر نزدیکی.

باید یک شوق و احساس عمیق در همه وجود داشته باشد. انسان ها از طریق حل مسئله پیشرفت می کنند. عامل تقویت تیم اصطلاحی به نام مربع P است؛ رنج ضریدر نزدیکی.

به بیان دیگر هر چقدر رنج افراد و نزدیکی آنها با یکدیگر بیشتر باشد، تیم پیوستگی و اتحاد بیشتری دارد. سخت کوشی برای حل مسائل دشوار افراد را گرد هم آورده و فرهنگ سازمانی را تقویت می کند. بنابراین زمانی که تیم شما با روشن کردن تمام سیلندرها سعی می کند به هدف برسد یا برای تعمیر یک برنامه یا ابزار حیاتی تلاش می کند، وضعیت شما طبیعی تر از زمانی است که تمام کارها با سطح مشخص و تعریف شده ای از موفقیت همراه است.

سطوح استرس با پایدار شدن امور بالاتر می رود

افزایش موفقیت افزایش انتظارات را به دنبال دارد و وقتی انتظارات افزایش پیدا کنند فشار هم افزایش پیدا می کند. به این فکر می کنید که اگر اشتباه کنم چه اتفاقی خواهد افتاد؟ اگر خرابکاری کنم چطور؟ یا اگر شرکت را طوری رهبری کنم که منطبق با انتظارات همه نباشد چه اتفاقی خواهد افتاد؟

علاوه بر این نوع فشار طبیعی، موفقیت یک حقیقت ناخوشایند دیگر را در مورد راه اندازی یک شرکت افشا می کند. یک مجموعه گسترده از تصمیم های مهم وجود دارد و شما به عنوان مدیرعامل باید تصمیم هایی را اتخاذ کنید که در تعیین سرنوشت شرکت نقش دارند و باید به تنهایی در این مورد تصمیم گیری کنید. در ابتدای کار یعنی زمانی که شما و اعضای تیم اولیه هر روز برای بقا و پیشرفت خود مبارزه می کنید، خود را در یک مسیر مشخص و تنظیم شده قرار می دهید. در این مرحله نیاز به تصمیم گیری بحرانی کمتر است.



باید یک شوق و احساس عمیق در همه وجود داشته باشد. انسان ها از طریق حل مسئله پیشرفت می کنند. عامل تقویت تیم اصطلاحی به نام مربع P است؛ رنج ضریدر نزدیکی.

به بیان دیگر هر چقدر رنج افراد و نزدیکی آنها با یکدیگر بیشتر باشد، تیم پیوستگی و اتحاد بیشتری دارد. سخت کوشی برای حل مسائل دشوار افراد را گرد هم آورده و فرهنگ سازمانی را تقویت می کند. بنابراین زمانی که تیم شما با روشن کردن تمام سیلندرها سعی می کند به هدف برسد یا برای تعمیر یک برنامه یا ابزار حیاتی تلاش می کند، وضعیت شما طبیعی تر از زمانی است که تمام کارها با سطح مشخص و تعریف شده ای از موفقیت همراه است.

علاوه بر این نوع فشار طبیعی، موفقیت یک حقیقت ناخوشایند دیگر را در مورد راه اندازی یک شرکت افشا می کند. یک مجموعه گسترده از تصمیم های مهم وجود دارد و شما به عنوان مدیرعامل باید تصمیم هایی را اتخاذ کنید که در تعیین سرنوشت شرکت نقش دارند و باید به تنهایی در این مورد تصمیم گیری کنید. در ابتدای کار یعنی زمانی که شما و اعضای تیم اولیه هر روز برای بقا و پیشرفت خود مبارزه می کنید، خود را در یک مسیر مشخص و تنظیم شده قرار می دهید. در این مرحله نیاز به تصمیم گیری بحرانی کمتر است.

منبع: QUORA/zoomit

۷ شهر برتر برای راه اندازی کسب و کار دیجیتالی در آمریکا

۳- لس آنجلس: بین سال های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴، کسب و کارهای دیجیتالی در این شهر ۷۹ درصد رشد داشته اند و این بخش پس از حمل و نقل، بیشترین رشد را تجربه کرده است.

۴- بوستون: متوسط درآمد سرانه کارکنان بخش اقتصاد دیجیتالی در این شهر ۷۸۸۲ دلار است و نرخ رشد اقتصاد دیجیتالی در سال ۲۰۱۷ در این شهر ۵۹ درصد بوده است. ۵- واشنگتن: این شهر دومین درآمد بالا را در بین شهرهای مختلف آمریکا برای شاغلان این بخش فراهم می کند، با این حال به دلیل هزینه زندگی بالا، پنجمین شهر مناسب فهرست است.

۶- دالاس: دومین هزینه های پایین زندگی را در بین شهرهای موجود در این فهرست دارد و سرانه درآمدی آن ۴۶۹۸ دلار است.

۷- سن خوزه: یکی از بالاترین نرخ های رشد اقتصاد دیجیتالی در آمریکا متعلق به این شهر است. تنها در سال گذشته نرخ رشد اقتصاد دیجیتالی این شهر به ۹۱ درصد رسید.

تا پایان سال ۲۰۲۰ حدود ۴۳ درصد کارکنان آمریکایی درگیر مشاغل اقتصاد دیجیتالی خواهند بود. به گزارش ایسنا به نقل از تک ریپابلیک، در سال های اخیر کسب و کارهای اینترنتی گسترش چشمگیری داشته اند و در حال حاضر ۵۷ میلیون آمریکایی در این کسب و کارها شاغلند و ثروتی معادل ۱.۴ تریلیون دلار به اقتصاد آمریکا می افزایند. در یک رده بندی، معیارهای مختلفی نظیر سهم اقتصاد دیجیتالی از کل تولیدات ناخالص داخلی، میزان نرخ رشد اقتصاد دیجیتالی و سهم آنها از اشتغال زایی در شهرهای مختلف آمریکا مورد بررسی قرار گرفته است. بر این اساس هفت شهر برتر آمریکا برای کسب و کار دیجیتالی عبارتند از:

۱- سان فرانسیسکو: با وجود هزینه های بالای زندگی، میزان درآمد در این شهر بالاست و سرانه کارکنان بخش اقتصاد دیجیتالی این شهر ۹۲۲۷ دلار است. ۲- آتلانتا: در سال ۲۰۱۷ اقتصاد دیجیتالی در این شهر ۴۰۷ میلیارد دلار به تولید ناخالص داخلی افزود.

۳- لس آنجلس: بین سال های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴، کسب و کارهای دیجیتالی در این شهر ۷۹ درصد رشد داشته اند و این بخش پس از حمل و نقل، بیشترین رشد را تجربه کرده است.

۴- بوستون: متوسط درآمد سرانه کارکنان بخش اقتصاد دیجیتالی در این شهر ۷۸۸۲ دلار است و نرخ رشد اقتصاد دیجیتالی در سال ۲۰۱۷ در این شهر ۵۹ درصد بوده است.

۵- واشنگتن: این شهر دومین درآمد بالا را در بین شهرهای مختلف آمریکا برای شاغلان این بخش فراهم می کند، با این حال به دلیل هزینه زندگی بالا، پنجمین شهر مناسب فهرست است.

۶- دالاس: دومین هزینه های پایین زندگی را در بین شهرهای موجود در این فهرست دارد و سرانه درآمدی آن ۴۶۹۸ دلار است.

۷- سن خوزه: یکی از بالاترین نرخ های رشد اقتصاد دیجیتالی در آمریکا متعلق به این شهر است. تنها در سال گذشته نرخ رشد اقتصاد دیجیتالی این شهر به ۹۱ درصد رسید.



توسعه پایدار بر مبنای توسعه کار آفرینی تجربه جهانی است

نوآورانه و فنوارانه، نیازمند حمایت های هدفمند و جدی است که بخش بسیاری از آنها پشتیبانی از محصولات دانش بنیان در بازارهای داخلی است خصوصاً در حالی که کالاهای بی کیفیت وارداتی به دلیل قیمت نازل، از حاشیه امن بالایی در بازار مصرف برخوردار هستند. این محقق مهندسی شیمی اظهار داشت: اگر زمینه برای فعالیت مناسب و حمایت های تسطیح کننده و تسهیل گر مسیر تجاری سازی مهیا باشند، قطعاً تعداد افراد بیشتری از سمت مقاله و فعالیت های پژوهشی نظری، به سمت ابعاد عملیاتی و تولیدی علم حرکت و تغییر جهت می دهند. عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد ارائه آموزش های کاربردی را امری الزامی دانست و اضافه کرد: نه می شود و نه می توان انتظار داشت فرد دانشگاهی و محقق، بر همه ابعاد تولید و کار آفرینی مسلط باشد؛ به همین دلیل ارائه آموزش های لازم در زمینه های مرتبط مانند ارتباطات مالی، مسائل مربوط به بیمه، قواعد صادرات و واردات و نحوه صحیح قیمت گذاری و برندسازی، امری ضروری است.

عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد گفت حضور در عرصه های کار آفرینی و شرکت داری دانش بنیان، تنها راه موجود و تجربه جهانی برای رسیدن به توسعه و پیشرفت پایدار و اثرگذاری علم در جامعه بومی است.

مهدی پورافشاری در گفت و گو با پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان با اشاره به لزوم توسعه فرهنگ کار آفرینی و اشتغال زایی در بین دانشگاهیان و نخبگان، گفت: تنها راه رسیدن به نقطه مطلوب و اهداف تعیین شده در حوزه علم و نخبگان، نهادینه کردن فرهنگ کار آفرینی، توسعه استارت آپ، زمینه سازی برای گسترش کسب و کارهای نوپا و فنوارانه و پرهیز از محدود کردن اشتغال در استخدام دولتی است. وی با بیان اینکه رسالت دانشگاه تربیت کارمند نیست، افزود: حضور در عرصه های کار آفرینی و شرکت داری دانش بنیان، سختی ها و مشکلات خاص خود را دارد و نیاز به تلاش و کوشش مستمر دارد، اما باید دانست که این راه تنها راه موجود و تجربه جهانی برای رسیدن به توسعه و پیشرفت پایدار و اثرگذاری علم در جامعه بومی است. پورافشاری ادامه داد: قطعاً موفقیت در کسب و کارهای



نوآورانه و فنوارانه، نیازمند حمایت های هدفمند و جدی است که بخش بسیاری از آنها پشتیبانی از محصولات دانش بنیان در بازارهای داخلی است خصوصاً در حالی که کالاهای بی کیفیت وارداتی به دلیل قیمت نازل، از حاشیه امن بالایی در بازار مصرف برخوردار هستند. این محقق مهندسی شیمی اظهار داشت: اگر زمینه برای فعالیت مناسب و حمایت های تسطیح کننده و تسهیل گر مسیر تجاری سازی مهیا باشند، قطعاً تعداد افراد بیشتری از سمت مقاله و فعالیت های پژوهشی نظری، به سمت ابعاد عملیاتی و تولیدی علم حرکت و تغییر جهت می دهند. عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد ارائه آموزش های کاربردی را امری الزامی دانست و اضافه کرد: نه می شود و نه می توان انتظار داشت فرد دانشگاهی و محقق، بر همه ابعاد تولید و کار آفرینی مسلط باشد؛ به همین دلیل ارائه آموزش های لازم در زمینه های مرتبط مانند ارتباطات مالی، مسائل مربوط به بیمه، قواعد صادرات و واردات و نحوه صحیح قیمت گذاری و برندسازی، امری ضروری است.

به تلاش و کوشش مستمر دارد، اما باید دانست که این راه تنها راه موجود و تجربه جهانی برای رسیدن به توسعه و پیشرفت پایدار و اثرگذاری علم در جامعه بومی است. پورافشاری ادامه داد: قطعاً موفقیت در کسب و کارهای



اولین استارتاپ ویکنند دانشگاه خوارزمی برگزار می شود

نخستین استارتاپ ویکنند دانشگاه خوارزمی از ۲۷ الی ۲۹ تیرماه ۹۷ برگزار می شود. به گزارش مهر، محور نخستین رویداد استارتاپ ویکنند دانشگاه خوارزمی توسعه زندگی فردی است. سه بخش کلی «ورزش و سلامت»، «فناوری مالی» و «زندگی شهری» برای این حیطه در نظر گرفته شده است. با توجه به ظرفیت حوزه «ورزش و سلامت»، می توان در این مسیر ایدههایی خلق، ارائه داد. در بخش «فناوری مالی» نیز این استارتاپ به دنبال ایدههایی نو در راستای سهولت پرداخت و ترویج کیف پول الکترونیک بین شهروندان است. در بخش «زندگی شهری»، نیز به دنبال راهکارهایی عملی برای بهبود کیفیت زندگی در کلانشهرهای کشورمان است. در این رویداد سعی شده با بهره گیری از دانش و تجربه عدهای از متخصصان موفق بستری ایده آل برای یادگیری علاقه مندان به اکوسیستم استارتاپی مهیا شود و در نهایت سکوی پرتابی مناسب برای ورود این افراد به بازار هدفشان باشیم.

یادداشت

۷ مورد از مزیت های محیط کاری که ارزش سرمایه گذاری ندارند!

می کنم. هوای پاک ذهن را بالایش کرده و هیچ هزینه ای ندارد. - کولبی فوند، از شرکت LFNT.

۴- تعطیلات نامحدود

به کارکنان خود تعطیلات نامحدود ندهید، چراکه هر کسی می داند چنین چیزی در واقعیت وجود خارجی ندارد. با دادن قول های مبهم تیمتان را سردرگم می کنید و حتی به خاطر ندانستن زمان دقیق تعطیلات، دچار استرس می شوند. به جای این کارها، انعطاف زمانی تعطیلات را با ذکر اعداد و ارقام، افزایش دهید. تورگی بیراند - از شرکت EditionGuard.

۵- اتاق چرت

اگر کارکنان تان آنقدر خسته اند که اغلب اوقات از اتاق چرت استفاده می کنند، انعطاف برنامه ریزی هایشان بهم می خورد. اگر اهمیت شغلی اجازه می دهد، به جای تعیین ساعت کاری از ۹ صبح تا ۵ عصر، به آنها اجازه دهید هر ساعتی که می خواهند کار کنند. این کار موجب افزایش کارایی آنها و در نهایت ارزش افزونه می شود. - کریس کریستوف، از شرکت MonsterInsights.

۶- فعالیت های تیم سازی و اجتماعی بیش از حد داشتن مهمانی ها و مناسبت هایی خاص به منظور تیم سازی خوب است، اما برخی شرکت ها زیاده روی می کنند. اگر کارکنان تان دوست ندارند در این رویدادها شرکت کنند یا این برنامه ها فشار مضاعفی بر دوش آنها می گذارد، نیت شما، تأثیری معکوس خواهد داشت. اگر تیمتان زیاد کار می کند، پس نیاز به زمانی برای استراحت دارد، که این به معنی دور بودن از دفتر کار است. نباید یک مدیر امور اجتماعی باشید، اکثر مردم دوست دارند خودشان برای وقت آزادشان برنامه ریزی کنند. - کالین کاسایوف، از شرکت ProTexting.

۷- هر چیزی که به مدت زیادی فراهم شده است

این روزها، مزیت های شغلی تنها هنگامی جذابیت دارند که مرتب دستخوش تغییراتی شوند. وقتی که همیشه مزیت های مشابه و یکسانی فراهم می شود، کارکنان به جای اینکه چنین مزیت هایی را پاداش بدانند، داشتن آنها را حق خودشان فرض می کنند. ما مزیت های شغلی شرکت مان را تغییر می دهیم و ایده «به مدت محدود» به آنها انگیزه می دهد که این مزیت ها را به دست آورند.

منبع: allbusiness



به قلم: ونسا نورنبرگ
مترجم: علی اکبری

همه دوست دارند در محیطی کار کنند که خواسته ها و نیازهایشان پشتیبانی شود. با این حال برخی شرکت ها، مزیت هایی را ارائه می کنند که محیط کار بیشتر شبیه به کلوب می شود. برخی از این مزیت ها می توانند به عامل حواس پرتی مبدل شوند، خصوصاً اگر مورد استفاده نداشته باشند.

برای فهمیدن اینکه کدام یک از مزیت ها اضافی هستند، ما سوالات زیر را از انجمن کارآفرینان جوان پرسیدیم:

سؤال: مزیت های شغلی برای جذب نیروهای مستعد و قوی کارآمد هستند، اما هر مزیتی ارزش سرمایه گذاری ندارد. کدام یک از مزیت ها را باید ملغی کرد و چرا ارائه آنها موجب هدر رفتن منابع و زمان می شود؟

۱- مزیت های ناخواسته

وقتی که قصد دارید مزیت هایی را برای کارکنان تان ارائه کنید، قدم اصلی مشورت کردن با تیمتان است. باید از میزان ورودی، قیمت دقیق و تحلیل کیفی آن مطلع باشید. اگر عمده افراد رانندگی نمی کنند، تگران پارکینگ نباشد؛ اگر تیمتان علاقه ای به نوشیدنی ندارند، غذای خانگی سفارش دهید. اهمیت ندهید که چه چیز مد است، برای تیمتان چیزهایی را فراهم کنید که واقعاً نیاز دارند. - رایان ویلسون، از شرکت FiveFifty.

۲- غذای رایگان

غذای مجانی مزیت مناسبی نیست، چراکه هزینه

بر و فاسدشدنی است و پس از مدتی، تبدیل به وظیفه می شود. علاوه بر این، به جای جمع کردن افراد ممکن است باعث پراکنده کردن آنها شود. به این فکر کنید که افراد علایق و سلیق مختلفی دارند و برخی هم دچار آلرژی هستند. پس بهتر است کاری انجام دهید که هدفی در پی داشته باشد، مثلاً یک ناهار دسته جمعی به مناسبت تولد یکی از افراد یا ورود شخص جدیدی به تیم. این مسئله باعث تغییر نقطه تمرکز از غذا به تیم می شود. این کار بهتر از تدارک دیدن همیشگی غذا است. - باروک لایونسکی، از شرکت Rank Secure.

۳- اسباب بازی های دفتری

داشتن دفتر کار جذاب خوب است، اما تازگی از بین می رود و پولی که صرف اسباب بازی ها شده، در واقع به هدر رفته است. اگر یکی از افراد تیم به استراحت نیاز داشته باشد، من او را به پیاده روی دعوت



سرگی برین نیز جزو معدن کاوان اتریوم است

سرگی برین یکی از بنیانگذاران گوگل طی برگزاری کنفرانسی در خصوص فناوری بلاک چین اذعان داشت که همراه با پسرش ارز دیجیتال اتریوم استخراج می کند.

به گزارش زومیت، سرگی برین (Sergey Brin)، بنیانگذار گوگل به همراه پسرش ارز دیجیتال اتریوم استخراج می کند، برین اذعان دارد که اگر چه گوگل مسیر پذیرش بلاک چین را به کندی طی می کند، اما او شخصاً این فناوری را خارق العاده می داند.

برین طی کنفرانسی درباره Blockchain که توسط سرریچارد برانسون، کارآفرین و بنیانگذار گروه شرکت های ویرجین در مراکش برگزار شد، در مورد پتانسیل فناوری بلاک چین صحبت کرد؛ او جهت حضور در این کنفرانس یک خفتان سفید (لباس بومی مراکش) بر تن داشت.

سرگی برین اذعان دارد برای اولین بار زمانی به تکنولوژی بلاک چین علاقه مند شد که پسرش از او درخواست خریداری یک کامپیوتر گیمینگ کرده بود.

برین گفت: یک یا دو سال پیش، پسر من اصرار داشت که یک کامپیوتر گیمینگ خریداری کنیم. من هم به او گفتم: «خب اگر ما یک کامپیوتر گیمینگ بخریم، باید ارز رمزگذاری شده هم استخراج کنیم، بنابراین یک استخراج کننده اتریوم راه اندازی کردیم و چند پنی و چند دلار هم درآمد کسب کردیم.

برین که اکنون به عنوان مدیر آلفابت، شرکت مادر گوگل، فعالیت دارد، اذعان کرد که گوگل در زمینه بلاک چین کمی عقب افتاده است. او گفت: «گوگل نتوانسته است یکی از پیشگامان این حوزه باشد.»

اگر چه بنیانگذار Google به این نکته اشاره کرد که چیز زیادی در خصوص ارزهای رمزنگاری شده نمی داند، اما پتانسیل آنها را خارق العاده دانست و گفت: شگفت انگیز است، می توانم آینده ای را ببینم که این ایده ها از حالت تئوری خارج شده و به واقعیت تبدیل خواهند شد.

آیا بیت کوین سقوط می کند

ارزش بیت کوین به دلیل موانع مختلفی از جمله تهدید مراجع قانون گذاری کشورهای سراسر دنیا کاهش یافت، قیمت این ارز رمزنگاری شده محبوب، در روز جمعه به زیر ۶ هزار دلار رسید که پایین ترین نرخ برای بیت کوین از ماه نوامبر

محسوب می شود. قیمت بیت کوین نسبت به اواخر ماه گذشته، حدود ۲۰ درصد، معادل ۱۴۴۸ دلار کاهش یافته و حتی از ماه دسامبر هم کمتر شده است. افرادی که به بیت کوین وفادار هستند، حاضر به کناره گیری نیستند، ولی افراد شکاک، کار این ارز را تمام شده می دانند. طبق گفته محمد الازبان، مشاور ارشد اقتصادی آلیانز به CNBC، روزهای خوب بیت کوین دیگر سپری شده است، او می گوید:

فکر نمی کنم قیمت بیت کوین دوباره به ۲۰ هزار دلار برسد، ولی بهتر است افرادی که هنوز به بیت کوین اعتقاد دارند، پایگاهی مستحکم برای خود تشکیل دهند و منتظر افزایش قیمت باشند.

قیمت بیت کوین پس از رشد نجومی، در سراسری سقوط قرار گرفته است. چه عواملی می توانند جان تازه ای به بازار این ارز محبوب ببخشند؟ به گزارش زومیت، قیمت بیت کوین در سال ۲۰۱۷ رشدی نجومی

داشت و دلیل این امر، علاقه افراد غیر حرفه ای و هجوم آنها به سمت ارزهای رمزنگاری شده بود. همچنین می توان دستکاری قیمت توسط افراد حرفه ای، گمانه زنی ها برای افزایش قیمت و انتظار زیاد آنها از ارزهای دیجیتال را به عوامل افزایش نجومی قیمت بیت کوین اضافه کرد. قیمت بیت کوین در اواخر سال گذشته، حتی به بیش از ۲۰ هزار دلار هم رسید و افزایشی ۲۰ برابری نسبت به قیمت اوایل سال خود پیدا کرد. ارزهای کمتر شناخته شده دیگر هم شروع به رشد کردند قیمت رقبای Bitcoin مثل اتریوم و لایت کوین هم چندین برابر شد و افراد بسیاری به دلیل ماینینگ در این صنعت ثروتمند شدند. هرچه به زمان نزدیک می شویم، اوضاع تغییر بیشتری پیدا می کند تا جایی که حساب رشد قیمت ترکید و افزایش قیمت متوقف شد.



روزانه ۳۰ میلیارد ریال تسهیلات کارآفرینی در حال پرداخت است

این تسهیلات تا ایجاد شغل نظارت دارد، وی افزود: سامانه های مرتبط در حال حاضر به صورت روزانه روند دریافت تسهیلات و انجام کار توسط دریافت کنندگان این نوع تسهیلات را کنترل می کنند تا منجر به اشتغال واقعی شود.

وی همچنین کنترل و نظارت بنگاه های اقتصادی را از دیگر اقداماتی نام برد که به صورت جدی و ویژه توسط تیم های رصد انجام می شود.

استاندار مازندران همچنین با اشاره به اینکه دهه فجر امسال، چهلمین سال پیروزی انقلاب اسلامی است، گفت: با برنامه ریزی های منسجم و هماهنگ باید دستاوردهای نظام را به درستی و خوبی به جامعه معرفی کنیم.

وی افزود: در برهه زمانی فعلی که ابزارهای اطلاع رسانی متنوع و نقش فضای

مجازی بیشتر شده، گاهی شاهد انتشار اخبار و مطالب خلاف واقع هستیم که هدف آن کمرنگ کردن عملکرد نظام است و رسانه ها می توانند در این زمینه به خوبی نقش ایفا کنند.

استاندار مازندران گفت: روزانه ۱۵ تا ۳۰ میلیارد ریال تسهیلات کارآفرینی به متقاضیان واقعی و کاربرد در حال پرداخت است. به گزارش مهر، محمد اسلامی در ستاد چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی

در ساری از پرداخت تسهیلات به کارآفرینان به عنوان یکی از اقدامات موثر و مهم دولت تدبیر و امید برای ایجاد اشتغال نام برد و گفت که روزانه ۱۵ تا ۳۰ میلیارد ریال تسهیلات کارآفرینی به متقاضیان واقعی و کاربرد در حال پرداخت است. وی توضیح داد: این تعداد شغل جدید و پرداخت تسهیلات کارآفرینی به متقاضیان جدای از تسهیلات اشتغال زایی و ایجاد شغل از طریق دستگاه های حمایتی مانند بهزیستی و کمیته امداد امام خمینی (ره) است.

استاندار مازندران یکی از دلایل مهم انباشت بیسکاری در جامعه را پرداخت تسهیلات اشتغال به افراد فاقد صلاحیت در گذشته برشمرد و گفت: دولت تدبیر و امید تلاش کرده است با ایجاد سامانه ای خاص و نظارت و کنترل دائمی، تسهیلات را به افراد واجد شرایط و کارآفرین واقعی برساند و بر هزینه شدن



ایستگاه بازاریابی

چرا ایجاد روابط همان راز بازاریابی است که هیچ کس درباره اش حرف نمی زند

سوجان پاتل کارفرین وبزاریاب
مترجم: مروریاد فیض

مشتریان، افراد با نفوذ و رقبا همگی باید بخشی از شبکه شما باشند، درست خوانندید: حتی رقبا.

من عاشق فناوری هستم. منظورم این است که چه کسی در جهان امروز اینطور نیست؟ فناوری کارهای ما را آسان تر می سازد، بیش از پیش ما را با افراد مرتبط می کند و کماکان چیزهای جدید را ممکن می سازد.

اما فناوری دارای این اشکال بزرگ هم هست که غیرشخصی است. البته ما می توانیم انبوه پیامها را به یکباره برای هزاران مخاطب ارسال کنیم، ولی آیا این همان چیزی است که مردم واقعا می خواهند؟

پاتریسیا فریپ (Patricia Fripp)، سخنران حرفه ای، در وبسایت خود می گوید: «فناوری یک شرکت بزرگ را اداره نمی کند، روابط این کار را انجام می دهند». و من هم موافقم. اگر می خواهید یک کسب و کار موفق ایجاد کنید، لازم است بر ایجاد روابط با سه مخاطب اصلی تان تمرکز کنید: مشتریان تان، افراد با نفوذ و رقبای تان. دلیل اینکه چرا ایجاد روابط با این مخاطبان به کسب و کار شما سود می رساند، در اینجا آمده است.

مشتریان عاشق تان خواهند شد

شاید به خودتان بگویید اینکه معلوم است. البته که با مشتریانم ارتباط برقرار می کنم. اما انجام این کار، آسان تر از حرف زدن درباره اش است. ارتباط شما با مشتریان تان می تواند مهم تر و مشکل تر از تمام ارتباطات دیگران باشد.

دلیلش آن است که مشتریان می فهمند چه زمانی غیرقابل اعتماد هستید. برنده سالهاست که به امید فروش فوری، در تعقیب مشتریان بوده اند. اما مشتریان چیز بیشتری از فقط یک بار خرید می خواهند. آنها دوست دارند رابطه ای طولانی مدت با یک برند ایجاد کنند.

بنابراین چطور این کار را می کنید؟ راهبرد شما باید دو مرحله ای باشد: به مشتریان خود گوش داده و آنها را درک کنید و سپس به آنها محصول مورد نیازشان را بدهید.

قبل از آنکه هر نوع برنامه یا کمپین بازاریابی یا چیزی به سادگی این مقاله را آغاز کنم، در مورد مخاطبان خود تحقیق می کنم. مخاطبان بازاریابی من چه کسانی هستند؟ این افراد چه چیزی می خواهند؟ پرسیدن این سوالات ساده به من امکان می دهد مشتریان خود و نیازهای شان و روشی که کسب و کار من بتواند آن نیازها را برآورده سازد، بهتر درک کنم.

دادن حس خاص بودن و ارزشمندی به مشتریان تان نیز اهمیت دارد. شما می توانید این کار را با شخصی سازی ایمیل های خود، ارسال هدیه های خاص برای مشتریان اصلی و تماس مستقیم با مشتریان ناراضی انجام دهید. شما می خواهید که مشتریان تان، شناخت بهتری از شما و شرکت تان داشته باشند. مشتریان زمانی به شما اعتماد خواهند کرد که شما را بشناسند.

افراد با نفوذ با شما هماهنگ خواهند شد

هر صنعتی دارای افراد صاحب نظر است، آنهایی که تفاوت عمده ای ایجاد کرده و مرزها را به عقب می رانند. و هماهنگ کردن برندتان با این افراد با نفوذ، می تواند مزایای عمده ای به بار آورد.

داشتن روابط مستقیم با مشتریان تان اهمیت دارد، اما تنها راه دسترسی به آنها نیست. گاهی اوقات یک شخص ثالث می تواند شریک ارزشمندی برای ایجاد ارتباط با مشتریان تان باشد. ابتدا باید با همان شخص ارتباط برقرار کنید.

طی چند سال گذشته، سعی داشته ام با بازاریابان و کارشناسان حوزه ام در تماس باشم. من از طریق ایمیل و اسلک (Slack) با این افراد در تماس بوده و روابطی ایجاد کرده ام. اما همان اول کار نزدشان نرمتم که بگویم سلام، لطفا درباره این موضوع به من کمک کنید. در عوض ابتدا از آنها پرسیدم که چه کاری می توانم برایشان انجام دهم.

لازم است که روابط شما با افراد با نفوذ، سود متقابلی داشته باشد. شما چگونه می توانید به همدیگر کمک کنید؟ امروزه افراد با نفوذ در صنعت، دوستان من هستند و ما مدام از طریق یک گروه اسلک، در حال چت و با اشتراک گذاشتن محتوا و اطلاعات هستیم. و حدس بزنید که چه شد؟ از آنجا که ما محتوای زیادی می نویسیم، طبیعتاً آخر کار به یکدیگر استناد می کنیم.

و مشتریان تان متوجه این استنادها هستند. افراد با نفوذ هم اکنون شناخت خوبی در صنعت دارند، بنابراین مشتریان شما به نظر آنها اعتماد می کنند. اگر افراد با نفوذ در آنجا برند شما را توصیه کنند، می توانید مطمئن باشید که مشتریان تان به آنها گوش خواهند داد.

رقبای دوستان شما خواهند شد

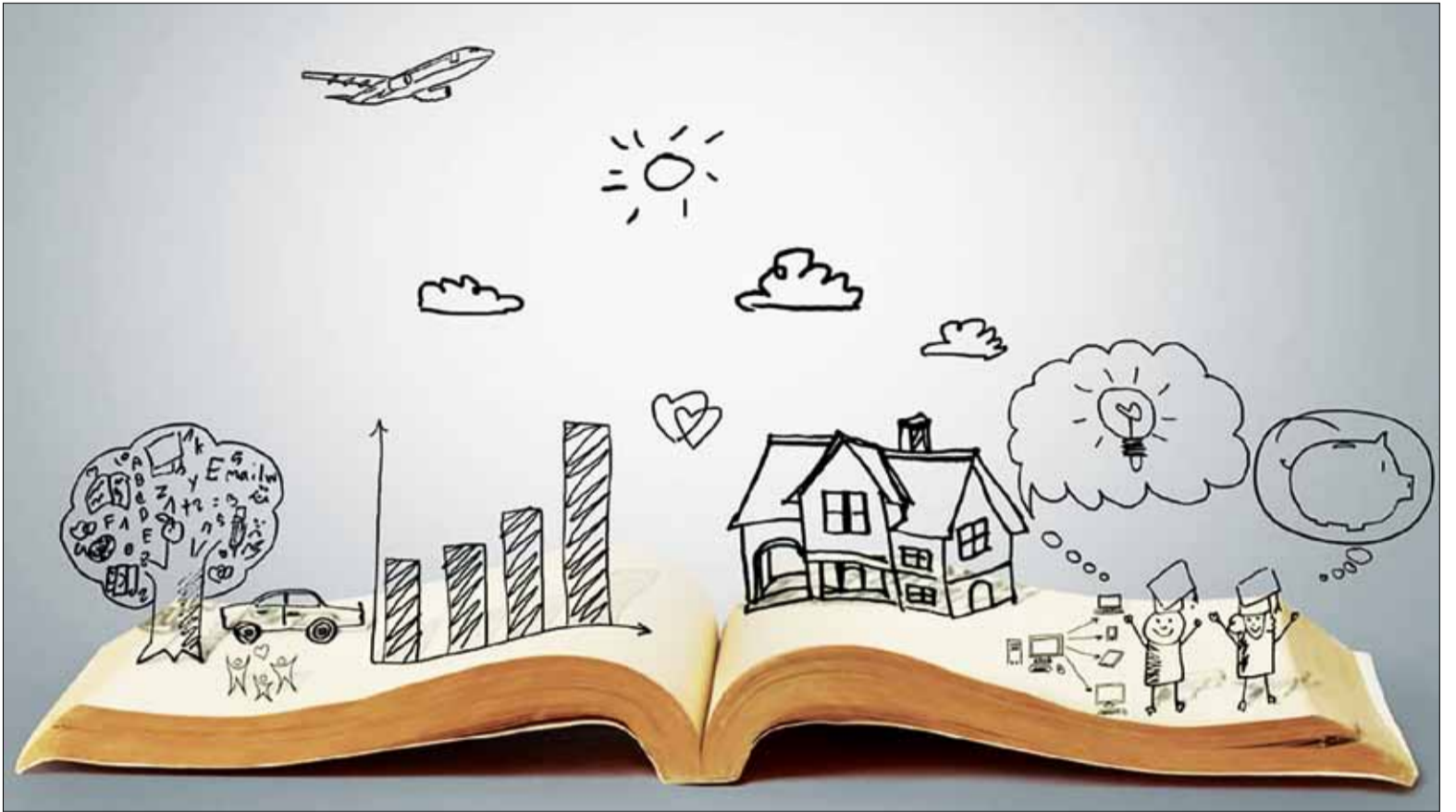
حالا می دانم چه فکری می کنید: اصلاً چرا بخواهید با رقبای تان دوست باشید؟ ولی تحمل کنید. به جای این فکر که لازم است رقبای تان نیست و نابود شوند، به آنها در نقش یک منبع ارزشمند بیندیشید. هر دو شما به دنبال مخاطبان یکسانی هستید، بنابراین با رد و بدل کردن مرتب اطلاعات، می توانید بیشتر درباره بهترین راهکار برای کسب و کارتان بیاموزید. مثلاً من از مدیرعامل گروه باتز (Growbots) یاد گرفتم که تبلیغات برای ما یک مجرای ضعیف است، چرا که هزینه به دست آوردن مشتری از این راه بسیار زیاد است.

به علاوه، زمانی که شما از رقبای خود بدگوی نمی کنید، نشان می دهید که کسب و کار آبرومندی دارید. شرکت هایی که بر تحقیر زیاد رقبای شان تمرکز می کنند، از منافع که آنها ارائه می دهند صرف نظر می کنند. مشتریان نمی خواهند بشنوند که رقبای تان چقدر افتضاح هستند، بلکه می خواهند بشنوند که شما چقدر خوب هستید.

اگر بر آن چیزی تمرکز کنید که مشتریان تان می خواهند، آنها بیشتر به شما اعتماد خواهند کرد و زمانی که بیشتر به شما اعتماد کنند، قادر خواهید بود مهم ترین نوع از روابط را ایجاد کنید.

منبع: entrepreneur

چگونه و چه وقت در فرآیند فروش از داستان استفاده کنیم؟



اختصاصی سازی قوانین را فراموش نکنید

هر قدر داستان شما بیشتر به جزئیات بپردازد، تاثیر بیشتری روی شنونده خواهد داشت. اگر مثلاً صحبت خود با مشتری را این گونه آغاز کنید که «بیش از ۷۰ درصد والدین به سختی و با مشکلات زیاد قادر به فراهم کردن هزینه دانشگاه فرزندان خود هستند»، شاید تاثیر آنچنانی بر شنونده خود نداشته باشید، اما اگر صحبت خود را این گونه آغاز کنید که «علی از دوستان من اصلاً نمی توانست حرف فرزندان را باور کند که می گفت برای سال آینده هزینه دانشگاه چیزی حدود ۲۰ میلیون تومان افزایش خواهد داشت. علی امسال برای پرداخت هزینه مجبور شده که از هزینه مسافرت سالانه خانواده کم کند. . . به نظر دیگر چه راهی برای مدیریت این هزینه دارد؟»

بداهه گوئی نکنید

هرگز سعی نکنید به صورت بداهه داستانی را سر هم کنید. به ندرت افرادی پیدا می شوند که توانایی بداهه گوئی در لحظه را داشته باشند و بتوانند با یک داستان بداهه طرف مقابل خود را قانع کنند. در عوض، سعی کنید زمانی را پیش از جلسه خود به این کار اختصاص دهید و یک داستان بی عیب و نقص تهیه کنید. این داستان را مکتوب کنید و سپس از روی کاغذ این را با صدای بلند بخوانید. این کار به شما کمک می کند تا بخش هایی از داستان را که اشکال دارد و از همخوانی کافی برخوردار نیست به راحتی پیدا کنید. حتی بهتر از آن، سعی کنید از یک همکار یا یک دوست بخواهید به عنوان شنونده به داستان تان گوش دهد. پس از مدتی به چنان مهارتی دست می یابید که می توانید عیب و نقص داستانها را به تنهایی پیدا کنید.

شما می توانید از یک طریق دیگر هم برای نوشتن داستان اصلی

داستان سراپی و داستان گوئی یکی از بهترین روشها برای انتقال اطلاعات است، چرا که این روش در واقع از هر روش دیگری به یاد ماندنی تر است. اگر بتوانید اطلاعاتی را که قصد انتقال آنها را دارید در قالب یک داستان پیاده سازی کنید، شنونده احتمالاً توجه بیشتری به آن خواهد داشت و پس از جلسه بهتر اطلاعات را به یاد می آورد. از طرفی داستان بهتر می تواند منجر به فروش شود، چرا که با احساسات شنونده ارتباط برقرار می کند و اثر خودش را می گذارد.

داستانهای فروش در زمانی از بهترین اثربخشی خود برخوردار هستند که مختص شرایط خریدار بالقوه شخصی سازی شده باشند. هر چند تدوین یک یا چند داستان به صورت کلی و استفاده از آنها در تمام ارائه ها و جلسات فروش خوب و اثربخش است، اما اثربخشی آنها هرگز به اندازه زمانی نیست که داستان بر اساس نیازهای خاص یک مشتری بالقوه تهیه و تدوین شده باشد. البته می توان به این نکته هم توجه داشت که داستانها با محوریت مشتری تهیه شوند که به صرف چند دقیقه وقت بشود آنها را برای یک مشتری دیگر هم شخصی سازی کرد.

مراجعه کننده خود را بشناسید

هر قدر بیشتر در رابطه با مشتری بالقوه خود اطلاعات داشته باشید، داستان ارائه شده شما بهتر عمل می کند، چرا که از دانسته های خود استفاده کرده و داستانی عرضه کنید که بهتر ارتباط برقرار کند. به عنوان مثال، اگر در حال فروش محصولات در حوزه سرمایه گذاری هستید و از قضا مشتری شما دو فرزند دارد که یکی از آنها دانشجوی بوده و دیگری نیز در دبیرستان است می توانید در داستان خود به هزینه های زیاد دانشگاه و مصایب دریافت بورسیه و حامی اشاره کنید. این داستان مطمئناً داستانی است که توجه مخاطب شما را جلب می کند.

بازاریابی فروشگاه اینترنتی در شبکه های اجتماعی

امیر قمصری

شبکه های اجتماعی، ابزار قدرتمندی برای برندینگ و بازاریابی اینترنتی کسب و کار شماست. در این مقاله می خواهیم درباره مزیت های استفاده از ابزارها و تکنیک های شبکه های اجتماعی، به منظور اطلاع رسانی بیشتر درباره برند توضیح دهیم. وقتی صاحب یک فروشگاه اینترنتی هستید، آن را اداره می کنید یا می خواهید چنین فروشگاهیهی افتتاح کنید، می توانید چند استراتژی را پیاده کنید تا توجهها را به سمت خود بکشانید، برندسازی کنید، تبدیل های خود را افزایش دهید، ارجاعات بیشتری به دست آورید و کسب و کار خود را رونق ببخشید. امروزه و در عصر کنونی، وقتی میلیاردها نفر حداقل در شبکه های اجتماعی حضور دارند و از سایت های شبکه های برای جستجوی محصولات و خرید (یا حداقل تصمیم بر خرید) استفاده می کنند، ضروری است که در امر بازاریابی، تمرکز ویژه ای روی فضای اجتماعی داشته باشید. شما باید به نحوی از قدرت شبکه های اجتماعی استفاده کنید تا بتوانید برای بازاریابی فروشگاه اینترنتی خود حداکثر بهره را ببرید.

هدف گذاری های بهتری روی بازاریابی انجام دهید

در استفاده از ابزارهای شبکه های اجتماعی برای بنا کردن کسب و کار اینترنتی، بهترین منابع شما ابزارهای تحلیلگر داده های اجتماعی هستند. این ابزارها پیچیده تر از هر زمان دیگری، داده ها را از شبکه های اجتماعی که شما استفاده می کنید جمع آوری و آنها را تحلیل می کنند تا مطمئن شوید روی مشتریان مناسبی هدف گذاری می کنید و بهتر بازاریابی کنید. به این ترتیب، طراحی استراتژی بازاریابی که به شما نتایج دلخواه تان را بدهد ساده تر خواهد شد. به طور خاص، ابزارهایی مانند Buffer, BuzzSumo, Keyhole و Hootsuite و ارتباطات را که با کاربر در شبکه های اجتماعی دارید بررسی می کنند و به شما اطلاع می دهند که

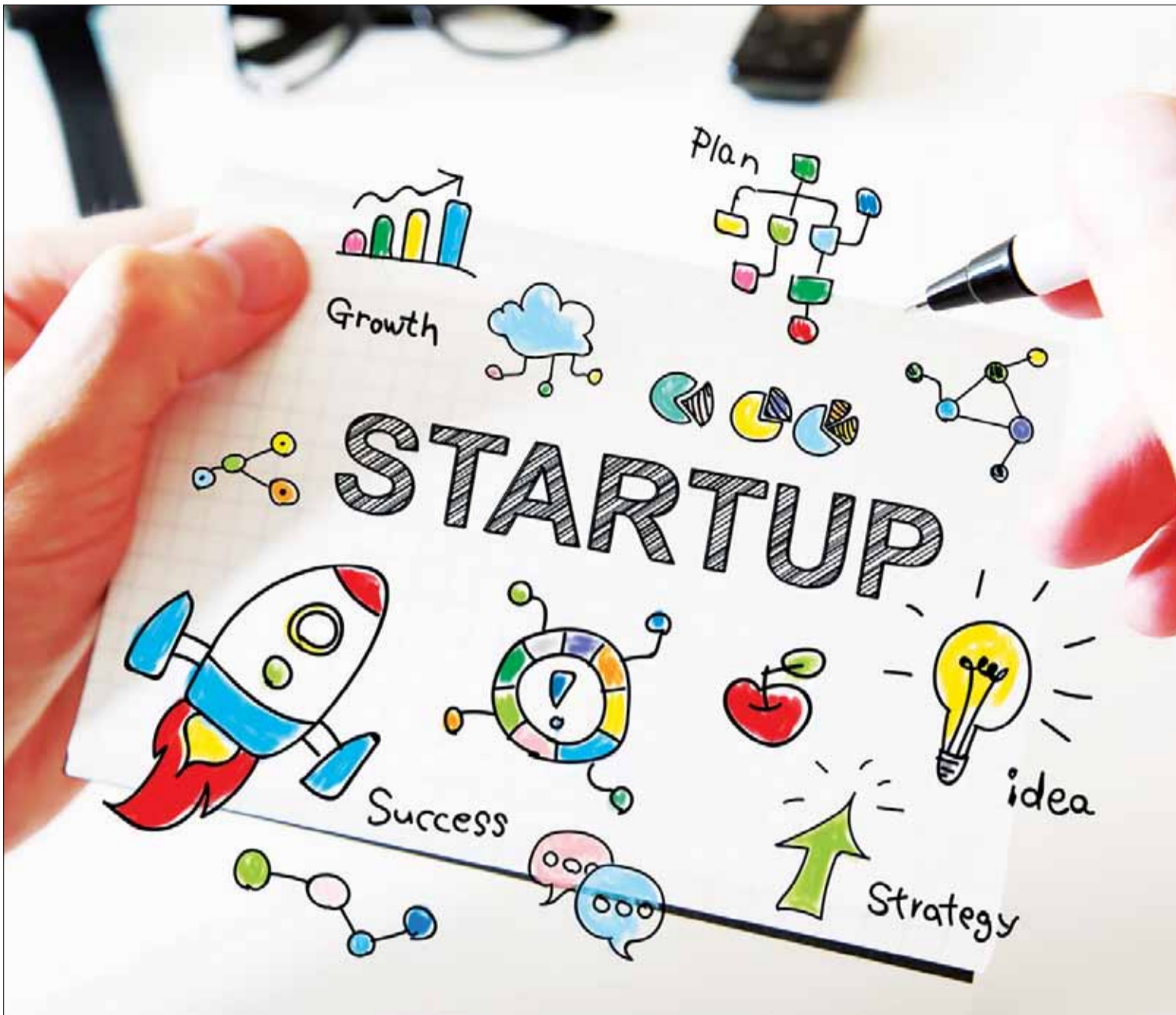
اطلاعاتی که می خواهند را به دست می آورند و ابهاماتشان برطرف می شود، با راحتی بیشتری خرید آنلاین انجام می دهند، با ارائه خدمات مشتریان در شبکه های اجتماعی می توانند روی بسیاری از مصرف کنندگان دیگر نیز به صورت همزمان تاثیر بگذارند. به این ترتیب مردم به صورت عمومی خواهند دید که شما خدمات مشتریان را جدی می گیرید و خودتان را ملزم به حل مشکلات مشتریان می کنید. این یک ابزار بازاریابی عالی و ارزان قیمت است.

درباره برند خود اطلاع رسانی کنید

علاوه بر حل مشکلات و نشان دادن تعهد خود بر خدمات مشتریان، می توانید با استفاده از شبکه های اجتماعی، برای خود برندسازی و کاری کنید کاربران با آن ارتباط برقرار کنند. با پست گذاشتن، شما به افراد اجازه می دهید به صورت دقیق درباره کمپانی شما و افراد دست اندر کار آن اطلاعات کسب کنند. از طریق شبکه های اجتماعی، می توانید شخصیت برند خود را نشان داده و درباره اهداف، دورنماها، باورها و تفاوت های آن صحبت کنید. می توانید به مردم نشان دهید که فرهنگ سازمان شما چیست و آنها در زمان خرید یا پرسیدن سوالات خود با چه افرادی در تماس خواهند بود. همچنین می توانید کاربران را با افرادی که مسئول ارسال سفارشات هستند آشنا کنید یا به آنها نحوه بسته بندی و ارسال محصولات خریداری شده را نشان دهید. با این کار شما از هزاران فروشگاه اینترنتی که با آنها رقابت می کنید متمایز خواهید شد. داستان گوئی پیرامون برندینگ، برای تمامی کسب و کارها اهمیت دارد، اما فروشگاه های اینترنتی به طور خاص می توانند از شبکه های اجتماعی استفاده کرده و داستان هایی در رابطه با محصولات فروخته شده و فرهنگ، سبک زندگی و هر چیز دیگری که درباره آنها توضیح می دهد تعریف کنند. شما با استفاده از پست های خود می توانید به مردم کمک کنید که کسب و کار شما و چیزی که می فروشد اعتماد کنند و آنها را ترغیب کنید سبک زندگی و فرهنگی را که از آن صحبت می کنید با دیگران به اشتراک بگذارند.

منبع: newseo

۴ روش حمایت از استارت‌آپ‌تان در برابر رقبای مقلد



می‌خواهید در آینده شغلی تان پیشرفت کنید؟ از تفکر علمی استفاده کنید

نویسنده: مویماک تائر
مترجم: سعیده کریمی

آیا تا به حال مجبور شده‌اید مفهومی پیچیده را به مشتریان تان توضیح دهید؟ آیا در کارتان موظفید برای تحلیل عملکرد یک محصول، معیارهای سنجش ایجاد کنید؟ نیاز دارید برنامه‌های تان را با محدودیت‌های متعدد پیش ببرید؟ این موارد برخی از رایج‌ترین مهارت‌های مورد نیاز برای شغل‌های حوزه تکنولوژی، مالی و مشاوره‌ای هستند، اما اغلب متقاضیان این شغل‌ها در هیچ یک از این مهارت‌ها آموزشی ندیده‌اند. می‌خواهید بدانید چه کسانی از این مهارت‌ها برخوردارند؟ دانشمندان.

بسیاری از افراد تصور می‌کنند انجام کارهای علمی یعنی جاگذاری اعداد در معادلات و سر و کله زدن با لوازم آزمایشگاه. بی‌شک چنین مواردی بخشی از کارهای علمی هستند اما دانشمندان بخش اعظم کارشان را صرف تفکر برای یافتن راه‌حلهایی خلاقانه برای مشکلات و سپس انتشار و به اشتراک گذاشتن یافته‌هایشان می‌کنند. چطور دانشمندان قادر به انجام این کار هستند؟ فارغ از دانش فیزیک و ریاضیاتی که آموخته‌اند، دانشمندان مهارت‌های خاصی را کسب می‌کنند و برای مواجهه با مسائل و مشکلات چارچوب فکری منحصر به فردی دارند. این مهارت‌ها را هر کسی می‌تواند کسب کند و اگر در به کارگیری این مهارت‌ها ممارست کنید، شانس موفقیت شما نیز در شغل تان بیشتر خواهد شد.

در این مقاله چند شیوه را معرفی می‌کنم که با استفاده از آنها می‌توانید مانند یک دانشمند فکر کنید.

میان مسائل قابل مشاهده با قابل درک تمایز قابل

شوید

در هر ثانیه میلیاردها ذره اطلاعات به مغز شما وارد می‌شود، بنابراین مغز برای سازگار شدن با این حجم انبوه یا ساختن فرضیه و نتیجه‌گیری‌های سریع در پردازش اطلاعات راه میانبر می‌رود. همین فرضیات و نتیجه‌گیری‌های نادرست در هنگام کار شما را به دردسر می‌اندازد.

برای جلوگیری از این اشتباهات سعی کنید میان چیزهایی که واقعا مشاهده می‌کنید و چیزهایی که استدلال می‌کنید تمایز قابل شوید. آیا به وضوح می‌توانید بگویید هوا بیرون گرم است یا از پشت شیشه می‌بینید که هوا آفتابی و بدون ابر است؟ آیا مشتری مستقیم به شما گفته است که در مورد محصولی خاص چه نظری دارد یا تنها براساس رکورد خرید مشتریان استدلال می‌کنید که از محصول شما راضی هستند؟

البته نمی‌توانید هر فرضیه‌ای را که مغز می‌سازد مورد سوال قرار دهید. در عوض یک موقعیت خاص را انتخاب کنید. می‌تواند موقعیتی در مسیر رفت و برگشت به کار باشد یا زمانی که با یکی از همکاران تان در تعامل هستید و در این موقعیت تمایز میان موارد قابل مشاهده با قابل درک را تمرین کنید. با گذشت چند هفته بهتر می‌توانید تشخیص دهید چه زمانی دست به نتیجه‌گیری‌های نامعقول می‌زنید. این کار به شما کمک می‌کند تا از بروز اشتباه جلوگیری کنید و با نگرشی صحیح به سراغ پرسش بروید، که گام بعدی ماست.

به دید پرسشی به شغل تان نگاه کنید نه به دید

مسئولیت

چند ماه پیش با یکی از دوستانم صحبت می‌کردم که مشغول انجام تحقیقات برای یک شرکت نوپا یا محوریت تکنولوژی هوش مصنوعی بود. از او پرسیدم در تحقیقات پاسخ چه پرسش‌هایی را می‌خواهد به دست آورد و او گفت در مورد اینکه محصول شرکت قادر است یک وظیفه معین را انجام دهد. من به او پاسخ دادم که «این یک هدف است نه یک پرسش».

وقتی مشکلات را به چشم مسئولیت نگاه می‌کنید در معرض خطر دید کانونی (توجه به یک چیز و بی‌توجهی به جوانب) قرار می‌گیرید. آنگذ بر کاری که باید و بر شیوه‌ای که باید، تمرکز می‌کنید که راه‌حلهای مناسب‌تر یا حتی مسائل جذاب‌تر را از دست می‌دهید. پرسیدن پرسش‌های صحیح می‌تواند به شما کمک کند تا تشخیص دهید واقعا به دنبال چه می‌گردید و فضا را برای کشف دیگر راه‌حلهای ممکن باز می‌گذارد.

برای هر پرسشی که می‌پرسید، یک فرضیه کاربردی بسازید

گفتم باید تشخیص دهید به دنبال چه می‌گردیم، خوب چطور متوجه شویم به آنچه می‌خواستیم دست یافته‌ایم؟ دانشمندان پیش از انجام تحقیق به تدوین فرضیه می‌پردازند تا یافته‌هایشان را با آن بسنجند. شما نیز هر بار که با مشکلی جدید در محل کار روبه رو می‌شوید همین شیوه را پیش بگیرید.

اگر در حال ساخت یک محصول هستید، یا می‌خواهید در بازارهای جدید سرمایه‌گذاری کنید، یا می‌خواهید الگوهای فروش شرکتی دیگر را تحلیل کنید، در همه موارد می‌توانید از عواملی که فکر می‌کنید بر دستاورد شما تاثیر خواهند گذاشت فهرستی تهیه کنید. پیش‌بینی کنید که هر یک از این عوامل تاثیر مثبت یا منفی خواهند داشت و سپس میزان تاثیر گذاری هر یک را تخمین بزنید.

درست است، این مسئله نیازمند برآوردی بر مبنای تجربه و دانش است، اما می‌توانید برای بررسی درستی کارتان از همین پیش‌بینی‌ها استفاده کنید. این فرضیات یک خط مبنایی را تشکیل می‌دهند که با کمک آن می‌توانید تعیین کنید کدامیک از انتظارات اولیه‌تان اشتباه بوده است و بدین ترتیب سوگیری‌ها و پیش‌داوری‌های نادرستی که ممکن است دیگر بخش‌های کارتان را نیز تحت تاثیر قرار دهند، مشخص می‌شوند.

نگران نباشید، به کار بستن رویکرد و نگرشی علمی به معنای کنار گذاشتن خلاقیت نیست. در واقع دانشمندان موفق در جست‌وجوی حقایق از منطق و نوآوری به‌صورت همزمان بهره می‌گیرند. وقت آن رسیده که دیگر افراد نیز مانند دانشمندان عمل کنند.

منبع: fastcompany

به‌قلم: آلیزو گاریسیا
مترجم: مرزوبدیفیض

شرکت برای توسعه ایده‌های جدید بستگی دارد. کلید موفقیت هر کسب‌وکاری، توانایی آن برای ارائه محصولات و خدمات تازه است. به عبارت دیگر، شما باید همواره در حال نوآوری باشید. در دریای وسیع رقابت، شرکت‌هایی دارای بهترین عملکرد هستند که پیوسته فرصت‌های جدید را شناسایی کنند.

نوآوری بودن بدین معنا نیست که هر ایده‌ای باید تحول‌آفرین باشد. زمانی که شرکت شما بتواند به‌طور مداوم تغییرات کوچکی در محصول یا خدمات تان ایجاد کند، شما فرصت بهتری برای تضمین جایگاه خود در بازار خواهید داشت.

مثلا در کسب‌وکار من، به‌جای این که سالی یکبار پایگاه‌مان را کاملا از نو طراحی کنیم، گروه من به روشی فکر می‌کند که بتوانیم همواره آن خصوصیات یا ابزار کوچک‌تر را اندکی به‌روزرسانی کنیم که به مشتریان مان کمک خواهد کرد تا هر روز سریع‌تر و کارآمدتر کار کنند. تام مک کسکیل (Tom McKaskill)، یک کارآفرین منظم و سرمایه‌گذار توانگر استارت‌آپ و نویسنده کتاب میلیون‌ها دلار پول از کسب‌وکار تان به‌دست آورید، با خردمندی نوشت: «شما در اصل نیاز دارید که فرهنگ، فرآیند یا راهبردی ایجاد کنید که به‌طور مداوم، مزیت رقابتی شما را به تدریج به‌روزرسانی کند. تا آن زمان صبر نکنید که شدیداً نیازمند پس گرفتن دوباره قلمرو خود هستید؛ ابتکار عمل به خرج دهید و مطمئن شوید که پیشرو باقی می‌مانید. نوآوری تنها راه مطمئن انجام این کار است».

۳- برند خود را با سرعت ایجاد کنید

زمانی که با رقابت زیادی روبه‌رو می‌شوید، بهترین مشتریان شما بزرگ‌ترین مدافعان کسب‌وکار تان نیز خواهند بود. زمانی که مشتریان از نظر احساسی به کسب‌وکار تان وابسته باشند، احتمال بیشتری وجود دارد که با شما باقی مانده و محصول یا خدمت شما را چه به‌صورت آنلاین و چه شخصی به بقیه توصیه کنند.

ارزش‌های گروه شما در بیشتر موارد، به همان اندازه راهکاری اهمیت دارند که به مشتریان تان ارائه می‌دهید. ایجاد پیش درآمدی برای برند خود (backstory) و نمایش چیزی که از آن طرفداری می‌کنید، می‌تواند یکی از بهترین روش‌ها برای نشان دادن ارزش‌ها و کارایی برندان به مشتریان تان باشد. این کار همین‌طور به مشتریان نشان می‌دهد که به کار تان افتخار می‌کنید و می‌تواند برای برندان اصالت ایجاد کند.

برای موفقیت بیشتر از رقبا، هرچه زودتر درباره روش توسعه برند شخصی خود پیرامون شرکت فکر کنید. دست و پا کردن شهرتی برای خود در نقش رهبر فکری جدید یک فضای اشباع شده، می‌تواند به طول انجامد، اما چیزی که اهمیت دارد آن است که برای ارائه دیدگاه منحصر به‌فرد خودتان تلاش می‌کنید. تعجب خواهید کرد که چه تعداد افراد حرفه‌ای دیگر در صنعت تان می‌توانند چالش‌ها و موفقیت‌های شما را درک کرده و توصیه یا داستان‌های شما را مفید بیابند.

ما زمان آغاز به‌کار شرکت تلاش کردیم تا در بحث و تبادل نظرهای راجع به تالارهای گفت‌وگو و شبکه‌های اجتماعی حضور یابیم. به علاوه

ما به دنبال فرصت‌هایی برای ارسال یادداشت میهمانان در وبلاگ‌ها یا وبسایت‌های معتبری بودیم که مخاطبان انتخابی ما می‌خوانند. توسعه برند شخصی برای من که یک بنیانگذار همکار هستم، نه تنها روشی عالی برای جلب نظر مخاطبان مختلف که همین‌طور یکی از بهترین روش‌ها برای توسعه اعتبار برند بود و بنابراین یک قدم جلوتر از مقلدان کوچک در بازار هستیم.

۴- بر یک بازار محدود (vertical) یا بازار بکر (niche) خاص تمرکز کنید

بسیاری از استارت‌آپ‌ها سعی می‌کنند در همه چیز بهترین باشند که در حقیقت کاری تقریبا غیرممکن است. کسب‌وکارهای موفق، یک بازار بکر را می‌یابند و بهترین راهکار را برای مشکلات مشتریان در آن بازار ارائه می‌دهند.

دلیل اهمیت تمرکز بر یک بازار بکر آن است که شرح راهکارها را برای مشتریان احتمالی بسیار آسان‌تر می‌کند. یعنی شما می‌توانید به سرعت و به آسانی آن چیزی را شرح دهید که انجام داده و می‌فروشید. در انتخاب بازار بکر خود، نباید تنها محصول یا خدمت در حال عرضه را مدنظر داشته باشید. همان‌طور که ووکامرس اشاره می‌کند، بازار بکر شما می‌تواند بر مبنای چیزهایی مثل موارد زیر باشد:

- منطقه جغرافیایی که در آن فعالیت یا فروش دارید
- جمعیت‌شناسی یا علایق مشتریان انتخابی تان
- قیمت اصلی محصولات تان؛ یعنی گران قیمت در برابر مقرون به صرفه
- روش فروش محصولات یا خدمات‌تان از طریق آونمان یا گزینه عضویت.

امکان ندارد که بتوان همه کارها را برای همه افراد انجام داد. اگر می‌خواهید شرکت تان مخصوصا در برابر برندهای بسیار بزرگ‌تر جالب توجه باشند، درباره روشی فکر کنید که بتوانید دانش و منابع خود را برای انجام بهتر کارها در یک بازار بکر به‌کار برید.

از شرکت خود محافظت کنید

برای یک شرکت کوچک که در فضایی اشباع شده رقابت می‌کند، درک این موضوع اهمیت دارد که با ارزش‌ترین دارایی‌های شرکت تان چه چیزهایی هستند و بهترین روش‌ها برای محافظت از آنها را بیابید. اگر ایده مخصوصا منحصر به‌فردی دارید، ممکن است بخواهید با سرمایه‌گذاری در کسب یک ورقه اختراع، از شرکت خود محافظت کنید. با اینکه این فرآیند بسیار طولانی و پرهزینه است، می‌تواند به سازمان شما بهترین حمایت مورد نیاز را در طولانی مدت ارائه دهد. حتی اگر ایده‌های شما در حد کسب ورقه اختراع نیستند، راه‌های فراوان دیگری برای حمایت از محصول تان در برابر استفاده‌های مشکوک وجود دارد، مثلا استفاده از نرم‌افزار حمایت از کد منبع.

شما هر راهبر حمایتی را که انتخاب کنید، اقدام فعالانه و نه واکنشی یکی از بهترین روش‌ها برای صرفه جویی در زمان و پول و دور نگاه داشتن مقلدان است تا بتوانید بر ایجاد بهترین کسب‌وکار ممکن تمرکز کنید.

منبع: allbusiness



نکات مهم برای تصمیم‌گیری در مورد فرصت‌های شغلی

اکثر کارمندان شغل خوب را به معنای دریافت دستمزد بیشتر و راحتی کار می‌دانند، اما حقوق مناسب به تنهایی برای ارزیابی فرصت‌های شغلی کافی نیست. بیکاری بسیار آزاردهنده است. احتمالاً مدت‌های زیادی در جست‌وجوی شغل و مصاحبه‌های کاری سرگردان بوده‌اید، اما اکنون که با فرصت‌های شغلی متعددی مواجه شده‌اید که هر کدام مزایای خاصی دارد، سردرگم شده‌اید. تصمیم راحتی نیست. به‌خصوص برای کسانی که نخستین شغل خود را تجربه می‌کنند. خانواده و دوستان، هر یک سعی در تحمیل نظرات خود دارند. برای تشخیص مناسب‌ترین شغل باید معیارهایی را در نظر داشته باشید که متاسفانه بعضی از آنها به راحتی نادیده گرفته می‌شوند.

پول همه چیز نیست

مقایسه دستمزد ابتدایی‌ترین روش برای انتخاب مناسب‌ترین شغل است. اما راشل کیم مربی و مشاور کسب‌وکار در شرکت سوفای نظر دیگری دارد. به عقیده وی، توجه محض به دستمزد کاری اشتباه است. کنار گذاشتن مزایای مادی باعث می‌شود که به خواسته‌های قلبی خود پی ببرید. درباره ابعاد حرفه، مسئولیت‌هایی که عهده‌دار خواهید شد و آرزوهایی که دارید بیندیشید. اهمیت درآمد قابل اغماض نیست، اما نباید از سایر مزایای شغلی مانند تعطیلات، بیمه بازنشستگی، تسهیلات سفر، همچنین مهارت‌ها و تجربه‌هایی که به دست خواهید آورد چشم‌پوشی کنید.

تناسب کار با روح و جسم مهم است

یافتن شغل منطبق بر شخصیت روحی و ویژگی‌های جسمی، مستلزم شناخت صحیح از اهداف و انگیزه‌های شخصی است. موفقیت شغلی به دنبال پیروی از علایق و استعدادها به دست می‌آید. با فعالیت در شغلی که منطبق بر علاقه و استعدادتان است، توانایی‌های‌تان رشد کرده و با آگاهی بیشتری نسبت به دیگران کار خواهید کرد. نتیجه این امر پیشرفت شغلی سریع‌تر و بهتر است که علاوه بر رضایت شغلی منجر به دریافت دستمزد و پاداش بیشتر نیز خواهد شد.

پتانسیل رشد شغلی

یکی از معیارهای مهم فرصت شغلی، پتانسیل رشد است. برای هر شغل به مهارت‌هایی که یاد خواهید گرفت، فرصت‌هایی که وجود خواهند داشت، تجربه‌هایی که کسب خواهید کرد، همچنین موقعیت شبکه‌سازی آن اهمیت بدهید. آیا شرکت مربوطه فرصت رشد قابل قبولی دارد؟ آیا امکان پیشرفت بدون دردسر فراهم است؟ آیا مهارت‌هایی که یاد می‌گیرید، رشد بلندمدت و ارزشمندی به ارمان می‌آورد؟ همه این معیارها باید در تصمیم‌گیری دخالت داده شوند.

با چه کسانی سروکار خواهید داشت

مدیران و کارمندان ارشد نقش مهمی در موفقیت شغلی کارمندان ایفا می‌کنند. در بررسی فرصت‌های شغلی از خودتان بپرسید که آیا به کار کردن زیر دست مدیران آنجا راضی هستید؟ در ارزیابی‌های موسسه نظرسنجی گالوپ مشخص شد که حدود ۷۵ درصد از ترک شغل‌ها به دلیل نارضایتی از رفتار مافوق بوده است. در ارزیابی مافوق خودتان به ویژگی‌هایی مانند سبک مدیریت، فرآیند تصمیم‌گیری، کیفیت روابط کارمند و کارفرما و کیفیت کار مورد انتظار وی دقت کنید.

خروج از سازمان

توجه به اهداف بلندمدت راهنمای خوبی برای تصمیم‌گیری در امور کوتاه‌مدت هستند. در دوران کنونی کمتر کسی را می‌توان یافت که کل دوران شغلی خود را در یک شرکت کار کرده باشد. از خودتان بپرسید که در ۵، ۱۰ و حتی ۱۵ سال آینده می‌خواهید در چه موقعیتی باشید و برای رسیدن به آن چه مسیری را باید طی کنید. چه تجربه‌ها و مهارت‌هایی را باید یاد بگیرید؟ به کمک چه کسانی نیاز دارید؟ سپس با این معیارها شرایط هر یک از پیشنهادها را ارزیابی کنید.

تصمیم خود را بگیرید

اغلب افراد پس از ارسال تقاضای استخدام به موارد دیگر فکر می‌کنند. پس از بررسی دقیق و ارزیابی هر یک از پیشنهادها، تصمیم خود را بگیرید و شک و تردید به خودتان راه ندهید. در نهایت قدم گذاشتن در مسیر جدید برای رسیدن به هدف خودتان را جشن بگیرید.

منبع FASTCOMPANY/zoomit



مدرسه مدیریت

استراتژی کسب‌وکار چیست؟

قبل از پرداختن به فرآیند توسعه استراتژی‌های کسب‌وکار ضروری است به برخی پرسش‌ها پاسخ دهیم؛ پرسش‌هایی همچون: کسب‌وکار چیست؟ استراتژی کسب‌وکار چیست؟ چنانچه از گروهی از مدیران خواسته شود به این پرسش‌های اساسی پاسخ دهند، مشخص می‌شود که توافق اندکی درباره معنای این اصطلاحات پایه‌ای وجود دارد. شفاف‌سازی این مفاهیم، آغازی ضروری برای ایجاد استراتژی‌ای انطباق‌پذیر و برنده است. به‌طورکلی کسب‌وکار واحد سازمانی است که استراتژی مشخص و مدیری با مسئولیت فروش و سودآوری دارد یا باید داشته باشد. این واحد سازمانی می‌تواند با ابعاد گوناگونی چون خط محصول، کشور، کانال یا بخش‌های بازار تعریف شود. ازاین‌رو سازمان، واحدهای کسب‌وکار متعددی خواهد داشت که به‌صورت افقی یا عمودی یا یکدیگر در ارتباط‌اند. برای تصمیم‌گیری درباره تعداد کسب‌وکارهایی که باید فعالیت کنند، موازنه‌ای استراتژیک و سازمانی وجود دارد. این تصمیم از یک‌سو می‌تواند بنگاه سرپرست را به داشتن واحدهای کسب‌وکار زیاد ملزم کند، چراکه در این صورت هر کسب‌وکاری به بازار خود نزدیک است و به‌طور بالقوه امکان توسعه استراتژی بهینه را خواهد داشت. از این‌رو ممکن است یک استراتژی برای هر کشور یا هر منطقه یا هر بخش عمده منافی داشته باشد، اما از سوی دیگر، تعدد بیش از حد واحدهای کسب‌وکار غیرکارا خواهد بود و به برنامه‌هایی فاقد صرفه‌جویی ناشی از مقیاس و ناتوان در بهره‌برداری از مهارت‌های استراتژیک بهترین مدیران منجر می‌شود. درنتیجه فشاری برای تجمیع کسب‌وکارها درون نهادهای بزرگ‌تر وجود دارد. واحدهای کسب‌وکار می‌توانند از طریق تجمیع یا یکدیگر، کل بزرگ و مهمی را به وجود آورند، مشابهت‌ها در بازارها و استراتژی‌ها را شناسایی کنند و به هم‌افزایی دست یابند. لازم است کسب‌وکارهای کوچکی که داشتن استراتژی برای آنها توجیه ندارد، با یکدیگر ترکیب شوند تا بتوان از ساختار مدیریت آنها پشتیبانی کرد. کسب‌وکارهایی که بستر بازار و استراتژی کسب‌وکار مشابهی دارند، کاندیدای تجمیع هستند تا بتوانند به‌خوبی از دانش مشترک بهره ببرند. یکی دیگر از انگیزه‌های تجمیع، تشویق به هم‌افزایی واحدهای کسب‌وکار هنگامی است که ترکیب آنها به صرفه‌جویی در هزینه‌ها، سرمایه‌گذاری یا خلق ارزش پیشنهادی برتر منجر شود. زمانی بنگاه‌ها استراتژی‌های کسب‌وکار را برای واحدهای کسب‌وکار غیرمتمرکزی که براساس محصول، کشور یا بخش‌های بازار تعریف‌شده بودند، توسعه می‌دانند. سپس این استراتژی‌های کسب‌وکار، تجمیع می‌شدند و استراتژی بنگاه را می‌ساختند. آن زمان دیگر گذشته است. امروزه علاوه بر این باید استراتژی بنگاه نیز وجود داشته باشد که روندهای کلان را به‌عنوان یک کل شناسایی کند و به آنها پاسخ دهد، منابع را میان واحدهای کسب‌وکار تخصیص دهد و فرصت‌های هم‌افزایی را تشخیص دهد، بنابراین فورد، علاوه بر اکسپلورر که برند خودروی شاسی‌بلندش است، برای کل شرکت و احتمالاً گروه خودروهای شاسی‌بلندش نیز به استراتژی نیاز دارد. استراتژی کسب‌وکار به‌وسیله چهار بعد تعریف می‌شود: استراتژی سرمایه‌گذاری محصول – بازار، ارز پیشنهادی، دارایی‌ها و شایستگی‌ها و برنامه‌ها و استراتژی‌های کارکردی.

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت



۷ علامتی که نشان می‌دهد در کارت‌تان پیشرفت نمی‌کنید

۵. قدرت‌تان رو به زوال می‌رود

زمانی که به یک موفقیت نسبی می‌رسید، نیاز است سطح انرژی خود را بالا نگه دارید تا احترام همکاران یا تیم‌تان را به‌دست آورید. اگر نتوانید این مسئله را حفظ کنید، کم‌کم فعالیت شما اثربخشی خود را از دست می‌دهد. اگر چنین اتفاقی رخ داد، بهتر است سریعاً سراغ جبران آن بروید و سطح انرژی یا اهمیتی را که به کار اختصاص می‌دهید، بالا ببرید.

۶. احساس خستگی و درماندگی می‌کنید

وقتی در کارت‌ان کمی موفق می‌شوید، به دنبال موفقیت‌های بیشتر خواهید بود. این مسئله موجب می‌شود تلاش و تمرکزتان را روی این مسئله بگذارید. شاید اگر این اتفاق رخ ندهد، دیگر نتوانید با شکست‌های پس از آن کنار بیاید.

این مسئله موجب می‌شود احساس ناراحتی کرده و خسته یا درمانده شوید. بهتر است در این مواقع، روند کاری همیشگی را در پیش گرفته و سعی کنید تلاش مداومی نداشته باشید. اگر تنها روی موفقیت زودهنگام تمرکز کنید، قادر نخواهید بود صبوری به خرج داده و در زمان مناسب به نتیجه تلاش‌تان برسید.

۷. توانایی‌های‌تان را افزایش نمی‌دهید

یک فرد موفق همواره به دنبال یادگیری است و هیچ‌گاه فرصت را برای آموختن چیزهای جدید از دست نمی‌دهد. اگر نتوانید قابلیت‌های خود را با توجه به زمان پیش ببرید و آنها را آپدیت کنید، مسلماً عقب خواهید افتاد و نمی‌توانید پیشرفت کنید.

شاید لازم باشد در این میان، توانایی‌های مدیریتی خود را نیز افزایش داده تا بتوانید موقعیت شغلی خود را آرام آرام پیشرفت دهید.

رهبری شما، چنددستگی به وجود آید. یا اینکه میان اولویت‌ها و ارزش‌های شما با دیگران، تفاوت‌های ایجاد شود.

از آنجایی که نخستین و مهم‌ترین فاکتور برای موفقیت همکاری است، اگر نتوانید این مسئله را فراهم کنید به‌شدت با مشکل مواجه خواهید شد. نبود چنین قابلیتی برای شما می‌تواند مشکلی اساسی برای‌تان ایجاد کند و نخواهد توانست در کارت‌ان پیشرفت کنید.

۳. افراد حرف‌تان را نشنیده می‌گیرند

در برخی مواقع متوجه می‌شوید که برخی افراد حرف‌تان را نشنیده می‌گیرند یا به درستی متوجه گفته‌های شما نمی‌شوند، در این شرایط بهتر است نگران پیشرفت در محیط کاری خود باشید، زیرا ایجاد ارتباط درست و مفید می‌تواند مهم‌ترین مسئله به شمار رود. در این مواقع بهتر است تغییراتی در لغات یا نحوه انتقال مطالب‌تان ایجاد کنید تا بتوانید این قابلیت را به توانایی‌های‌تان اضافه کنید.

۴. قادر نیستید چشم‌اندازتان را برای بقیه تشریح کنید

وقتی نمی‌توانید چشم‌انداز یا استراتژی و روش منحصربه‌فرد خود را برای کارفرما یا کارکنان‌تان توضیح دهید، آنها قادر نخواهند بود انرژی کلام یا ایده شما را دریابند.

در این مواقع بهتر است ارتباطی دو طرفه ایجاد کنید تا بتوانید سئوالات یا ابهامات ذهن دیگران را رفع کنید تا دیگر سوءتفاهمی به وجود نیامده و اطلاعات به درستی انتقال یابند.

شاید بهتر باشد در بلندمدت نحوه برقراری ارتباط با دیگران را تغییر دهید تا دیگر مشکل ارتباطی نداشته باشید و بقیه قادر باشند انرژی کلام شما را درک کنند.

در بسیاری از مواقع در شغل جدید یا محل کار موفق می‌شوید به دستاوردهای مطلوبی برسید و روند رو به رشدی را طی کنید، اما پس مدتی احساس می‌کنید که دیگر نمی‌توانید پیشرفت داشته باشید و در حال درجا زدن هستید. روان‌شناسان معتقدند که در این مواقع، افراد قربانی موفقیت اولیه خود می‌شوند و دیگر نمی‌توانند از روند همیشگی پیشرفت پیروی کنند. این موضوع بدین دلیل است که درگیر روند کار روزمره شده و دیگر نمی‌توانند تغییراتی در برنامه‌های کاری‌شان ایجاد کنند.

به این ترتیب در فعالیت کاری خود درجا می‌زنند و نمی‌توانند پیشرفت کنند. شاید بسیاری از افراد هوش بالایی داشته باشند و بدانند که برای پیشرفت چه باید کرد اما با این حال قادر نیستند از روند راحت فعلی فاصله گرفته و انرژی بیشتری برای پیشرفت خود صرف کنند.

در این میان علائم هشداردهنده‌ای نیز وجود دارد که نشان می‌دهد با روند فعلی قادر نخواهید بود در کار پیشرفت کنید. با مشاهده این نشانه‌ها بهتر است تغییراتی جدی در زمینه‌های کاری بگیرید.

۱. هدف خود برای پیشرفت را به درستی تعیین نکرده‌اید در برخی اوقات دقیقاً نمی‌دانید که چه هدفی در پیش گرفته‌اید و قادر نیستید که این مسئله را در مواجهه با تغییرات پیش آمده اصلاح کنید. باید بدانید که در این صورت نمی‌توانید اهداف جدیدی در همین زمینه تعیین کنید. شاید بهترین راهکار برای تغییر این وضعیت یک مرخصی کوتاه‌مدت یا مشورت گرفتن از فردی قابل اعتماد باشد.

۲. نمی‌توانید روحیه همکاری را به تیم همکاران‌تان منتقل کنید

پس از مدتی ممکن است میان همکاران یا تیم تحت