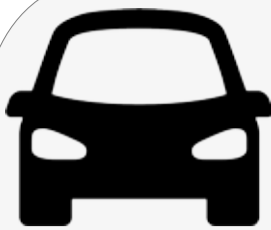


فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



خودروهای پیش فروش ایران خودرو و سایپا از کجا تامین شد؟

بررسی ابهامات طرح‌های پیش فروش خودرو سازان

اعلام پیش فروش ۹۰ هزار خودرو در اوایل هفته گذشته خبر تعجب‌برانگیزی بود که مدیران عامل دو خودرو سازی کشور آن را بیان کردند. به گزارش...

۱۲ برنامه معیشتی و ۳۰ هزار میلیارد تومان بودجه

۵ بسته حمایتی دولت برای مقابله با تحریم

رئیس سازمان برنامه و بودجه از برنامه جامع مقابله با تحریم و اختصاص ۳۰ هزار میلیارد تومان بودجه برای اجرای برنامه‌ها و بسته‌های اقتصادی دولت خبر داد. به گفته محمدباقر نوبخت، دولت پنج بسته و ۱۲ برنامه معیشتی برای عبور از شرایط نابسامان اقتصادی با ۳۰ هزار میلیارد تومان بودجه تهیه کرده است. به گزارش ایسنا، نوبخت در حاشیه جلسه برنامه‌ریزی و توسعه استان خراسان رضوی در جمع خبرنگاران گفت: نخستین بسته مرتبط می‌شود به تأمین کالاهای اساسی و داروی مردم که به طور کلی می‌توان همه کالاهای روزمره و نیاز...

۲

مسکن در نیمه دوم سال به کدام سو می‌رود؟

بازار مسکن در سراسر کشور

۵

مدیریت و کسب و کار



ارزش بازار آمازون
از یک تریلیون دلار عبور کرد

- ۵ نشانه فرا رسیدن زمان تحول در یک فرآیند
- اعلام تغییرات بزرگ بدون ایجاد مشکلات جدید
- بازار یابی کسب و کارهای کوچک
- ۵ روش برای ساخت لیست مخاطبان ایمیل
- چگونه برند شخصی‌مان را وارد مسیری تازه کنیم؟
- برترین استراتژی برندسازی تجاری در دنیا

۸ تا ۱۶



روحانی در اجلاس سه‌جانبه روسای جمهور ایران، روسیه و ترکیه:

راه مردم‌سالاری از لوله تفنگ نمی‌گذرد

روحانی در اجلاس سه‌جانبه روسای جمهور ایران، روسیه و ترکیه:

راه مردم‌سالاری از لوله تفنگ نمی‌گذرد

۵- جامعه بین‌المللی موظف است با اقدامات رژیم صهیونیستی به ویژه تداوم اشغالگری آن رژیم علیه سرزمین و موجودیت ملت و دولت سوریه که دامنه آن هر روز گسترش می‌یابد مقابله کند. ۶- ضمن ارج نهادن بر تلاش‌های ارزشمند سه کشور در حل و فصل بحران سوریه، ضروری است همکاری و هماهنگی سه کشور تا استقرار کامل صلح و ثبات در سوریه ادامه یابد. **تاکید سران ایران و ترکیه بر مبادلات تجاری با پول ملی** همچنین رؤسای جمهور ایران و ترکیه در حاشیه اجلاس سه جانبه تهران با یکدیگر ملاقات و درباره آخرین مسائل و موضوعات دوجانبه، منطقه‌ای و بین‌المللی گفت‌وگو و تبادل نظر کردند. دکتر حسن روحانی در دیدار «رجب طیب اردوغان» رئیس جمهور ترکیه، با اشاره به روابط برادرانه و روبه گسترش تهران-آنکارا در زمینه‌های مختلف، بر ضرورت تلاش بیشتر مسئولان دو کشور در راستای دستیابی به هدف مدنظر در رسیدن به روابطی راهبردی تأکید کرد.

رئیس جمهور با بیان اینکه ایران و ترکیه باید برای مقابله با تحریم‌های آمریکا روابط اقتصادی خود را بیش از پیش گسترش دهند، افزود: روابط بانکی و فعالیتهای کارگزاری بانک‌های دو کشور باید گسترش یافته و در راستای حل مشکلات برنامه‌ریزی شود.

روحانی با اشاره به ضرورت انجام مبادلات تجاری ایران و ترکیه به استفاده از پول‌های ملی و تجدید نظر در موافقتنامه تجارت ترجیحی، گفت: جمهوری اسلامی ایران آماده توسعه بیشتر مبادلات در حوزه انرژی با ترکیه است.

رئیس جمهور با بیان اینکه روابط چند جانبه ایران و ترکیه با دیگر کشورهای منطقه مانند روسیه، پاکستان و قطر می‌تواند ضامن صلح، ثبات و امنیت منطقه باشد، خاطر نشان کرد: باید تلاش ما برای مبارزه با تروریسم در منطقه به گونه‌ای باشد که غیرنظامیان کمترین صدمه را دیده و جان مردم حفظ شود. روحانی اظهار امیدواری کرد اجلاس سران ایران، ترکیه و روسیه در تهران بتواند نگرانی‌ها را برطرف کرده و گامی تازه در مسیر مقابله با تروریسم در این کشور، بازگشت آوارگان سوری به وطن خود و برقراری صلح و امنیت پایدار در سوریه باشد.

رجب طیب اردوغان، رئیس جمهور ترکیه نیز در این دیدار با تقدیر از استقبال و میهمان‌نوازی جمهوری اسلامی ایران در برگزاری اجلاس سه‌جانبه تهران، روابط تهران-آنکارا و ارتباط مسئولان دو کشور را مثبت ارزیابی کرد و افزود: باید در راستای توسعه، تقویت و تحکیم همه‌جانبه مناسبات فی مابین تلاش کنیم.

رئیس جمهور ترکیه مواضع دولت آمریکا در قبال سایر کشورها را غیرقابل قبول و بدون ثبات دانست و گفت: ایران و ترکیه باید در شرایط کنونی برای توسعه روابط تجاری و اقتصادی برنامه‌ریزی کنند و تجارت دو کشور هرچه بیشتر گسترش پیدا کند. اردوغان همچنین بر توسعه روابط بانکی ایران و ترکیه و استفاده از پول ملی در مبادلات تجاری تأکید کرد.

سوریه، خواسته مشترک همه آحاد مردم سوریه و منطبق بر مصوبات بین‌المللی است. روشن است که از دولت آمریکا با حضور غیرقانونی در سوریه و اقدامات تجاوزگرانه، اشغال و حمایت از رژیم آپارتاید صهیونیستی، نباید انتظار داشت که در این زمینه نقش مثبت و سازنده‌ای ایفا کند. دخالت‌های غیرقانونی آمریکا در سوریه با هیچ یک از قواعد بین‌المللی سازگار نیست و بر مشکلات موجود در آن کشور می‌افزاید و روند دستیابی به صلح پایدار در سوریه را با چالش جدی مواجه می‌کند.

ادامه حضور صدها هزار آواره سوری در کشورهای همجوار، آثاری و تبعات منفی بر آنها خواهد داشت؛ لذا باید زمینه را برای بازگشت فوری آوارگان فراهم کنیم. همچنین جامعه بین‌المللی باید برای بازسازی سوریه به دولت سوریه کمک کند. بازگشت آوارگان و بازسازی سوریه بی‌تردید به روند آتش‌بس و گفت‌وگوی ملی و تسریع در فرآیند آشتی و مصالحه کمک خواهد کرد.

در هر گونه راه‌حلی برای آینده سوریه نقش اول و آخر از آن ملت سوریه است و تلاش سازمان ملل متحد و نمایندگان سه کشور ضامن روند صلح در تعامل مستمر با سوری‌ها صرفاً برای کمک به مردم سوریه و فراهم کردن مقدمات تشکیل کمیته قانون اساسی، ادامه مبارزه با تروریسم، کمک‌های بشردوستانه، بازگشت آوارگان، بازسازی سوریه و همچنین خروج نیروهای نظامی خارجی، از سوریه است.

ما راه طولانی و دشواری را طی کرده‌ایم. اینک با مد نظر قرار دادن تجارب تلخ و شیرین گذشته، معتقدیم همچنان مسیری نه‌چندان کوتاه در پایان دادن نهایی به این بحران در پیش داریم. تسهیل کار کمیته‌های قانون اساسی و تبادل بازداشت‌شدگان، بازگشت آوارگان و طراحی چارچوبی برای مرهم نهادن بر زخم‌های آسیب‌دیدگان سال‌های سیاه بحران و سرانجام بازسازی سوریه از جمله اقدامات محوری پیش رو می‌باشد.

همکاری ما در بحران سوریه می‌تواند الگویی برای همکاری جهت حل و فصل سایر بحران‌های منطقه باشد. منطقه ما می‌تواند عاری از تهدید، اشغال، نظامی‌گری، تبعیض نژادی و مذهبی شود. همکاری سه کشور می‌تواند نقطه اتکای مطمئنی برای اعاده صلح در سوریه و همکاری‌های بلندمدت در سطح منطقه و جهان باشد. در پایان، یک بار دیگر بر نکات ذیل تأکید می‌کنیم:

- ۱- در هر مذاکره سیاسی برای پایان بحران سوریه، باید تمامیت ارضی و استقلال سوریه محترم شمرده شود.
- ۲- ضروری است تا ریشه کن شدن تمامی گروه‌های تروریستی در سوریه به‌ویژه در ادلب، مبارزه با تروریسم ادامه یابد.
- ۳- در شرایط کنونی، کمک به بازگشت آوارگان و بازسازی سوریه باید در دستور کار جامعه بین‌المللی قرار گیرد. جمهوری اسلامی ایران آماده است نقش سازنده خود را در این زمینه ایفا کند.
- ۴- حضور و مداخله غیرقانونی آمریکا در سوریه که منجر به تداوم ناامنی در آن کشور شده است باید فوراً پایان یابد.

همواره بر مبنای تسهیل روند گفت‌وگوی «سوری-سوری» و تشویق دولت و معاراضه برای پیوستن به این روند بوده است. در اینجا لازم می‌دانم با ادای احترام به روح بلند تمامی شهدایی که مسیر مبارزه با تروریسم را با فدا کردن جان خود گشودند و احترام به تلاش‌هایی که در سطح منطقه و جهان، از جمله از سوی سازمان ملل متحد، در طول سال‌های گذشته برای خاموش کردن بحران سوریه به عمل آمده است به نمایندگی از شرکای روند آستانه با افتخار اعلام کنم که تلاش‌های مشترک ما باعث شد تا آتش جنگ و خون‌ریزی در سوریه به پایان خود نزدیک شود؛ ادامه فعالیت‌های تروریستی در سوریه متوقف و خطرات درازمدت آن برای منطقه و جهان مهار شود و زمینه برای گفت‌وگوی ملی سازنده بین مردم سوریه فراهم گردد. جمهوری اسلامی ایران بنا به درخواست دولت قانونی سوریه و برای مبارزه با تروریسم در این کشور حضور یافت و تداوم این حضور بر همین مبنا خواهد بود. در عین حال، این حضور نه در گذشته و نه در آینده در جهت تحمیل رای و نظر خود نبوده و نخواهد بود و از اراده ملت سوریه به عنوان ملت دوست حمایت خواهد کرد.

مبارزه با تروریسم یک خواسته مشترک بین‌المللی است، اما هنگامی که اجرای این خواسته در چارچوب مرزهای شناخته‌شده دولت و ملت دیگری قرار می‌گیرد، انجام آن جز با درخواست صریح و موافقت شفاف آن کشور، امکان‌پذیر نخواهد بود. ما نگرانی‌های برخی کشورهای منطقه از خطر تروریسم و جدایی‌طلبی را درک می‌کنیم، اما موثرترین و پایدارترین راه برای رفع این نگرانی‌ها را همکاری با دولت قانونی سوریه می‌دانیم و معتقدیم راه‌حل‌های دیگر از جمله از طریق مداخله مستقیم و بدون هماهنگی با دولت سوریه به تعمیق بحران منجر خواهد شد.

از سوی دیگر، مبارزه با تروریسم مستلزم رویکردی جامع با در نظر گرفتن کلیه ابعاد این پدیده زشت است. با همین نگاه، مبارزه با تروریسم در ادلب بخشی اجتناب‌ناپذیر از مأموریت اعاده صلح و ثبات به سوریه است، اما نباید این مبارزه به غیرنظامیان آسیب رسانده و منجر به اعمال سیاست سرزمین سوخته شود. ما برای صلح می‌جنگیم و جنگ برای جنگ از نظر ما راه غلطی است که گروه‌ها و رژیم‌های تروریستی در پیش گرفته‌اند. هدف نهایی چه در سوریه و چه در کل منطقه صلح است اما برای دستیابی به صلحی پایدار چاره‌ای جز مبارزه با تروریسم نداریم.

هیچ طرحی برای مبارزه با تروریسم نمی‌تواند بدون توجه به ریشه‌های پیدایش آن، طرح کاملی باشد. بانیان و مسیبان اشغال، تروریسم، تجاوز، مداخله خارجی و تبعیض همچون ایالات متحده آمریکا و رژیم صهیونیستی و برخی دیگر از حامیان تروریسم، نمی‌توانند با اتهام‌پراکنی و غوغاسالاری جایگاه خود را از منتهم به مدعی تغییر دهند. رژیم صهیونیستی به عنوان رژیم اشغالگر و مبتنی بر تبعیض قومی و دینی که موجودیتش با اشغال، تجاوز و بی‌ثباتی شکل گرفته است، نمی‌تواند مدعی مبارزه با تروریسم باشد و خروج فوری این رژیم اشغالگر از سرزمین‌های اشغالی

نشست سه‌جانبه رئیس‌ان جمهوری ایران، روسیه و ترکیه دیروز با حضور دکتر حسن روحانی، ولادیمیر پوتین و رجب طیب اردوغان در سالن اجلاس سران کشورهای اسلامی آغاز شد. این نشست در آستانه اقدام ارتش سوریه برای آزادسازی ادلب از دست تروریست‌ها برگزار شد.

پیش از آغاز نشست سه‌جانبه سران ایران، روسیه و ترکیه، پوتین و اردوغان جداگانه با دکتر روحانی دیدار و گفت‌وگو کردند. وزیران خارجه سه کشور نیز روز پنجشنبه و در آستانه برگزاری نشست سه‌جانبه در تهران با موضوع بحران سوریه با یکدیگر دیدار و گفت‌وگو کردند. نمایندگان ارشد سه کشور در تهران برای تهیه سند نشست تهران با یکدیگر رایزنی و گفت‌وگو کرده و پیش‌نویس این سند را برای ارائه به نشست سران آماده کردند. در پیش‌نویس این سند بر موضوع ادامه مبارزه با تروریسم در سوریه، ضرورت بازگشت آوارگان سوری و ساماندهی آنها و همچنین موضوع تبادل بازداشت‌شدگان و مقفودان این بحران تأکید شده است.

نشست تهران سومین نشست روسای روند آستانه یا صلح سوریه است که پیش از این در روسیه و ترکیه برگزار شد.

روحانی: حضور آمریکا در سوریه فوراً پایان یابد

رئیس جمهور با تبیین شش نکته کلیدی در مسیر پایان دادن نهایی به بحران سوریه، همکاری ایران، روسیه و ترکیه را نقطه اتکای مطمئنی برای اعاده صلح در سوریه و همکاری‌های بلندمدت در سطح منطقه و جهان برشمرد و تأکید کرد: در هر گونه راه‌حلی برای آینده سوریه نقش اول و آخر از آن ملت سوریه است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، دکتر حسن روحانی روز جمعه در اجلاس سه‌جانبه روسای جمهور ایران، روسیه و ترکیه در تهران گفت: حضور و مداخله غیرقانونی آمریکا در سوریه که منجر به تداوم ناامنی در آن کشور شده است، باید فوراً پایان یابد. متن سخنان دکتر روحانی به این شرح است: اجلاس امروز در ادامه تلاش‌های موثر سه کشور در چارچوب «روند آستانه» برای رویارویی موثر با تروریسم و پایان بحران سوریه براساس خواسته اکثریت مردم سوریه برگزار می‌شود. این اجلاس همچنین فرصتی برای بررسی اقدامات مشترک ما در مرحله فعلی و آینده است. با توجه به پیچیدگی‌های بحران سوریه، بسیار مهم بود که سه کشور ایران، روسیه و ترکیه برای فرونشاندن شعله‌های جنگ در سوریه به چارچوبی مشترک براساس اصول بنیادین حفظ تمامیت ارضی و یکپارچگی سوریه و احترام به حاکمیت ملی و حق ملت سوریه برای تعیین سرنوشت آینده کشورشان دست یابند.

ما از ابتدا بر ناکارآمدی راه‌حل نظامی برای پایان بخشیدن به بحران سوریه تأکید کرده‌ایم و اکنون خوشنودیم که پس از گذشت هفت سال از بحران سوریه و بر مبنای تجربیات حاصله از آن، حل و فصل بحران سوریه و سایر بحران‌های مشابه در منطقه از طریق مسالمت‌آمیز به یک باور عمومی از سوی غالب بازیگران موثر تبدیل شده است. تلاش ما در طول سال‌های گذشته و به ویژه پس از متمرکز شدن فعالیت‌ها در چارچوب روند آستانه،



چگونه بدون تعرفه تجاری از کارگران حمایت کنیم؟

تراژدی جنگ تجاری ترامپ و یک پایان خوش

آدام اسمیت که از او به‌عنوان پدر علم اقتصاد نام برده می‌شود، در کتاب معروف خود «ثروت ملل» به این نکته اشاره می‌کند که تجارت آزاد موجب افزایش رفاه کشورهای می‌شود زیرا این امکان را فراهم می‌آورد که هر کشوری، کالایی را که در تولید آن تخصص دارد تولید کند و با قیمتی بهینه به بازار جهانی عرضه نماید تا همه کشورها از تجارت با یکدیگر منتفع شوند.

نظریات اسمیت در مورد تجارت آزاد، از همان ابتدا در مجامع دانشگاهی و غیردانشگاهی مورد بحث قرار گرفت و در مدت بیش از دو قرنی که از انتشار آن می‌گذرد، تحقیقات زیادی در مورد درستی‌اش صورت گرفته است. اقتصاددانان سرشناسی مانند جفری فرانکل و دیوید رومر در مطالعات خود با تکیه بر داده‌های تجربی به این نتیجه رسیده‌اند که کشورهایی که گرایش بیشتری به تجارت آزاد دارند، نرخ رشد بالاتری را در قیاس با سایر کشورهای هم‌رده خود تجربه می‌کنند.

با توجه به اینکه امروزه نتایج مثبت تجارت آزاد بیش از گذشته آشکار شده است، این سؤال پیش می‌آید که چرا حتی در آمریکا که خود را پرچمدار تجارت آزاد می‌داند، بخش قابل‌توجهی از شهروندان با سیاست‌های اخیر ترامپ مبنی بر وضع تعرفه سنگین بر کالای وارداتی موافق هستند؟

یکی از دلایل این مسئله می‌تواند کاهش امنیت شغلی کارگران که گاهی بر اثر تجارت آزاد رخ می‌دهد، باشد. بسیاری از افراد دوست ندارند کسی به آنها اعانه بدهد، بلکه می‌خواهند کار کنند و از این راه زندگی خود را بگذرانند. شاید به همین دلیل بوده است که آمریکایی‌ها روی خوشی به سیاست‌های توزیع ثروت دولت اوباما و دموکرات‌ها روی خوش نشان ندادند و درنهایت این ترامپ بود که با شعار «عظمت را به آمریکا بازمی‌گردانیم» توانست به کاخ سفید راه پیدا کند. جان روگی، دانشمند علوم سیاسی در سال ۱۹۸۲ به این نکته اشاره کرد که رشد تجارت آزاد و چندجانبه‌گرایی پس از جنگ جهانی دوم، مهرون یک مصالحه نهفته بر سر لیبرالیسم است. به گفته وی، اجرای نظام تجارت آزاد و تعرفه‌های تجاری پایین تنها زمانی از لحاظ سیاسی امکان‌پذیر است که دولت‌ها بتوانند در مواقع لزوم برای ایجاد ثبات در زندگی اقتصادی شهروندان وارد عمل شوند.

دنی رودریک، شواهد بیشتری را در حمایت از نظریه جان روگی ارائه کرده است. وی با استفاده از داده‌های ۱۲۵ کشور، رابطه مثبتی را بین باز بودن اقتصاد یک کشور و سهم مخارج دولت از تولید ناخالص داخلی آن کشور کشف کرده است. به عبارت دیگر، در کشورهایی که اقتصاد بازتری دارند (بیشتر به تجارت آزاد می‌پردازند)، دولت هزینه‌های بیشتری را صرف ارائه کالاها و خدمات عمومی به شهروندان می‌کند. برخلاف انتظار، کشورهایی که سهم تجارت از تولید ناخالص داخلی آنها رقمی بالا است، دولت کوچکی ندارند.

رقم کل مخارج مصرفی دولت بسیار بیشتر از آن چیزی است که صرف بیمه موقت بیکاری یا برنامه‌هایی مانند تعدیل اثرات تجارت آزاد می‌شود. برنامه تعدیل اثرات تجارت آزاد در آمریکا به این صورت است که کارگرانی که شغل خود را بر اثر عوامل مرتبط با تجارت آزاد از دست داده‌اند، می‌توانند تا زمان پیدا کردن شغل جدید، از کمک‌های موقت دولت بهره‌مند شوند. اوباما قصد داشت دامنه این کمک‌ها را که به موجب قانون توسعه تجارت سال ۱۹۶۲ برقرار شده‌اند را گسترش دهد، اما در نهایت کاری در این زمینه انجام نشد.

نگارنده در کتاب «نظم نوین مالی» که در سال ۲۰۰۳ منتشر شد در خصوص بیمه معیشت صحبت کرده است. بیمه معیشت می‌تواند افراد را در صورت از دست دادن شغل و درآمدشان، به‌صورت بلندمدت حمایت کند و هزینه آن نیز بر پایه نوع شغل و میزان مهارت فرد تعیین می‌شود. با وجود اینکه چنین برنامه‌هایی می‌توانند ریسک‌پذیری نیروی کار را تقویت نموده و رشد اقتصادی را تسهیل کنند، دولت‌ها تمایلی به اجرای آنها از خود نشان نمی‌دهند.

یکی از دلایلی که باعث می‌شود اجرای سیاست‌های بیمه‌ای (ازجمله بیمه معیشت) در برابر ریسک ناشی از تجارت خارجی، برای دولت‌ها دشوار به نظر برسد این است که چنین سیاست‌هایی تا حد زیادی به سیاست‌های بازتوزیع درآمد شباهت دارند. همان‌طور که مسئله نابرابری و نیاز به بازتوزیع درآمد برای کاهش اثرات آن یک مسئله بلندمدت است، ریسک‌های ناشی از تجارت آزاد با تعرفه‌های پایین نیز در بلندمدت پابرجا هستند. مثلاً وقتی یک کارخانه فولاد به دلیل ناتوانی در رقابت با همتایان خارجی خود تعطیل می‌شود و کارگران آن شغل خود را از دست می‌دهند، این تعطیلی به احتمال بسیار زیاد بلندمدت یا حتی دائمی خواهد بود. در چنین شرایطی تصور اینکه دولت‌ها به مدت چند دهه از کارگران بیکارشده حمایت کنند، بسیار دشوار است.

با تسریع روند جهانی‌شدن و افزایش شکاف درآمدی در درون کشورها، اغلب افراد احساس می‌کنند جایگاه اقتصادی بلندمدت آنها پرنریسک‌تر از گذشته شده است. در این شرایط باید راهکاری را پیدا کرد که بتوان به کمک آن بدون تحقیر افراد، آنها را در برابر ریسک‌های ناشی از جهانی شدن بیمه نمود.

خوشبختانه راه‌های زیادی برای دولت‌ها وجود دارد که بتوانند از افراد شکست‌خورده جامعه حمایت کنند، بدون اینکه حمایت‌های آنها شبیه اعانه دادن باشد. یک راه این است که دولت به بیمه‌های خصوصی یارانه بدهد تا آنها به بیمه کردن افراد شاغل در برابر ریسک‌های ناشی از جهانی شدن بپردازند. منوط به نظارت و وضع مقررات مناسب، بیمه‌های خصوصی به دلیل رقابت با یکدیگر و تلاش برای نوآوری می‌توانند به خوبی نقش خود را در پوشش ریسک‌های ناشی از تجارت آزاد و جهانی شدن ایفا کنند. اگرچه جنگ تجاری مورد نظر ترامپ یک تراژدی بین‌المللی است اما می‌تواند به یک پایان خوش ختم شود؛ مشروط به اینکه ریسک‌هایی که تجارت آزاد و جهانی شدن به کارگران تحمیل می‌کند را به ما یادآوری نماید و باعث شود که ما مکانیسم‌های حمایتی خود برای مقابله با این ریسک‌ها را بهبود بخشیم.

» برگرفته از مقاله رابرت شیلر، استاد دانشگاه ییل آمریکا و برنده جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۱۲، در پایگاه تحلیلی پراجکت سیندیکیت.

نامه دوم اقتصاددانان نهادگرا در راه است

آسیب‌شناسی اقتصاد ایران از منظر نهادگرایی



چه کسی به روحانی گزارش کارشناسی داد و وقتی گرم بود گفت کنترل نقل و انتقالات بانکی از مسائل شخصی مردم است. مومنی خاطر‌نشان کرد: در فرآیند تصمیم‌گیری علم اولویت نیست و مناسبات رانتی و فاسد اولویت است. این افتخار برای ما بس که دانیی را در متن قرار می‌دهیم و نمی‌دانیم چه اراده‌ای در کار است که در مجلس و دولت اصرار به حل و فصل جزیره‌ای دارند. بارها من به روحانی گفتم اول باید از این توهم در بیایید که برنامه دارید. وی خاطر‌نشان کرد: این چیزی که مجلس و دولت پخته‌اند بی‌کیفیت‌ترین برنامه‌ای است که در تاریخ وجود دارد. باید به سمت برنامه برویم. ساختار نهادی الان به گونه‌ای است که علیه تولیدکنندگان و مردم است و خدمت‌گزار رانت‌خوارها. باید برای مبارزه با فساد هم برنامه داشته باشیم. به خاطر آدرس‌های غلط بحران ارزی نامه دوم اقتصاددان‌ها را به زودی منتشر می‌کنیم. کام آنهایی که مناسبات رانتی دارند، به خاطر نامه‌های ما تلخ شده است.

به گفته مومنی، مهم‌ترین چالش توسعه، ضعف ظرفیت‌های سازمانی است. جامعه‌ای که ظرفیت سازمانی ضعیف دارد، انباشت ذره‌ای دارد. در جامعه با تقدم مناسبات سیاسی روبه‌رو هستیم. به یقین در ایران شکل‌گیری احزاب پایدار و توانمند راه نجات کشور است. دانشمندان سیاسی به کمک نظام بیایند و دست‌های پشت پرده را تشخیص دهند که به شفافیت آلرژی دارند. تذکر می‌دهم از امواج فسادزا خود را مصون بردارید.

از رشد نقدینگی تا افزایش نرخ ارز

همچنین حسین راغفر، استاد دانشگاه الزهرا در هفدهمین کنگره حزب مردم‌سالاری با بیان اینکه افزایش قیمت ارز افکار عمومی را علیه دولت بسج می‌کند، گفت: بعد از جنگ تحمیلی شاهد تغییر ایدئولوژی هستیم که از حمایت از محرومان به حمایت از سرمایه‌دارها تغییر کرده است و از تاکید مدیریت دولت به مدیریت بازار رسیده است.

راغفر با بیان اینکه سوءاستفاده و فساد از همین‌جا سرچشمه می‌گیرد، گفت: ایدئولوژی مطرح سیاست‌های موسوم به تغییر ساختاری نوعی نولیبرال است. بازار فعلی اسمش بازار است، اما ابزار چپاول است. اقتصاد امروز غارتی است. الگوی آن هم کشورهای آفریقایی است که یک گروهبان علیه ژنرال کودتا می‌کند و جای ژنرال می‌نشیند و سرمایه‌های غارت‌شده را به خارج می‌فرستد.

این استاد دانشگاه ادامه داد: خروج سرمایه امروز ناشی از ناامنی است. اعتماد مردم از عوامل متعدد آسیب می‌خورد. امروز تولید در کشور محجور و محدود است و فساد محصول نابسامانی‌های متعدد است که بازخورد فساد هم منشأ فسادهای بعدی می‌شود. تفکر بعد از جنگ گزاره‌های غلطی را در ذهن مسئولان نشانده که سبب شده امروز نقدینگی منشأ تورم باشد. منشأ نقدینگی خودش دلالت‌بازی فساد و تورم است.

او اضافه کرد: قطع و یقین بدانید عامل بحران‌های اخیر، سیاسی است و عامل موثر در تعیین نرخ ارز رقابت سیاسی است. در کشور امنیت ملی و بی‌اعتمادی مردم اهمیت ندارد.

این اقتصاددان نهادگرا ادامه داد: تورم باعث می‌شود پول در جیب افراد نصدانند؛ آن هم توری می‌که بازار و تقاضا ندارد. پتروشیمی و فولاد سالانه ۱۰میلیارد فقط یارانه برق می‌گیرند.

راغفر مردم را قربانی رقابت‌های سیاسی خواند و گفت: برای بازسازی شرایط راهکارهای دقیقی وجود دارد. نرخ ارز باید تثبیت شود و اول از همه بانک مرکزی باید عرضه ارز را کنترل کند.

استاد دانشگاه الزهرا با اشاره به اینکه عرضه و تقاضا ارز باید کنترل شوند و واردات‌های نامتعارف باید کنترل شود، گفت: سرمایه اجتماعی جنگ به جایی رسید که مردم علاوه بر بچه خود طلاهای‌شان را هم داده‌اند. ترکیه را مثال نزنیم مردم مقصر نیستند، مردم راه دیگری ندارند. کسانی که مردم را به اینجا کشاندند، مقصر هستند.

قدرت نیستند هم سهل‌انگاری نابخشودنی دارند؟ نابرابری‌های ناموجه به گسترش و فساد گره خورده است. امیدوارم همه کسانی که دل در گرو ایران و اسلام دارند، کلید اصلی را فراموش نکنند. چون در ساخت سیاست رانتی قرار داریم، هر قدر مناسبات مبتنی بر حذف افزایش باید، به جای همکاری، بحران‌ها شدت می‌گیرد. راهکارهای ما امروز را به فردا منتهی می‌کند. به اعتبار شرایط ویژه منطقه‌ای اگر به دنبال چاره باشیم، باید به رابطه بین نابرابری و گسترش بین وابستگی ذلت‌آور توجه کنیم. چگونه توزیع نابرابر قدرت با نابرابری ناموجه ارتباط دارد؟ وی تصریح کرد: شدت وابستگی ذلت‌آور به دنیای خارج در دوره‌ای است که عده‌ای فکر کردند می‌توانند از طریق توزیع نامناسب قدرت و مناسبات غیرمجاز سرمایه‌گذاری کردند منابع آماده کنیم و به با این قضیه این است که وقتی مناسبات رانتی با دروغ در دستور کار است و مسائل منفعتی برای گروه‌های خاص است احزاب و دانشگاه و رسانه باید تلاش کنند به نظام دیده‌بانی در کشور دست پیدا کنیم.

مومنی افزود: وقتی کارگران ۱۸ ماه است حقوق نمی‌گیرند تصمیم می‌گیرند پراکنده شوند و در قوا تصمیم می‌گیریم برای آنهایی که در موسسات غیرمجاز سرمایه‌گذاری کردند منابع آماده کنیم و به آنها بدهیم. قوا صلاحیت اقتصادی ندارند. وزارت کار گزارش داد یک میلیون و صدهزار فرصت شغلی نابود شده است. چه کسی نمی‌داند این یعنی چی؟

وی اضافه کرد: در تمام دنیا حتی در کشورهای پیشرفته در مواجهه با بحران، پدیده ملی‌سازی برای امنیت شرایط مورد توجه قرار می‌گیرد. جنبش واگذاری در اوج بحران که برخی مسئولان از آن می‌گویند هیچ نسبتی با منافع ملی ندارد. اگر شرایط بحرانی باشد به نفع آنهاست چون این واگذاری به شکل ارزان‌تری برای آنها تمام می‌شود. در شرایط بحرانی و تحریم اعلام شد تعدادی از کالاها ممنوع‌الورود هستند که بررسی کردیم از کل انقلاب برخی از آنها ممنوع بوده، مثل مشروبات و گوشت خوک.

مومنی گفت: اینها کی آزاد بوده‌اند؟ این دروغ‌سازی‌ها به نفع چه کسی است؟ چیزی که هوشیاری ملی می‌طلبد این است که دستکاری واقعیت و وارونه‌نمایی اولویت و دروغگویی برای کسب رانت، نیاز به چاره دارد. گزارش‌های رسمی می‌گوید از ۸۴ تا ۹۲ کسری بودجه چهار و نیم برابر شده است. چگونه می‌خواهید ناهنجاری اجتماعی را رفع کنید وقتی از این موضوع حرف نمی‌زنید؟ وقتی می‌خواهند به فقرا رسیدگی کنند به صورت صدقاهای اقلام می‌دهند. از جمعیتی که داریم طی ۱۵ سال گذشته نزدیک به دو سوم هیچ نقشی در تولید ملی ندارند. در سرشماری قشر تحصیلکرده به ۱۲ میلیون رسیده و میانگین بشکاران دو برابر افزایش یافته است این یعنی در کشور هرچه داناتر باشی فرصت شغلی کمتر است.

وی بسا تاکید بر اینکه ما برای خروج از این شرایط نباید لکت زبان برای بیان واقعیت داشته باشیم، گفت: نباید همه از بیان واقعیت بترسند. نباید خودسانسوری در گزارش‌های رسمی باشد. تمام مشکلات ایران در تسخیر علم است و هنوز ظرفیت‌های دانیی فراتر از دشواری‌هاست. چرا کسی نمی‌گوید به واسطه میدان دادن به مناسبات رانتی بی سسر و صدا از بازار ارز و پول در ایران حاکمیت‌زدایی شده و دولت دنبال مطامع رانتی است؟

استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی گفت: بازار سرمایه اعتبار بهره گرفتن از مناسبات رانتی نسبتی با واقعیت‌ها در اقتصاد ملی را ندارد. چرا روحانی این‌ها را نمی‌داند و می‌گوید اوضاع خراب است؟ به بازار سرمایه نگاه کنید. چرا هر مقام اقتصادی که حرف می‌زند از دانشجویان اقتصادی خجالت می‌کشیم؟ چرا انقدر بی‌مایه؟ چه کسی این خوراک را تأمین می‌کند؟ چرا یک‌دفعه با عمده کردن نقدینگی می‌خواهند نقش اصلی شوک‌های ارزی را ناپیدا کنند؟ این اقدامات منافع چه کسی است؟ چرا راجع به منشا‌های جهش نقدینگی صحبت نمی‌کنند؟

فرصت امروز: نهادگرایی، نوعی تجزیه و تحلیل و نگرش اقتصادی است که بر نقش نهادهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در تعیین وقایع اقتصادی تاکید می‌کند. این اندیشه از اواخر قرن نوزدهم میلادی به ویژه در میان اقتصاددانان آمریکایی بروز و ظهور یافت. نخستین اقتصاددانانی که به تبیین این مکتب اقتصادی پرداختند تورستین ویلن و جان راجر کامونز بودند. نهادگرایی در واقع، نقدی است بر اقتصاد نئوکلاسیک. مهم‌ترین نقد نهادگرایان به هواداران اندیشه نوکلاسیک این است که به نظر نهادگرایان، نوکلاسیک‌ها عناصر و فضا‌های غیراقتصادی که افراد در آن تصمیم می‌گیرند را نادیده می‌گیرد و در تحلیل وضعیت اقتصادی، مسائل اجتماعی و حقوقی را یکسره رها می‌کند.

از سوی دیگر، این سیر اندیشه در اقتصاد ایران نیز به منصفه ظهور رسید و دو سال مانده به پایان دومین دوره ریاست جمهوری هاشمی‌رفسنجانی، طیفی از تندترین اقتصاددانان منتقد سیاست‌های اقتصادی، اولین گردهمایی رسمی خود را برگزار کردند. در واقع، همایش نقد برنامه‌های اول و دوم توسعه پس از جنگ، آغازی بود برای خودنمایی رسمی اقتصاددانان دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی که در طول ۱۴ سال گذشته به عنوان مدعیان مکتب نهادگرایی در اقتصاد ایران با وجود اینکه وارد مناصب دولتی هم شدند اما همچنان ژست انتقاد از سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها را ایفا کرده‌اند.

اما اقتصاددانان نهادگرا چه نگرشی به اقتصاد ایران دارند و برای برون‌رفت از وضعیت اقتصادی حاضر چه راهکارهایی پیشنهاد می‌دهند؟ در همین ارتباط، صبح پنجشنبه گذشته، هفدهمین کنگره حزب مردم‌سالاری برگزار شد و این همایش، مجالی بود تا دو اقتصاددان نهادگرا به بازخوانی اقتصاد ایران بپردازند و نقد خود را درباره سیاست‌های دولت دوازدهم عنوان کنند. گزارش «پلنا» از صحبت‌های فرشاد مومنی و حسین راغفر در هفدهمین کنگره حزب مردم‌سالاری را در ادامه می‌خوانید.

نامه دوم اقتصاددان‌ها در راه است

فرشاد مومنی در هفدهمین کنگره حزب مردم‌سالاری، بسط امید واقع‌بینانه در بالاترین سطح را به اصلاح رابطه مردم و حکومت مربوط دانست و حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی را آیینه یکدیگر و بدی شرایط در هر یک از این حوزه‌ها را نشانگر خوب نبودن رابطه حکومت و مردم خواند.

به گفته مومنی، اگر جنبه‌های مختلف حیات جمعی را تفکیک می‌کنیم، باید بدانیم قراردادی است. همه این تفکیک‌ها یک چیز است به همین دلیل امکان ندارد اوضاع اقتصاد خراب باشد و در فرهنگ شرایط خوب باشد. رابطه حکومت و مردم باید اصلاح شود.

وی افزود: برای اینکه چنین اصلاحی صورت بگیرد، مینا باید شفافیت و علم باشد، نه فریب و دروغ. اوضاع فعلی ایران نشان می‌دهد کارهایی که باید انجام شود، در دستور کار نیست. اساس بقا، مناسبات رانتی، عدم شفافیت و دستکاری واقعیت امروز وجود دارد. اوضاع پیچیده صحیح نیست، منافع و برداشت‌هایی وجود دارد که وارونه‌نمایی واقعیت و ترویج دروغ ما را از استفاده از ظرفیت‌ها محروم می‌کند.

مومنی تصریح کرد: در کلی‌ترین حالت، غفلت نابخشودنی از افزایش نظام‌وار نابرابری ناموجه، از اساسی‌ترین مشکلات ایران امروز است. در سال ۲۰۰۶ که قرار بود پدیده بحران آب مورد بررسی قرار گیرد، معلوم شد هیچ عنصری به اندازه نابرابری ناموجه قدرت توضیح ندارد. نابرابری در ایران باید خیلی بیشتر مورد توجه باشد؛ چه از نظر عقیدتی و چه شعارهای مردم در جریان مبارزات که اعتراض به نابرابری است.

این اقتصاددان نهادگرا گفت: اساس نابرابری در ایران به تولید مربوط نیست، به رانت مربوط است. بنابراین نابرابری شدت می‌گیرد. نابرابری در یک اقتصاد رانتی مهم‌ترین نیروی تشدید وابستگی‌های ذلت‌آور به دنیای خارج است که باید مورد توجه باشد. چرا آنهایی که در ساخت

اقتصاد کلان

۱۲ برنامه معیشتی و ۳۰ هزار میلیارد تومان بودجه

۵ بسته حمایتی دولت برای مقابله با تحریم

رئیس سازمان برنامه و بودجه از برنامه جامع مقابله با تحریم و اختصاص ۳۰ هزار میلیارد تومان بودجه برای اجرای برنامه‌ها و بسته‌های اقتصادی دولت خبر داد. به گفته محمدباقر نوبخت، دولت پنج بسته و ۱۲ برنامه معیشتی برای عبور از شرایط نابسامان اقتصادی با ۳۰ هزار میلیارد تومان بودجه تهیه کرده است.

به گزارش ایسنا، نوبخت در حاشیه جلسه برنامه‌ریزی و توسعه استان خراسان رضوی در جمع خبرنگاران گفت: نخستین بسته مرتبط می‌شود به تأمین کالاهای اساسی و داروی مردم که به طور کلی می‌توان همه کالاهای روزمره و نیاز مردم را در این بخش دسته‌بندی کنیم. در جلسه فوق‌العاده ستاد اقتصادی دولت که با مسئولیت رئیس‌جمهور تشکیل شد، به صورت نهایی این بسته تأیید شد که ۱۳ میلیارد دلار برای ۲۵ قلم کالاهای اساسی و مورد نیاز مردم تا پایان سال جاری اختصاص داده شود.

او افزود: در این راستا دارو و نهاده‌های کشاورزی در این مجموعه قرار می‌گیرند در نتیجه در سراسر کشور تمامی هموطنان ما می‌توانند از این ۲۵ قلم کالایی که اعلام خواهد شد، بهره‌مند شوند. از سوی دیگر نرخ این کالاهای نیز براساس ۴۲۰۰ تومان محاسبه می‌شود.

نوبخت ادامه داد: بسته دیگر دولت برای اقشار کم‌درآمد است که بحث و بررسی آن ناتمام ماند و امید است در روزهای آینده قطعی و اطلاع‌رسانی شود. بسته دیگری نیز برای حقوق‌بگیران در نظر گرفته‌ایم. در واقع دولت وظیفه دارد از این قشر از جامعه در برابر نوسانات نرخ ارز حمایت کند.

رئیس سازمان برنامه و بودجه خاطر نشان کرد: بسته دیگر مربوط به تولیدکنندگان کشور می‌شود که امروز با توجه به نوسانات نرخ ارز در بازار نیازمند توجه ویژه‌ای هستند. همچنین بسته‌ای دیگر در راستای پشتیبانی از پیمان‌کارانی است که قیمت مصالح ساختمانی در قراردادهای شان افزایش پیدا کرده است و دولت باید اقداماتی جبرانی برای این دسته از افراد را نیز در نظر بگیرد. این پنج بسته در دستور کار ستاد اقتصادی دولت قرار گرفته است.

رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور خاطر نشان کرد: همگی این بسته‌های حمایتی به عنوان بخشی از برنامه جامع مقابله با تحریم در حال بحث و بررسی است. بخشی از این برنامه‌های سیاستی در شورای عالی هماهنگی اقتصادی سه قوه مطرح شد و برای اینکه بتوانیم به شکل مناسبی آثار ناشی از تحریم‌ها را به حداقل برسانیم مصوباتی وجود داشت که رهبر محترم نیز برای مصوبات این شورای عالی ضمانت اجرا قائل شدند و لازم‌الاجرا برای همه دستگاه‌ها اعلام کردند.

نوبخت همچنین در جلسه برنامه‌ریزی و توسعه استان خراسان رضوی که در استانداری برگزار شد، گفت: براساس گزارش‌های رسمی در پنج ماه نخست امسال همچنان کشور دارای شاخص‌های مطلوب و رضایت‌بخش است، اما روند کار به سمتی در حال حرکت است که باید خود را با وضعیت جدید انطباق دهیم.

وی افزود: بررسی‌های که در این زمینه مطرح می‌شود این است که برای انطباق با وضع ایجادشده توسط تحریم‌ها نسبت به آینده چه پیش‌بینی‌هایی داشته باشیم؟ وظیفه این دسته از پیش‌بینی‌ها برعهده سازمان برنامه و بودجه است. براساس دو مورد تحریم‌هایی که بر کشور اعمال شده از جمله تحریم ۹۰ روزه و تحریم ۱۲۰ روزه باید برنامه‌ریزی‌هایی صورت بگیرد. نوبخت خاطر نشان کرد: در این راستا متناسب با مشخصه‌های تحریم باید در نظر بگیریم که اعمال این دسته از تحریم‌ها چه تأثیری بر اقتصاد دارد. براساس پیش‌بینی‌های انجام‌شده در سازمان برنامه بودجه به این نتیجه دست یافتیم که در فرآیند تحریم کدام دستگاه‌های کشوری آسیب بیشتری می‌بینند و برای رفع آن برنامه‌ریزی‌هایی صورت گرفت.

سرپرست وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی خبر داد

اعطای کوپن الکترونیکی برای تأمین کالای اساسی

سرپرست وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت بررسی اعطای کوپن الکترونیکی به آحاد جامعه با هدف تأمین کالاهای اساسی در دستور کار قرار دارد. انوشیروان محسنی بندپی در گفت‌وگو با خبرنگاران، افزود: برای حمایت از خانوارهای ایرانی و تمامی دهک‌های درآمدی در این شرایط ویژه اقتصادی، تدابیری را پیش‌بینی کرده‌ایم و برنامه‌های آنی را در دستور کار قرار داده‌ایم. وی گفت: در این راستا تا پایان همین ماه به تمامی مددجویان تحت پوشش کمیته امداد و بهزیستی، سبد کالایی اعطا می‌شود و برنامه تأمین کالای اساسی برای هشت دهک یا تمامی افراد جامعه را با اعطای کوپن الکترونیکی در دستور کار داریم.

این مقام مسئول با تأکید بر اینکه اعطای کوپن هنوز قطعی نشده است از اجرای حتمی برنامه‌های حمایتی خبر داد. سرپرست وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی می‌گوید با افزایش پوشش بیمه بیکاری از کارگرانی که بیکار می‌شوند حمایت می‌کنیم. وی در پاسخ به سؤالی درخصوص پیش‌بینی‌های صورت گرفته در زمینه ریزش اشتغال در ایران در ماه‌های آتی نیز گفت: ما ستادی را تحت عنوان ستاد حمایت از بنگاه‌های مشکل‌دار ایجاد کردیم و ماهانه وضعیت بنگاه‌هایی که دارای مشکل و بحران هستند را رصد می‌کنیم. وی گفت: تلاش ما بر این است با کمک به این بنگاه‌ها و ایجاد شرایط مناسب برای آنها مانع ریزش اشتغال شویم اما نکته اساسی و بسیار مهم این است که با فراگیر کردن طرح‌های حمایتی وب پوشش بیمه بیکاری، تلاش می‌کنیم از کسانی که در معرض بیکاری قرار می‌گیرند حمایت‌های لازم را به عمل بیاوریم تا از این دوره عبور کنیم.

وی تأکید کرد: من مقاله‌ای نوشتم و در آن تأکید کردم قابل کتمان نیست نظام تدبیر اقتصادی کشور دچار مشکل جدی است. دشمنان ایران روی تصمیم‌گرفتن و دیر تصمیم‌گرفتن حساب باز کرده‌اند و بر مشغول شدن ما به مسریه‌های انحرافی، فرعی امید بسته‌اند. به گفته وی ائتلاف نخبگان علمی و سیاسی و همدلی، تدبیر و وحدت می‌تواند امکان عبور از این شرایط را فراهم کند.



شدت آسیب‌پذیر است و اگر جریان نقدینگی در کشور فعال شود، نرخ تورم به راحتی می‌تواند وارد محدوده ۲۰ و ۳۰ و حتی بالاتر شود، بنابراین چیزی که احتمال آن بسیار بالا است، این است که در ۶ ماهه دوم سال هم نرخ تورم بالا خواهد رفت و هم نرخ رشد تولید کاهش خواهد یافت که این خود به افزایش بیکاری منجر خواهد شد.

با این تفاسیر، در ماه‌های آینده وارد یک دوره رکود توری سنگین خواهیم شد که تبعات آن با توجه به تجربه تاریخی که داریم، از هم‌اکنون مشخص است.

در شرایط موجود افزایش بی‌سابقه نرخ ارز هم به واسطه عملکرد متغیرهای اقتصادی همچون افزایش بی‌رویه نقدینگی و التهاب‌های سیاسی به سطح غیرقابل تحملی رسیده است. این افزایش نرخ ارز در صورت مهار نشدن می‌تواند صعودهای بالائی را نیز تجربه کند.

تجربه همیشه نشان داده که نرخ دلار راهبری قیمت‌ها را برعهده دارد؛ نه به خاطر این‌که دلار آمریکا است و دلار آمریکا تعیین‌کننده قیمت‌ها در اقتصاد ایران است، بلکه به این دلیل که بازار را راهبری می‌کند. در هر حال تجربیات چندین ساله اقتصاد ایران به اندازه کافی حساسیت را به دلار منتقل کرده است.

اقتصاد سردرگم و پریشان ایران در این روزها نیازمند حضور مدیران اقتصادی شجاع، کاربلد و سالم است تا گوشه‌ای از مصائب کسب‌وکار مردم را کم کرده و مرهمی بر زخم اقتصاد بگذارند. در این وضعیت نابسامان، سرمایه‌گذاران بخش خصوصی بدترین روزهای خود را می‌گذرانند و با توجه به آشفتگی‌های بازار نمی‌توانند برنامه‌های میان‌مدت و حتی کوتاه‌مدت برای خود تعریف کنند.

بنگاه‌های اقتصادی تنها به فکر نجات و بقای خود هستند و برنامه‌ای برای توسعه و رشد ندارند و ناامیدی به وضوح در آنها دیده می‌شود. در این شرایط دولت‌مردان برای روزهای سخت کشور نیازمند اعتماد و همراهی مردم هستند و چنانچه این مولفه از دست برود، اقتصاد کشور تاوان سنگینی خواهد بود.

اولتیماتوم چین به ماجراجویی تجاری آمریکا

همچنین از سوی دیگر، وزارت بازرگانی چین هشدار داد که اگر آمریکا هرگونه تعرفه جدیدی بر روی واردات کالاهای چینی اعمال کند، پکن ناچار به تلافی خواهد بود.

به گزارش رویترز، گائو فنگ، سخنگوی وزارت بازرگانی چین در یک کنفرانس مطبوعاتی گفت: اگر آمریکا تدابیر تعرفه‌ای جدیدی را به کار گیرد، چین ناچار خواهد شد اقدامات تلافی‌جویانه ضروری را در پیش بگیرد. او ادامه داد: چین به دقت تأثیر هرگونه تعرفه جدید آمریکا را زیر نظر دارد و اقدامات قاطعانه‌ای برای کمک به شرکت‌های چینی یا خارجی فعال در چین به منظور غلبه بر مشکلات صورت خواهد داد.

منابع آگاه از برنامه‌های دولت ترامپ به رویترز اظهار کردند دولت ترامپ آماده است تا دور جدید تعرفه‌ها را پس از پایان مهلت اظهارنظر عمومی در نیمه شب پنجشنبه به وقت واشنگتن اجرا کند، اما زمان اجرای آن نامعلوم است.

تعرفه‌های جدید مستقیماً به مصرف‌کنندگان محصولاتی از جمله مبلمان، لاستیک، دوچرخه و سندلی کودک برای خودرو آسیب خواهد زد. چین و آمریکا تاکنون در اقدامات تلافی‌جویانه روی واردات کالاهای یکدیگر به ارزش ۵۰ میلیارد دلار تعرفه سنگین وضع کرده‌اند. اقدامات مذکور بازرگانی مالی را در ماه‌های اخیر به افزایش دهد و تجربه تلخ رکود سرمایه‌گذاران و سیاستگذاران نگران تأثیر منفی جنگ تجاری روی رشد اقتصاد جهانی هستند.

وابستگی شدید به دلارهای نفتی

با اعلام خروج آمریکا از برجام، بازگشت تحریم‌ها و در یک کلام رویکرد سیاستمداران آمریکایی مبنی بر ضربه زدن به اقتصاد ایران، آن موج خوش‌بینی حاصل از توافق برجام را به موج مخالفی از نااطمینانی و ناامیدی نسبت به آینده پیش رو مبدل کرد که التهابات بازارهای ارز، طلا، مسکن و خودرو طی چند ماه اخیر را باید به عنوان نتایج این موج نااطمینانی به حساب آورد.

در کل می‌توان گفت که نااطمینانی موضوع ناشناخته‌ای در اقتصاد نیست و بارها در زمان‌های مختلف خود را نشان داده است. بدون شک مهم‌ترین عامل اقتصادی مولد نااطمینانی در اقتصاد ایران، وابستگی شدید اقتصاد ایران به دلارهای نفتی و عدم قطعیت قیمت‌های آن در برهه‌های زمانی مختلف است.

یک موضوع بسیار مهم در زمینه نااطمینانی‌های سیاسی، میزان باورپذیری سیاستمداران در میان مردم است. اعتماد مردم و باورپذیری‌شان همانند سایر سرمایه‌ها یک متغیر اساسی و مهم است که در صورت کاهش به سرعت جایگزین نخواهد شد. از جمله عوامل دیگر که طی چند دهه گذشته در بروز نااطمینانی در اقتصاد کشور نقش بسزایی داشته، سیاست خارجی و روابط بین‌المللی‌مان بوده است. با وجود اینکه مدیران و سیاست‌گذاران اقتصادی نقشی در این امر نداشته‌اند، اما این فاکتور توانایی بسیار بالایی در تخریب و کم‌اثر کردن سیاست‌های اقتصادی داشته است.

تورم چه خواهد شد؟

با توجه به شرایط فعلی اقتصاد ایران، بهترین نرخ رشد تولید قابل تصور صفر درصد است و به نسبت تشدید تحریم‌ها، نرخ رشد تولید وارد محدوده منفی خواهد شد. نرخ تورم در نیمه دوم سال به طور حتم در محدوده دو رقمی خواهد بود و احتمال این‌که التهابات سیاسی بیشتر شود و نرخ تورم را به بالای ۲۰ درصد برسد نیز زیاد خواهد بود.

اقتصاد ایران همیشه نشان داده که نسبت به افزایش نرخ تورم به

سال ۹۷ را باید سال سلب‌اندازی عوامل سیاسی بر اقتصاد ایران دانست. نگاهی به روند متغیرهای اقتصادی در اقتصاد ایران نشان می‌دهد که در ۵ سال گذشته عوامل سیاسی بیش از هر چیز بر انتظارات و در نتیجه رفتار عوامل اقتصادی در کشور تأثیر داشته‌اند. تقریباً می‌توان مطمئن بود که در ۶ ماه پیش رو نیز این فاکتورهای سیاسی خواهد بود که با جهت‌دهی و اثرگذاری بر کنش‌های اقتصادی متغیرهای کلان اقتصادی را تحت‌تأثیر قرار خواهند داد.

به گزارش خبرآنلاین، این روزها سایه تحریم‌ها به شدت بر سر اقتصاد کشور افتاده است؛ اقتصادی که از بحران‌های جدی رنج می‌برد و قرار است در روزهای آینده با تحریم‌های سنگین‌تری دست و پنجه نرم کند. تقابل اقتصاد ایران با تحریم‌های پیش رو موضوع بسیار مهمی است که هم سیاست‌گذار و هم بنگاه اقتصادی باید بتوانند با تحلیل و پیش‌بینی آن، استراتژی‌های کوتاه‌مدت خود را براساس آن طراحی کنند.

اقتصاد ایران اسیر رکود توری می‌شود؟

ضرب‌المثل معروف ایرانی می‌گوید سالی که نکوست، از بهارش پیداست. این ضرب‌المثل البته بیشتر در موارد منفی کاربرد دارد و مواقعی گفته می‌شود که انتظارات از آینده روشن و امیدوارکننده نیست. بر همین اساس و بر پایه مشاهدات از بازارهای مختلف کشور می‌توان گفت که باد سردی بر اقتصاد ایران در بهار و تابستان وزیده و به احتمال زیاد در نیمه دوم سال، حال و روز اقتصاد کشور سخت‌تر شده و اسیر رکود و تورم سنگین‌تری خواهد شد.

اگر به این نشانه‌ها به خوبی دقت شود، این احتمال وجود دارد که آدرس‌های نادرست و غلط به شهروندان و مدیران داده شود و کار به روزهای سخت‌تر و مشکلات غیرقابل حل‌تر کشیده شود. آنچه این روزها در فضای عمومی کشور به وضوح دیده می‌شود، عدم اطمینان و احساس نگرانی مردم و فعلاًن اقتصادی نسبت به آینده اقتصادی کشور است. به همین دلیل عبارت «چه خواهد شد؟» این روزها از زبان مردم بسیار شنیده می‌شود.

جنگ تجاری بزرگترین تهدید اقتصاد دنیاست

آیا اقتصاد جهان ۸۰ سال به عقب می‌رود؟

دونالد ترامپ با آغاز جنگ تجاری با چین نه‌تنها اقتصاد آمریکا را در معرض خطرات بزرگی قرار داده است بلکه تهدیدی بزرگ برای اقتصاد دنیا ایجاد کرد. وی با اشاره به اینکه فدرال رزرو آمریکا سیاست افزایش نرخ بهره بانکی را در پیش گرفته است که سیاستی مناسب و ضروری است، گفت: با توجه به سیاست‌های فدرال رزرو، تأمین اعتبار برای اجرای طرح‌های مختلف اقتصادی و صنعتی در آمریکا سخت‌تر خواهد شد زیرا انتظار رشد اقتصادی و رشد فرصت‌های شغلی وجود دارد ولی با توجه به تشدید جنگ تجاری بین آمریکا و چین و عدم عقب‌نشینی آمریکا در مورد سیاستی که نادرستی آن بارها توسط اقتصاددانان تأکید شده است، نه‌تنها ما نمی‌توانیم رشد اقتصادی را تجربه کنیم بلکه از این پس نرخ رشد اقتصادی آمریکا کمتر هم می‌شود. در شرایطی که اقتصاد آمریکا کمتر می‌شود، تقاضا برای کالاهای صادراتی آمریکا توسط چین کاهش پیدا می‌کند و حتی چین خرید نفت آمریکا را نیز کاهش خواهد داد، دیگر افزایش نرخ بهره بانکی سیاست درستی نخواهد بود. وی در مصاحبه‌ای با شبکه خبری سی‌ان‌بی‌سی تأکید کرد سیاست‌های کنونی آمریکا تهدیدی بزرگ علیه اقتصاد دنیا است؛ تهدیدی که می‌تواند آینده اقتصاد دنیا را متشنج و بحرانی کند، رشد اقتصادی را کاهش دهد، بیکاری را افزایش دهد و تجربه تلخ رکود اقتصادی را برای ما تکرار کند.

به نظر می‌رسد روزهای سختی در انتظار اقتصاد جهان است و این سیاست‌ها می‌تواند روزهای سخت اقتصاد را سخت‌تر کند.

در دور نخست افزایش تعرفه‌ها، آمریکا و چین هر یک تعرفه‌های واردات کالاهایی به ارزش ۵۰ میلیارد دلار را افزایش دادند. این سیاست اول توسط آمریکا اجرا شد و سپس چین اقدام به مقابله به مثل کرد. حال آمریکا اعلام کرده است تعرفه وارداتی کالاهایی به ارزش ۲۰۰ میلیارد دلار از کشور چین به آمریکا را افزایش می‌دهد و به ۲۵ درصد می‌رساند. این سیاست هزینه دیگری را به اقتصاد آمریکا تحمیل خواهد کرد و این کشور را با تنش‌های سیاسی و مالی بزرگ روبه‌رو می‌کند.

در همین زمینه، سی‌ان‌بی‌سی نوشت: جنگ تجاری آمریکا و چین بزرگ‌ترین خطری است که اقتصاد دنیا را تهدید می‌کند؛ خطری که می‌تواند دنیا را به سمت رکودی بزرگ هدایت کند و حتی تجربه تلخ رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰ میلادی را تکرار کند. پیش از رکود بزرگ در دهه ۱۹۳۰، کشورها به بهانه حمایت از اقتصاد داخلی اقدام به ممانعت از واردات کالاهای مختلف کردند و همین مساله سبب شد تا یکی از فاکتورهای مهم سازنده رشد اقتصادی که تجارت است، تضعیف شود و در نهایت رکود تشدید شود. به نظر می‌رسد این روزهای تلخ در اقتصاد دنیا در حال تکرار شدن است.

دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا که در پشت میز کارش در کاخ سفید نشسته است، اعلام کرد که توافقنامه تجارت دوجانبه با مکزیک را جایگزین توافقنامه تجارت آزاد آمریکای شمالی می‌کند.

فیلیپ هیلبراند، معاون رئیس موسسه بلک راک، یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فعال در مدیریت سرمایه در آمریکا، به سی‌ان‌بی‌سی گفت:

بانک‌نامه



لزوم ثبت نام در سامانه جامع اطلاعات مشتریان (سجام) راه‌های مسدود کردن کارت‌های نقدی بانک پاسارگاد

مشتریان بانک پاسارگاد می‌توانند در صورت مفقود شدن و یا سرقت کارت‌های نقدی خود، در اسرع وقت نسبت به غیرفعال و مسدود کردن آنها اقدام کنند.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، دارندگان کارت‌های نقدی بانک پاسارگاد برای جلوگیری از هرگونه سوءاستفاده پس از مفقود شدن کارت، می‌توانند از طرق مختلف مانند بهره‌مندی از امکان مسدود کردن کارت در سایت بانک، غیرفعال کردن کارت در سامانه‌های موبایلی بانک پاسارگاد (سامانه‌های همراه بانک پاسارگاد و پرداخت همراه پاسارگاد)، دستگاه‌های خودپرداز (با استفاده از عملیات بدون کارت)، سامانه بانکداری مجازی بانک پاسارگاد، تماس با مرکز مشاوره و امداد بانک به شماره ۸۲۸۹۰، شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد به شماره ۲۳۵۰۵ در طول شبانه‌روز و مراجعه به نزدیک‌ترین شعبه بانک پاسارگاد نسبت به غیرفعال کردن کارت خود در اسرع وقت اقدام کنند. برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانید به سایت بانک به آدرس www.bpi.ir مراجعه کرده و یا با مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ و سامانه ارتباط با مشتریان در سایت این بانک ارتباط برقرار کنید. همچنین شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه به منظور ارائه خدمات زیرساختی یکپارچه و فراگیر به فعالان بازار سرمایه به ویژه سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی و ایجاد درگاه واحد خدمات‌دهی به تمامی ارکان بازار، نهادهای مالی، ناشران و مخصوصاً سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی، سامانه جامع اطلاعات مشتریان (سجام) را راه‌اندازی کرده است. مطابق ضوابط حاکم، اخذ هرگونه خدمات پایه برای تمامی مشتریان حقیقی و حقوقی منوط به شناسایی و ثبت اطلاعات اشخاص مذکور است. با راه‌اندازی این سامانه هر شخص، تنها با یک بار شناسایی و ثبت اطلاعات امکان برخوردار شدن از کلیه خدمات بازار سرمایه را خواهد داشت. فعالان بازار سرمایه از طریق لینک <https://dara.csdiran.com/sejam> می‌توانند در این سامانه ثبت‌نام کنند.

قربانی در بازدید از بیمه دی:

سهیم بیمه دی در بازار کنونی قابل قبول است

مدیرعامل بانک دی به همراه تنی چند از معاونین بانک با حضور در شرکت بیمه دی ضمن دیدار با مدیران و کارکنان از بخش‌های مختلف این مجموعه بازدید کرد. به گزارش روابط عمومی بانک دی، جلسه شورای مدیران بیمه دی از شرکت‌های زیرمجموعه گروه مالی دی با حضور محمدرضا قربانی، مدیرعامل بانک دی به همراه احمد حشمتی‌پور، مدیرکل حوزه مدیریت و احمد عبداللهیان، سرپرست اداره کل سرمایه‌گذاری و امور شرکت‌های بانک دی، عباسعلی بنی صفار، سرپرست شرکت بیمه دی و مدیران ارشد آن مجموعه با هدف آشنایی با فعالیت‌ها و چشم‌اندازها در محل بیمه دی برگزار شد.

در این دیدار مدیرعامل بانک دی ضمن تقدیر از خدمات ارزشمند سید مجید بختیاری، مدیرعامل سابق شرکت بیمه دی از ایشان به عنوان مدبری کوشا، دلسوز، با تدبیر و مسئولیت‌پذیر یاد کرد و گفت: شرکت بیمه دی با تیم مدیریتی خود توانسته است سهم قابل قبولی از بازار را کسب کند و هم‌اکنون، پس از چهار سال تلاش مسئولانه در شرایط مناسبی قرار دارد.

قربانی افزود: بانک دی به عنوان سهامدار اصلی شرکت بیمه دی همواره از این مجموعه حمایت کرده است و در ادامه نیز همچنان به این شرکت به عنوان یک عضو مهم از گروه مالی دی توجه خواهد داشت. مدیرعامل بانک دی با اشاره به قرارداد درمان تکمیلی جامعه ایثارگری، خاطر نشان کرد: قرارداد بیمه درمان خانواده معزز شهدا و ایثارگران با عنوان «طرح جبران» یکی از قراردادهای بزرگ کشور است که خوشبختانه با همت والای همکاران بیمه دی و آماده‌سازی زیرساخت‌های لازم و تعامل مناسب با دفاتر بنیاد شهید در شهرستان‌ها با وجود محدودیت‌ها موفق شد رضایت مطلوبی کسب نماید.

گامی نه‌چندان دشوار

برای مقابله با جهش‌های نرخ ارز

محموددختانی

دانشیار بازنشسته دانشکده اقتصاد علامه

به نظر می‌رسد انتظارات در افزایش‌های پی در پی اخیر نرخ ارز نقش کلیدی داشته است. به بیان ساده برابر بحث انتظارات زمانی که بخش بزرگی از فعالان اقتصادی و مردم پیش‌بینی می‌کنند که نرخ ارز افزایش خواهد یافت، با باورها و تصمیمات خود آنگونه عمل می‌کنند که منجر به افزایش نرخ ارز می‌شود، چرا که انتظارات شکل‌دهنده واقعیات است. این پدیده منحصر به نرخ ارز نیست. در همه بخش‌ها و متغیرهای اقتصادی عامل انتظارات قابل مشاهده و ردگیری است. در پدیده افزایش نرخ ارز از بهمن ۹۶ تا شهریور ۹۷ البته همه عوامل بنیادی اقتصادی و سیاست‌های داخلی و خارجی کشور شکل‌دهنده انتظارات افزایشی نرخ ارز بوده‌اند، اما بخش بزرگی از تشدید شرایط دشوار ارزی امروز کشور نیز در ارتباط با تغییرات غیرضروری مسئولان اقتصادی، اظهارات و موضع‌گیری‌های ارزیابی‌نشده یا احساسی مسئولان دولت و نظام، نمایندگان مجلس، و غیرمسئولان قدرتمند کشور است که انتظارات افزایشی نرخ ارز و در نتیجه افزایش نرخ ارز را شکل داده است. در نامه چلچم، با ارائه پرسش‌های چندی شاید بتوان گفت بدون این موضع‌گیری‌های غیرمسئولانه و غیرضروری، امروز نرخ ارز کشور در سطح قابل ملاحظه‌ای کمتر از این می‌بود. از این منظر خاص، احتراز از رویه گذشته در روزها و ماه‌های آینده گرچه دیربهنگام است، اما گامی نه‌چندان دشوار برای مقابله با جهش‌های بیشتر نرخ ارز و کاهش احتمالی آن خواهد بود.

فرصت امروز: بازار فارکس بزرگ‌ترین بازار جهان محسوب می‌شود و حدود ۹۰ درصد از ارزش ۵.۱ تریلیون دلاری این بازار در اختیار ۱۰ ارز است. به گزارش آی جی گروپ، بانک تسویه بین‌المللی (BIS) در جدیدترین گزارش خود از بازار فارکس که هر سه سال یکبار منتشر می‌شود، دلار آمریکا را پرستفاده‌ترین ارز جهانی معرفی کرده است. از بین ارزهای مهم و معتبر جهانی در این گزارش، هیچ نماینده‌ای از قاره آفریقا حضور ندارد و در مقابل، آسیایی‌ها بیش‌ترین تعداد نمایندگان را در این فهرست دارند. البته در این رده‌بندی تنها مبادله خارج از مرزهای داخلی کشورها (برای یورو در سطح کل منطقه یورو) در نظر گرفته شده است. در گزارش حاضر، ابتدا نگاهی به نقش و جایگاه بانک تسویه بین‌المللی (BIS) انداخته و سپس ۱۰ ارز پرستفاده جهان را بررسی می‌کنیم.

بانک تسویه بین‌المللی (BIS)

این بانک در سال ۱۹۳۰ تأسیس شد و سازمانی بین‌المللی است که مروج همکاری‌های پولی و مالی بین‌المللی است و به عنوان یک بانک به بانک‌های مرکزی خدمات ارائه می‌دهد. BIS تنها به معامله داد و ستد با دولت‌ها و نهادهای دولتی می‌پردازد و در زمینه قبول سپرده‌های اشخاص و شرکت‌ها و ارائه خدمات مالی به آنها فعالیتی انجام نمی‌دهد. این بانک علاوه بر آنکه مکان مناسبی برای برگزاری نشست‌های مجرمانه بانکداران به شمار می‌رود به طور مخفیانه امنیت لازم را برای جایگاهی مقادیر هنگفت پول نقد یا طلا میان کشورهای دارای سهام تأمین می‌کند. هنگامی که این کشورها از طریق BIS پول و طلا را جابه‌جا می‌کنند مبادله‌کنندگان پول نقد و طلا نمی‌توانند هویت فروشنده‌گان و خریداران واقعی را تشخیص دهند.

۱. محل گردهمایی و بحث و تبادل نظر درباره همکاری‌های مالی بین‌المللی است.

۲. مرکزی برای تحقیقات پولی و اقتصادی کاربردی است؛ BIS این تحقیقات را به صورت مجموعه‌ای از مقالات اقتصادی منتشر می‌کند. معروف‌ترین نشریه این بانک BIS Annual Report است.

۳. BIS موسسه‌ای بین‌المللی است که در زمینه ایجاد همکاری و مشارکت میان بانک‌های مرکزی و موسسات مالی بین‌المللی فعالیت می‌کند و در واقع بانکدار بانک‌های مرکزی است؛ حدود ۸۰ بانک مرکزی از سراسر دنیا در آن سپرده دارند ولی اعضای رسمی آن ۶۰ کشور هستند. این بانک علاوه بر به جریان انداختن سرمایه مازاد در بازارهای بین‌المللی، گهگاه منابع قابل تبدیل به پول را در اختیار بانک‌های مرکزی قرار می‌دهد. از دیگر خدمات این بانک می‌توان به پرداخت تسهیلات برقراری ارتباط بین بانک‌های مرکزی اشاره کرد.

۴. BIS درخصوص عملیات‌های مالی بین‌المللی به عنوان یک نماینده یا معتمد عمل می‌کند. نماینده رسمی صندوق همکاری پولی اروپاست که این صندوق ۲۰ درصد از ذخایر پول و طلا کشورهای عضو اتحادیه اروپا را در اختیار دارد. پس از آنکه چند کشور اروپای شرقی در سال ۱۹۸۹ از چنگ شوروی سابق رها شدند، BIS کارکرد دیگری نیز یافت. در حال حاضر تعدادی از بانکداران بانک‌های مرکزی این کشورها با هم‌تایان غربی خود به منظور تحقیق درباره بانکداری بازار آزاد در مقر این بانک گردهم می‌آیند.

۱۰ ارز پرستفاده جهان

اما براساس آنچه ایسنا از آی جی گروپ نقل کرده است، ۱۰ ارز پرستفاده جهان عبارتند از: دلار آمریکا، یورو، ین ژاپن، پوند، دلار استرالیا، دلار کانادا، فرانک سوییس، یوان چین، کرون سوئد و دلار نیوزیلند.

۱- دلار آمریکا: برآورد می‌شود که روزانه ۲.۲ تریلیون دلار در سطح جهان مبادله شود. دلایل محبوبیت بالای دلار عبارت‌اند از اقتصاد آمریکا بزرگ‌ترین اقتصاد جهان است؛ دلار آمریکا بیش‌ترین سهم را از ذخایر ارزی جهان دارد و حدود ۶۳ درصد ذخایر ارزی بانک‌های مرکزی جهان را دلار تشکیل می‌دهد و دلیل دیگر آن است که قیمت مس، نفت و طلا بر پایه دلار تعیین می‌شود.

برخی از کشورهای نظیر اکوادور، پاناما و السالوادور دلار را به عنوان واحد پول ملی خود انتخاب کرده‌اند.

۲- یورو: واحد پول ۱۹ کشور عضو منطقه‌ای به همین نام است و روزانه ۸۰۰ میلیون دلار در جهان مبادله می‌شود. یورو دومین سهم از ذخایر جهانی را با ۲۰ درصد در اختیار دارد و آلمان و فرانسه به عنوان بزرگ‌ترین اقتصادهای اروپایی از یورو به عنوان واحد پولی خود استفاده می‌کنند.

۳- ین ژاپن: سومین ارز پرستفاده جهان با حدود ۵۵۰ میلیون دلار مبادله در روز که ۴.۹ درصد از ذخایر ارزی بانک‌های مرکزی جهان را به

خود اختصاص داده است. ارزش ین ژاپن عمدتاً متأثر از عملکرد اقتصاد این کشور است و آمار تولیدات صنعتی و صادرات ژاپن در تعیین نرخ برابری آن در مقابل دلار اهمیت بالایی دارد.

۴- پوند انگلیس: به طور متوسط روزانه ۳۲۵ میلیون دلار مبادله با پوند انجام می‌شود و ۴.۵ درصد ذخایر ارزی جهان را پوند تشکیل داده است.

۵- دلار استرالیا: به طور متوسط روزانه ۱۷۴ میلیون دلار مبادله با دلار استرالیا انجام می‌شود و ۱.۸ درصد ذخایر ارزی جهان را پوند تشکیل داده است. قیمت مواد خام در بورس‌ها تأثیر زیادی بر قیمت دلار استرالیا دارد.

۶- دلار کانادا: روزانه ۱۳۰ میلیون دلار مبادله با پوند انجام می‌شود و ۲.۲ درصد ذخایر ارزی جهان را دلار کانادا تشکیل داده است. به دلیل وابسته بودن اقتصاد کانادا به صادرات نفت و تجارت با آمریکا، قیمت نفت و دلار آمریکا ارتباط نزدیکی با قیمت دلار دارند.

۷- فرانک سوییس: به طور متوسط روزانه ۱۲۲ میلیون دلار مبادله با پوند انجام می‌شود و ۰.۱۸ درصد ذخایر ارزی جهان را فرانک تشکیل



داده است. اقتصاد سوییس عموماً مبتنی بر صنایع مالی و بانکداری است و از فرانک به عنوان یکی از ارزهای امن یاد می‌شود که در زمان بحران‌های جهانی تقاضای خرید آن بالاتر می‌رود.

۸- یوان چین: به طور متوسط روزانه ۱۰۱ میلیون دلار مبادله با یوان انجام می‌شود و ۱.۲۳ درصد ذخایر ارزی جهان را یوان تشکیل داده است. بانک مرکزی و دولت چین اخیراً تلاش‌های گسترده‌ای را برای ارتقای جهانی یوان انجام داده‌اند که در نتیجه آن‌ها و با توجه به اینکه چین دومین اقتصاد بزرگ و نخستین قدرت تجاری جهان است، سهم یوان مطمئناً در مبادلات جهانی افزایش خواهد یافت.

۹- کرون سوئد: به طور متوسط روزانه ۵۶ میلیون دلار مبادله با کرون انجام می‌شود اما از سهم کرون در ذخایر ارزی بانک‌های مرکزی جهان اطلاعات چندانی در دست نیست.

۱۰- دلار نیوزیلند: به طور متوسط روزانه ۵۲ میلیون دلار مبادله با دلار نیوزیلند انجام می‌شود اما این ارز سهم زیادی از ذخایر ارزی کشورها ندارد.

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی

آگهی

به استناد رونوشت سند شماره ۲۴۳۶۵ مورخ ۹۷/۴/۲۴ دفتر اسناد رسمی ۳۷ بندرلنگه آقای **صدیق دریانورد** فرزند علی تمامی **شش دانگ** سهام خود در مالکیت لنج باری فایبرگلاس به شماره ثبت ۱۲۲۱۰- بندرعباس را به آقای **راشد اسلامی** فرزند عبید انتقال **قطعی** داده است. مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.

م.الف ۱۷۱۰

تجدید آگهی برگزاری مناقصه عمومی
بهمراه ارزیابی کیفی
مناقصه شماره: ۳/۱۷۳/۲۷۵

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان هرمزگان
(سهام خانی)

شرکت گاز استان هرمزگان در نظر دارد تجدید مناقصه خدمات نشت یابی شبکه‌های شهری و روستایی، اشعاعات تجاری و خانگی، خطوط تغذیه و تاسیسات، تقلیل فشار و اندازه گیری گاز تحت بهره برداری شرکت گاز استان هرمزگان را از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای و انعقاد قرارداد، به پیمانکار واجد شرایط به شرح ذیل واگذار نماید.

۱- موضوع خدمات مناقصه: انجام خدمات نشت یابی ۴۴۵۹ کیلومتر خطوط تغذیه و توزیع، شبکه‌های گازرسانی و ۹۵ مورد ایستگاه‌های مختلف در سطح استان هرمزگان

۲- مدت قرارداد: ۳۶۵ روز تقویمی

۳- نوع و مبلغ ضمانتنامه شرکت در فرایند ارجاع کار: ضمانت نامه های مقرر در جدول آیین نامه تضمین معاملات دولتی - مبلغ ضمانتنامه: ۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

۴- نام و نشانی مناقصه گزار: شرکت گاز استان هرمزگان به نشانی: بندرعباس- بلوار گاز- شهرک فجر- شرکت گاز استان هرمزگان

۵- تاریخ تحویل و بازگشت اسناد ارزیابی کیفی مشاوران: مناقصه گران بایستی حداکثر دو هفته پس از تاریخ انتشار نوبت دوم آگهی نسبت به تکمیل و ارائه اسناد ارزیابی کیفی اقدام نمایند. به مدارک ارزیابی ارائه شده در بعد از موعد مقرر هیچگونه ترتیب اثری داده نخواهد شد.

۶- تاریخ تحویل اسناد مناقصه به شرکتها و جلسه بازگشایی پاکات: متعاقباً بعد از ارزیابی کیفی به اطلاع شرکتیایی که حائز حداقل امتیاز طبق اسناد ارزیابی کیفی جهت شرکت در مناقصه شده باشند خواهد رسید.

۷- شرکتها می‌توانند با مراجعه به پایگاه ملی مناقصات به نشانی ذیل و یا با پرداخت فیش بانکی به مبلغ ۳۰۰/۰۰۰ هزار ریال (سیصد هزار ریال) به شماره حساب ۳۱۰۱۵۳۳۰/۷۲ نزد بانک ملت به نام شرکت گاز استان هرمزگان و مراجعه حضوری فرم‌های ارزیابی کیفی را دریافت نمایند.

۸- مدت اعتبار پیشنهادها ۹۰ روز تقویمی از تاریخ عودت اسناد مناقصه که در فراخوان ذکر شده است میباشد.

۹- کلیه شرکتها بایستی دارای کد اقتصادی و شناسه ملی اشخاص حقوقی ایرانی و دارای طرفیت خالی برای انجام کار باشند.

۱۰- به این مناقصه پیش پرداخت تعلق نمی‌گیرد.

۱۱- به منظور ارزیابی مالی پیشنهادات، دستورالعمل حذف پیشنهادات نامتناسب استفاده می‌گردد.

۱۲- هزینه آگهی روزنامه‌ها، معاهده برنده مناقصه می‌باشد.

۱۳- حداقل رتبه قابل قبول جهت شرکت در مناقصه رتبه ۲ مشاور بازرسی فنی یا رتبه ۵ تاسیسات و تجهیزات یا رتبه ۵ نفت و گاز از سازمان برنامه و بودجه و گواهینامه صلاحیت ایمنی از اداره کار

مناقصه گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت پایگاه ملی مناقصات به آدرس: <http://ets.mpong.ir> و یا مراجعه حضوری به نشانی شرکت (ردیف ۴) دفتر امور قراردادها مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۷۶۳۳۱۹۷۲۳۳ تماس حاصل نمایند.

شماره مجوز: ۱۳۹۷/۲۶۱۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۹/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۹/۱۷

روابط عمومی شرکت گاز استان هرمزگان

اخبار



قیمت کنونی قارچ جوبابگوی هزینه تولیدکنندگان نیست

نوسان نرخ دلار جانی دوباره به بازارهای صادراتی داد

یک مقام مسئول گفت که با توجه به افزایش قیمت نهاده‌های تولید، ظروف پلاستیک و بسته‌بندی، قیمت کنونی فروش قارچ جوبابگوی هزینه پرورش‌دهندگان نیست.

محمدحسن افشار، رئیس هیات‌مدیره تعاونی تولیدکنندگان قارچ خوراکی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت بازار قارچ، اظهار کرد: در ماه‌های اخیر برخی اخلاک‌گراان بازار، با پایین نگه داشتن قیمت قارچ زبان هنگفتی را به پرورش‌دهندگان وارد کرده‌اند که با همکاری رئیس ستاد اقتصاد مقاومتی این موضوع مرتفع گردید.

وی از عرضه هر کیلو قارچ به نرخ ۷ هزار و ۵۰۰ تا ۸ هزار تومان در بازار خبر داد و گفت: براساس آخرین بررسی‌ها، قیمت تمام‌شده هر کیلو قارچ ۸هزار و ۹۰۰ و با احتساب سود تولیدکننده ۱۰هزار و ۷۰۰ تومان است که این امر به معنای زیان ۳هزار تومانی در فروش هر کیلو قارچ است.

افشار ادامه داد: با توجه به افزایش قیمت نهاده‌های تولید، ظروف پلاستیک و بسته‌بندی، قیمت کنونی فروش قارچ جوبابگوی هزینه پرورش‌دهندگان نیست.

به گفته این مقام مسئول اگرچه با خنک شدن هوا، راندمان تولید در واحدهای پرورش افزایش می‌یابد اما به سبب کاهش مصرف در ایام محرم، با مزاد تولید روبه‌رو خواهیم بود که به همین خاطر بخشی از تولید روانه صنایع تبدیلی خواهد شد.

وی میزان تولید روزانه قارچ را ۵۰۰ تا ۶۰۰ تن اعلام کرد و افزود: این درحالی است که در فصل تابستان به دلیل گرمای هوا و راندمان پایین کامپوست‌ها، تولید حدود ۳۰۰ تا ۴۰۰ تن است.

افشار درباره آخرین وضعیت صادرات قارچ بیان کرد: با توجه به نوسان نرخ دلار در صادرات قارچ وضعیت خوبی خواهیم داشت چرا که هم‌اکنون متوسط نرخ هر کیلو قارچ در بازار روسیه ۲.۵ دلار است.

رئیس هیات مدیره تعاونی‌های تولیدکنندگان قارچ در پایان تصریح کرد: اگر شرایط صادراتی از طریق حمل و نقل هوایی فراهم شود، براساس آمار وزارتخانه سالانه ۳۰ تا ۵۰ هزار تن قارچ به سهولت به بازارهای هدف صادر خواهد شد.

سرانه صادرات پوشاک ایران ۸۹ سنت و ترکیه ۱۴۰دلار است

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی گفت که در حال حاضر سرانه صادراتی پوشاک در کشور ۸۹ سنت است و این در حالی است که سرانه صادراتی ترکیه ۱۴۰ دلار و چین ۸۰دلار است.

به گزارش خبرنگار ایسنا، صادق نجفی روز چهارشنبه ۱۴ شهریور در نشست مسئولان شهرک‌های صنعتی البرز اظهار کرد: کشورهای اطراف مثل افغانستان و عراق ظرفیت مناسبی برای واردات پوشاک از ایران را دارند و باید این فرصت را برای ارزآوری در شرایط کنونی اقتصاد غنیمت شمرد.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: در حال حاضر ۵۳ شرکت مدیریت صادراتی در کشور فعال است که صادرات آنها سال گذشته ۵۰۰ میلیون دلار بوده است.

وی افزود: در حال حاضر ۱۰۲۴ واحد صادراتی تنها در بخش صنایع کوچک فعال است. میزان صادرات این واحدها سال گذشته ۲میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار بوده است. اگر بتوانیم تعداد واحدهای صادراتی کشور را طی سه سال به ۶۰۰۰ مورد افزایش دهیم، ارز قابل توجهی وارد کشور می‌شود.

وی ابراز کرد: در تلاش هستیم تا پایان سال میزان صادرات این واحدها را به ۴میلیارد دلار افزایش دهیم و اگر بتوانیم تنها سرانه صادرات پوشاک کشور را به ۳.۲ دلار افزایش دهیم این هدف محقق خواهد شد.

وی به تعداد واحدهای صنعتی‌ای که از ابتدای سال تاکنون مجددا راه‌اندازی شده‌اند، اظهار کرد: طی پنج ماه گذشته ۳۴۹ واحد که طی چند دهه گذشته تعطیل شده بودند مجددا راه‌اندازی شده‌اند.

پیش‌بینی وزارت کشاورزی آمریکا از افزایش ۵۰۰هزار تنی تولید گندم ایران

وزارت کشاورزی آمریکا پیش‌بینی کرد تولید گندم ایران در سال زراعی آینده ۵۰۰ هزار تن افزایش یابد و به ۱۴.۵ میلیون تن برسد. به گزارش تسنیم، وزارت کشاورزی آمریکا در جدیدترین گزارش خود از وضعیت تولیدات کشاورزی جهان پیش‌بینی کرد تولید گندم ایران در سال زراعی آینده ۵۰۰ هزار تن افزایش یابد و به ۱۴.۵ میلیون تن برسد.

ایران در سال زراعی جاری ۱۴ میلیون تن گندم تولید کرده است که پیش‌بینی شده است تولید گندم ایران در سال زراعی آینده که از مهرماه شروع می‌شود ۳.۵درصد افزایش یابد.

بر این اساس تولید جو در ایران طی سال آینده افزایش یا کاهش نخواهد داشت و در سطح ۲.۱میلیون تن باقی خواهد ماند، اما تولید برنج در ایران ۲۰ هزار تن کاهش خواهد یافت و از ۱.۷۲میلیون تن در سال جاری به ۱.۷ میلیون تن در سال زراعی آینده خواهد رسید.

براساس پیش‌بینی وزارت کشاورزی آمریکا تولید پنبه در ایران طی سال آینده ۱۲درصدافزایش خواهد یافت و از ۰.۲۵ میلیون بال در سال جاری به ۰.۲۸ میلیون بال در سال آینده خواهد رسید. به همین ترتیب تولید دانه کتان از ۰.۰۸ میلیون تن به ۰.۰۹ میلیون تن افزایش خواهد داشت.

این گزارش همچنین پیش‌بینی کرده است تولید دانه آفتابگردان در ایران طی سال زراعی آینده بدون تغییر نسبت به سال جاری در سطح ۰.۱۶ میلیون تن باقی بماند.



آذری جهرمی گفته بود که در هیات دولت در این خصوص با وزیر صنعت، معدن و تجارت صحبت کرده که این موضوع مقداری تسریع شود و تلاش می‌کند که همین هفته حداقل مشکل عرضه این ۱۰۰ هزار گوشی حل شود.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشاره به مشکل نرخ ارز به عنوان دیگر فاکتور اثرگذار در افزایش قیمت گوشی نیز اظهار کرد: بخش دوم مربوط به تثبیت نرخ ارز است که رئیس جدید بانک مرکزی با سیاست‌هایی که دارد، تسریع‌تر آرامش به بازار ارز برگردد و تثبیت شود، به نوعی بازار در کنترل قرار گیرد و شرایط مناسبی فراهم شود. قیمت گوشی در ماه‌های اخیر با افزایش نرخ ارز، روندی صعودی را در پیش گرفت و در حالی که حتی زمان عرضه ارز دولتی به واردکنندگان گوشی هم شاهد افزایش قیمت گوشی بودیم، به نظر نمی‌رسد حتی عرضه گوشی‌های توقیف‌شده هم کمکی به کاهش قیمت‌ها کند.

اما وزیر ارتباطات اخیرا هم با اشاره به حضور میدانی در بازار موبایل برای بررسی بالا رفتن قیمت گوشی تلفن اظهار کرده بود که دو دلیل

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات می‌گوید با خودم فکر کردم که چرا مدت‌هاست گوشی‌های منتظر عرضه به بازار تعیین تکلیف نمی‌شوند؟ به گزارش ایسنا، محمدجواد آذری جهرمی - وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات - در توثیتی نوشته است: «در بازار چارسو جوانی با صدای بلند به من می‌گفت: در برخی ادارات به ما می‌گویند، از ما مجوز برای مواد مخدر بخواه اما برای گوشی نه. کاری می‌کنیم که این بچه نتیجه شفاف‌سازی را بفهمد. با خودم فکر کردم که چرا مدت‌هاست گوشی‌های منتظر عرضه به بازار تعیین تکلیف نمی‌شوند.»

وزیر ارتباطات سوم مردامده از تلاش برای عرضه ۱۰۰ هزار گوشی توقیف‌شده به بازار تا پایان هفته خبر داده بود.

او در پاسخ به چرایی آشفتنگی ادامه‌دار بازار موبایل گفته بود که هنوز نه آن ۱۰۰ هزار گوشی که قرار بود به بازار عرضه شود، عرضه شده و نه هنوز درباره ارز، تثبیتی رخ داده است، بنابراین درباره گوشی‌های موبایل هم تثبیتی محقق نشده است. این حرف درست و مطالبه‌ای است که باید پیگیری شود.

بررسی توزیع سراسری کوپن برای تامین کالای اساسی

وی عنوان کرد: بنابراین افراد جامعه در سراسر ایران می‌توانند از این ۲۵ قلم کالایی که نرخ ارز آنها براساس ۴ هزار و ۲۰۰ تومان که از سوی مسئولان کنترل می‌شود، مصرف کنند و البته که باید همه کالاهای اساسی به وفور در اختیار همه قرار بگیرد.

نویخت با اشاره به اینکه از حقوق‌بگیران باید با توجه به مشکلات اقتصادی که در جامعه وجود دارد حمایت شود، افزود: بسته دیگری برای حمایت از تولیدکنندگان داریم و همچنین بسته حمایتی دیگری برای پیمانکاران داریم که این بسته‌ها در دستور ستاد اقتصادی دولت است و در قالب بخشی از برنامه مقابله با تحریم است. معاون رئیس جمهور ادامه داد: در شرایط سخت باید مردم پشتیبانی کنند تا همچون قبل از سد مشکلات عبور کنیم و هر زمانی که بسته افزایش حقوق کارمندان به فرجام برسد و نهایی شود اطلاع‌رسانی می‌شود.

هنوز قطعی نشده است اما اجرای برنامه‌های حمایتی حتمی است. پیشتر محمدباقر نوبخت، رئیس سازمان برنامه و بودجه گفته بود برای حمایت از مردم و جبران آثاری که نوسانات بازار ارز در زندگی روزمره مردم داشته دولت پنج بسته حمایتی از یک برنامه مقابله با تحریم را در این خصوص تعریف کرده است.

معاون رئیس جمهور با اشاره به اینکه نخستین بسته مرتبط است با تامین کالاهای اساسی و داروی مردم که به طور کلی می‌توانیم تمام کالاهای روزمره مردم را در این بخش دسته‌بندی کنیم، یادآور شد: در جلسه فوق‌العاده ستاد اقتصادی دولت که با مسئولیت رئیس جمهور تشکیل شد به‌صورت نهایی این بسته تایید و ۱۳ میلیارد دلار برای ۲۵ قلم از کالاهای اساسی و مورد نیاز مردم تا پایان امسال اختصاص داده شد که دارو و نهاده‌های کشاورزی هم در این مجموعه قرار می‌گیرد.

تولید زعفران واقعی نیست

آغاز برداشت از ۲۰ مهرماه

برداشت ۶ تن در هکتار بوده است، به همین دلیل انتظار می‌رود بحث ترویج با جدیت بیشتری دنبال شود تا به تولید واقعی دست یابیم. وی مجموع تولید زعفران کشور را ۴۰۰ تن اعلام کرد و گفت: این درحالی است که ظرفیت تولید زعفران دو برابر میزان کنونی است. حسینی ادامه داد: اگرچه تعداد کشاورزانی که به طور متوسط ۱۵ کیلو در هکتار برداشت می‌کنند، کم نیست اما انتظار می‌رود تمامی کشاورزان به عملیات زراعی و مسائل مربوط به کاشت، داشت و برداشت توجه داشته باشند تا به دوبرابر تولید فعلی دست یابیم.

آمار دقیقی از میزان زعفران احتکارشده در دست نیست

وی در بخش دیگر سخنان خود حداقل قیمت هر کیلو زعفران دسته‌ای را ۴ میلیون و ۱۰۰ تا ۴میلیون و ۲۰۰ هزار و حداکثر زعفران پوشال ۵هلییون و ۳۰۰ تا ۸ میلیون تومان اعلام کرد و گفت: هم‌اکنون قیمت شفافی در بازار وجود ندارد و افراد با نرخ‌های دلخواه اقدام به عرضه محصول در بازار می‌کنند.

این مقام مسئول در پاسخ به این سوال که آیا آمار دقیقی از میزان

نظر قطعی وزیر صنعت بر حذف شورای رقابت از قیمت گذاری خودرو است

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی اظهار داشت در جلسه‌ای که با حضور مدیران عامل دو خودروسازی بزرگ انجام گرفت یکی از کارشناسان اقتصادی گزارشی از وضعیت صنعت خودرو طی سنوات مختلف و همچنین وضعیت حال حاضر گروه سایپا و ایران خودرو ارائه داد و آقایان یکه‌زارع و جهرودی در جهت تایید و یا اصلاح گزارش، برخی از بندهای گزارش را تایید و برخی را مورد ایراد قرار دادند.

به گزارش خبرخودرو، ولی ملکی در گفت‌وگو با خبرنگار پارلمانی خبرخودرو، افزود: پس از ارائه گزارش، اعضای شورای رقابت سوالاتی را در زمینه علل نوسانات اخیر و اینکه آیا احتکار وجود دارد یا خیر با مدیران عامل خودروسازان مطرح کردند و ایشان براساس مصلحت و اطلاعات در دست پاسخ دادند.

نماینده مردم مشکین‌شهر تصریح کرد: پس از ارائه توضیحات خودروسازان، موضوع حضور شورای رقابت در عرصه قیمت‌گذاری و نحوه قیمت‌گذاری خودرو با توجه به شرایط جدید مطرح شد و باتوجه به افزایش قیمت حاشیه بازار به این نتیجه رسیدیم که شورای رقابت باید تورم بخشی و نقطه به نقطه را تا پایان مردادماه ۹۷ از بانک مرکزی استعلام نماید.

ملکی حضور شورای رقابت بر عرصه قیمت‌گذاری خودرو را ناممکن خواند و گفت: طی این جلسه موضوعی مطرح شد که آقای وزیر به صراحت اعلام داشت قیمت‌ها تابع نظر سازمان حمایت مصرف‌کننده خواهد بود که اختیار آن را شورای عالی اقتصاد به وزیر صنعت، معدن و تجارت داده است و وزیر می‌تواند در قیمت‌گذاری حضور پیدا کند و این مطلب به اطلاع شورای رقابت رسید.

وی درخصوص تحقیق و تفحص مجلس از صنعت خودرو اظهار داشت: تحقیق و تفحص حق نمایندگان است و بیشترین طراحان سوال از کمیسیون صنایع هستند و امروز تحقیق و تفحص از صنعت خودرو داشتند و پیرامون موضوعاتی مانند قراردادهای خارجی، کیفیت خودروهای داخلی، راندمان صنعت خودرو، وضعیت نابسامان صنایع خودروسازی، افزایش تعرفه‌ها و توقف ثبت سفارش سوالاتی مطرح شد که ابتدا در کمیسیون مورد تایید و تصویب قرار گرفتند و سپس در صحن مجلس مطرح شدند.

وزیر صنعت اعلام کرد

خودروهای موجود در کارخانه‌ها هرچه سریع‌تر تحویل داده شوند



وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت که خودروهای موجود در کارخانه سریع‌تر پس از رفع نقص به پیش خریداران تحویل داده شود. به گزارش خبرگزاری دانشجو، محمد شریعتمداری در این بازدید ضمن اشاره به روند رو به تکمیل خودروهای موجود گفت: این کارخانه که متعلق به بخش خصوصی با سهام ۴۹ درصدی و با مشارکت ایران خودرو که ۵۱ درصد سهامدار است فعالیت می‌کند و در روز امکان تولید و تحویل ۵۰۰ خودرو از خودروهای موجود را پس از طی روند قضایی دارد.

وی افزود: این خودروها پیش‌فروش شده و باید سریع‌تر رفع نقص و به صاحبان آن‌ها تحویل داده شود و با توجه به روند کاهشی قیمت خودرو در بازار با ورود این خودروها این روند تثبیت خواهد شد. شریعتمداری افزود: با طی روند قضایی و تامین قطعه به زودی روزانه ۵۰۰ خودرو در ایران خودروی تبریز تحویل داده خواهد شد.

مردم خودشان به افزایش قیمت‌ها دامن می‌زنند

قیمت خودرو در بازار کاذب است

منصور معظمی در حاشیه پنجاه و پنجمین نشست گفت‌وگوی بخش خصوصی و دولت استان خراسان رضوی در گفت‌وگو با قدس آنلاین افزود: برای کالاهای گروه دوم دسته‌بندی شده و وزارت صنایع به بانک مرکزی برای گشایش اعلام می‌کند. وی اظهار داشت: یک نگرانی در تولیدکنندگان بابت اینکه شاید مواد اولیه کمیاب شود و مراکز آنها تعطیل شود به‌وجود آمده است اما واقعیت این است که اینگونه نیست.

معظمی ادامه داد: همه باید به هم کمک کنیم که این جو روانی که در جامعه ایجاد شده است فروکش نماید و فضای نامیدی از بین برود.

معاون وزیر صنعت گفت: کالاهای اساسی که ۲۵ قلم هستند به اندازه نیاز کشور با ارز ۴۲۰۰ تومان ثبت سفارش و تامین شده‌اند و ذخایر استراتژیکی در این باره صورت گرفته است و مردم از این بابت نگرانی نداشته باشند.

وی درخصوص قیمت خودرو و التهاب آن در بازار نیز افزود: مردم خودشان به این افزایش قیمت‌ها دامن می‌زنند و زمانی که ۸ میلیون نفر به سایت سایپا جهت خرید خودرو مراجعه می‌کنند این امر بیشتر نمایان می‌شود.

معظمی اظهار داشت: قیمت خودرو در بازار کاذب است و مردم باید به آنها بی‌اعتنا باشند. مرجع تعیین قیمت خودرو سازمان حمایت است و هر قیمتی را که تعیین نماید قابل خرید و فروش است.



خودروهای پیش‌فروش ایران خودرو و سایپا از کجا تامین شد؟

بررسی ابهامات طرح‌های پیش‌فروش خودروسازان

خودرو است تا ۴۰ هزار دستگاه خودروی خود را برای مشتریانش بارگذاری کند.

ریست بازار با عرضه ۹۰ هزار خودرو به بازار

اما پرسش اصلی در طرح‌های فروش دو خودروسازی کشور این است که اگر این دو شرکت توان تولید این تعداد خودرو را داشتند، چرا از سه ماه اخیر آستین بالا نزدند تا قیمت پراید از ۲۲ میلیون تومان به ۴۰ میلیون تومان نرسد و پژو پارس ۴۰ میلیون تومانی، ۱۰۰ میلیون تومان نشود؟ همچنین اگر این دو خودروساز قطعات کافی تولید این تعداد خودرو را در اختیار داشتند، چرا تا همین دو هفته گذشته از تولید ۷۰ هزار خودرو در کف کارخانه‌ها خبر می‌رسید؟ پرسش دیگر این است که ناگهان چه معجزه‌ای در صنعت خودروسازی و تولید پراید، پژو، تیبا، سایننا و سایر تولیدات داخلی اتفاق افتاده است که این دو شرکت وعده پیش‌فروش با تحویل ۴۵ روزه به مشتریان را داده‌اند؟

فرید زاوه- کارشناس صنعت خودرو- در همین زمینه می‌گوید: «طبیعتا پیش‌فروش دو خودروساز کشور که یکی اجرا شد و دیگری در نوبت اجرا است، ابهاماتی دارد، چراکه اگر تاکنون این دو خودروساز مشکل نبود قطعات خودرو داشتند، پس اکنون این نیاز چگونه تامین شده است که وعده پیش‌فروش ۹۰ هزار دستگاه خودرو داده شده است؟ همچنین اگر هم این قطعات موجود بوده، پس چرا این خودروها زودتر به بازار عرضه نشدند تا تنظیم بازار و تعدیل قیمت‌ها صورت گیرد؟»

او می‌افزاید: «پرسش دیگر این است که چرا اکنون و پس از بهم‌ریخته شدن بازار قرار است این تعداد خودرو عرضه شود؟ همچنین

اعلام پیش‌فروش ۹۰ هزار خودرو در اوایل هفته گذشته خبر تعجب‌برانگیزی بود که مدیران عامل دو خودروسازی کشور آن را بیان کردند.

به گزارش پدال نیوز، اعلام پیش‌فروش ۹۰ هزار خودرو در اوایل هفته گذشته خبر تعجب‌برانگیزی بود که مدیران عامل دو خودروسازی کشور آن را بیان کردند. همان خودروسازانی که طی دو ماه گذشته با نبود قطعات خودرو دست و پنجه نرم می‌کردند و خبر از تولید ۷۰ هزار خودروی ناقص در کف کارخانه‌ها می‌دادند، اکنون خبر از پیش‌فروش ۹۰ هزار خودرو می‌دهند، گویی در چند روز معجزه‌ای در صنعت خودروسازی کشور رخ داده است. حالا اگر ایران خودرو و سایپا توان تولید این تعداد خودرو برای تحویل ۴۵ روز آینده را داشتند پس چسرا زودتر آن‌ها را به بازار عرضه نکردند و صبر کردند تا پراید و پژو به دو برابر قیمت برسد؟

دوازدهم شهریورماه، شبی که مدیران عامل دو خودروساز کشور در یک برنامه تلویزیونی حاضر شدند و علاوه بر رد احتکار خودرو از سوی این دو گروه خودروسازی، اعلام کردند که به زودی ۹۰هزار خودرو پیش‌فروش می‌شود.

گروه خودروسازی سایپا با اعلام پیش‌فروش ۵۲۰هزار خودرو و گروه خودروسازی ایران خودرو با اعلام پیش‌فروش ۴۰ هزار خودرو وعده تنظیم بازار را در رسانه ملی سر زدند. پس از اعلام این خبر، گروه خودروسازی سایپا از روز چهارشنبه سایت ثبت نام را به روی مشتریانش باز کرد و در مدت دو روز تمامی خودروهای عرضه‌شده‌اش را پیش‌فروش کرد. حالا هفته آینده نوبت گروه خودروسازی ایران

مقاومت جهانی در مقابل خودروساز شدن ایران زیاد است

وی افزود: هیچ خودروسازی نیست که دوست داشته باشد خودروی قدیمی تولید و رضایت مشتریان خود را از دست بدهد و ایران خودرو و دیگر خودروسازان ایرانی نیز از این مهم مستثنی نیستند.

این کارشناس صنعت خودرو تاکید کرد: خودروسازی لکوموتیو صنعت جهانی است و ژاپنی‌ها دوست ندارند این مهم در کشور ما به خوبی اجرا شود و موجب توسعه کشور شود.

وی ادامه داد: متأسفانه تیراژ کل محصولات ژاپنی تولیدشده در کشور ما آنقدر ناچیز است که حتی اگر خودروساز ما تهدید به تولید نکردن مدل قدیمی خودرو کند، شرکت مادر خم به ابروی مبارک نخواهد

آورد زیرا برایش مهم نیست تیراژ کم تولید در ایران را از دست دهد. کاکایی اظهار داشت: ما تنها کشوری نیستیم که صنعت خودرو داشته و به همین صورت تنها خودروسازانی نیستیم که طلب تولید مشترک می‌کنیم، بنابراین وقتی ما برای تولید سوزوکی و نیارا با مزدا

۳ قدیمی ناز کنیم، شرکت مادر تیراژ ما را به دیگر کشورها می‌دهد و برایش مهم نیست که در ایران تولید کند یا در کشور دیگری.

جریان‌های بین‌المللی مانع رشد صنعت خودروی ایران
این استاد دانشگاه در مورد چرایی رشد کم صنعت خودروی کشور

رویگرد شرکت‌های خودروسازی در نحوه فروش قابل قبول نیست

مجبور نیستید وقتی قطعه ندارید ماشین بفروشید

بتوانند در جهت خرید خودرو وارد عمل شوند.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی تاکید کرد: قطعا راهکار ارائه‌شده در مقطع فعلی و در شرایطی که ما با عرضه کم در بازار روبه‌رو هستیم در جهت نحوه خرید خودرو از سوی مردم قابل قبول نیست.

آقایور تصریح کرد: این یک رویه و رویکرد روشن است که وقتی عرضه یک کالا کم و محدود باشد متقاضیان بیشتری برای دریافت و خرید آن مراجعه می‌کنند؛ روندی که به خوبی در موضوع خرید پراید در سامانه شرکت خودروسازی سایپا مشخص شد و با عدم دسترسی مردم به سایت به دلیل هجوم تقاضای زیادی مردم برای ثبت نام با مشکلات بسیاری روبه‌رو شدند.

وی با اشاره به اینکه رویه شرکت‌ها در جهت نحوه ثبت نام از مردم به منظور دریافت خودرو اشتباه است، خاطر نشان کرد: تا زمانی که ما در زمینه عرضه و تولید به یک حد مشخص دست پیدا نکردیم نباید در جهت فروش وارد عمل شویم چراکه این روند نتیجه مطلوبی در بر نخواهد داشت و موجبات نارضایتی مردم از شرکت‌های خودروسازی و سامانه فروش آنها را نیز فراهم می‌کند.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: انتظار می‌رود در شرایط فعلی شرکت‌های خودروسازی به جای اینکه بیشتر به فروش محصولات خود فکر کنند در جهت آزاد کردن قطعات خودرو از گمرک وارد عمل شوند چراکه با این روند فروش قطعا تنها بخشی از مردم و شاید اقشار خاص موفق به خرید خودرو خواهند شد.

بسته‌های راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در حوزه زیست‌فناوری تهیه می‌شود

یکی از وظایف کارگروه اقتصاد زیستی ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی، تهیه بسته‌های راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در حوزه زیست‌فناوری است. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، کارگروه اقتصاد زیستی در راستای پیشبرد اهداف راهبردی ستاد توسعه زیست‌فناوری برای رشد و ارتقای اقتصاد مبتنی بر محصولات و خدمات زیستی کشور، در چارچوب سیاست‌ها و راهبردهای مصوب ستاد توسعه زیست‌فناوری و همسو با نقشه‌راه زیست‌فناوری کشور تشکیل شده است و براساس وظایفی که برای این کارگروه تعیین شده است، تهیه بسته‌های مربوط به راه‌اندازی کسب و کارهای جدید در حوزه زیست‌فناوری و شرکت‌های خدماتی توسعه کسب و کار مرتبط یکی از اولویت‌های کاری این کارگروه است.



دریچه

هلن توپر: از کمبود دانش به نفع خود استفاده کنید

مترجم: نیما جوادی

خوشبختانه ما در طول کار همواره فرصت‌هایی برای یادگیری، پیشرفت و افزایش دانش به دست می‌آوریم. گرچه اصول بازاریابی همواره ثابت است، ولی نحوه پیاده‌سازی آن‌ها به دلیل پویایی بازار، انتظارات مشتری و تاثیر تکنولوژی، دائما در حال تغییر است.

انتظار می‌رود که ما از تمام جزئیات مواردی مانند تاثیر GDPR تا نقش بات چت در تجربه مشتری و کارایی تبلیغات برنامه‌ریزی‌شده مطلع باشیم. این اطلاعات بسیار ارزش هستند ولی باید واقع‌بین باشیم؛ ما هرگز یک متخصص و کارشناس همه فن حریف نخواهیم بود.

با این حال اکثر مردم تمایلی به بیان نقاط ضعف و اعلام بی‌اطلاعی خود ندارند و سعی می‌کنند با دروغ و بلوف راهی برای فرار به وجود آورند. برای برخی این راهکار نشانه اعتماد به نفس کاذب است و این افراد در واقع با فرار و اجتناب از کسب مشاوره و اطلاعات، خود را از یادگیری و پیشرفت محروم می‌سازند.

برعکس، این کمبود دانش شاید باعث ایجاد «سندرم ایمپاستر» شود و افراد احساس کنند که در صورت پرسیدن سوالات ضروری مورد تمسخر سایرین قرار خواهند گرفت. طبق نتایج تحقیقات، دو سوم افرادی که دچار این وضعیت هستند معتقدند که این کمبود اعتماد به نفس تاثیر منفی بر شغل آن‌ها داشته است.

من به شخصه با این چالش دانش روبه‌رو بودم. شغل و حرفه من در ۸ سال گذشته از حوزه نفت و پتروشیمی به نرم‌افزار و کار در مایکروسافت تغییر کرده و همواره در تمام نقش‌ها و وظایفم با تیمی همکاری داشتم که نسبت به من از اطلاعات و دانش بسیار بیشتری در رابطه با صنعت و مشتری‌ان برخوردار بودند. سندرم ایمپاستر همواره بر من غلبه می‌کرد و هرگز سوال و پرسشی نمی‌پرسیدم.

بی‌اطلاعی نیز گزینه مناسب نبود و این احتمال وجود داشت که تصمیم اشتباهی بگیرم و اعتماد سهامداران به صورت کامل از بین برود. در تمام موارد بهترین انتخاب، اعتراف به کمبود دانش و اطلاعات و درخواست کمک بود.

من از طریق تجربه می‌دانم که اکثر مردم به دلیل ترس از قضاوت سایرین و تمسخر هرگز سوالاتی نمی‌پرسند و مشکلات خود را مطرح نخواهند کرد. جملاتی مانند: «اعتماد مدیرم را از دست می‌دهم» یا «ارتقای شغلی دریافت نخواهم کرد» یا حتی «خراج می‌شوم» بسیار رایج هستند. اکثر این تصورات هرگز اثبات و حتی آزمایش نیز نشده‌اند و تنها مانع پیشرفت ما خواهند شد.

اعتراف به ندانستن پاسخ بر پیشرفت و کار شما به شدت تاثیرگذار خواهد بود. باراک اوباما این مفهوم را در سال ۲۰۰۹ و به بهترین شکل به دانش‌آموزان منتقل کرد: «از سوال نترسید. از درخواست کمک نترسید. من هر روز این کار را انجام می‌دهم. درخواست کمک نشانه ضعف نیست، نشانه قدرت است. این یعنی شما به کمبود دانش و اطلاعات خود اذعان دارید و خواستار یادگیری هستید و این نشانه شجاعت است.»

mazon

ارزش بازار آمازون از یک تریلیون دلار عبور کرد

ارزش بازار آمازون از مرز یک تریلیون دلار عبور کرد تا شرکت‌های فعال در حوزه فناوری طلا به‌دار رکوردشکنی از نظر عبور از مرز به گزارش زومیت، ارزش بازار آمازون نیز از مرز یک تریلیون دلار عبور کرد. آمازون دومین شرکت آمریکایی است که پس از اپل به دست پیدا می‌کند. اپل پس از ارائه گزارش مالی مربوط به سه ماهه دوم سال جاری میلادی و در اثر عملکرد خوب خود، شاهد افزایش شرکت آمریکایی تاریخ، به ارزش بازار بیش از یک تریلیون دلار دست پیدا کرد.

سهام غول تجارت الکترونیک با افزایشی ۲ درصدی همراه شد و از این رو ارزش هر سهم این شرکت به ۲۰۵۰.۵۰ دلار رسید. Amazon بازار یک تریلیون دلاری نیازمند ارزشی معادل ۲۰۵۰.۲۷ دلار برای هر سهم خود بود، حال آنکه هر سهم آن به رقمی بالاتر از میزان حاضر آمازون ۴۸۷.۷۴۱.۱۸۹ سهم دارد.

همان‌طور که اشاره کردیم، Apple ابتدای ماه آگوست و پس از انتشار گزارش مالی مربوط به سه ماهه دوم سال جاری از مرز یک تریلیون دلار عبور کرد.

ارزش سهام آمازون طی سال ۲۰۱۸ میلادی افزایشی ۷۰ درصدی را تجربه کرده و در طول ۱۲ ماهه اخیر بیش از دو برابر رشد داشته است. ارزش سهام آمازون باید نگاهی به میانگین رشد ارزش سهام لیست S&P 500 داشته باشیم که تنها ۸ درصد در سال جاری میلادی و رشد کرده است.

زمینه تجاری‌سازی محصولات دانش‌بنیان در حوزه آب فراهم می‌شود

دوم شرایط برای همکاری تیمی گروه‌ها به منظور خلق مدل کسب‌وکار فراهم می‌شود و در نهایت در روز آخر ایده‌های برتر توسط داوران انتخاب می‌شوند. شرکت‌های دانش‌بنیان متقاضی غرفه می‌توانند پیش ثبت‌نام

برای تخصیص غرفه را از طریق تکمیل و ارسال کاربرگ تقاضای غرفه به آدرس info@ab.isti.ir انجام دهند. لازم به ذکر است شرایط دریافت غرفه پس از ارزیابی داوران به متقاضیان حائز شرایط، اطلاع‌رسانی خواهد شد. (کاربرگ تقاضای غرفه در وبگاه ستاد در منوی نمایشگاه قرار دارد)

مراسم هم‌اندیشی شرکت‌های دانش‌بنیان در یک روز کاری و با موضوعیت شناسایی، دسته‌بندی، اولویت‌بندی و بررسی مسائل و مشکلات شرکت‌های دانش‌بنیان توسط متخصصان امر برگزار خواهد شد. لازم به

ذکر است تمامی شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند با تکمیل و ارسال کاربرگ نظرخواهی به آدرس info@ab.isti.ir در برگزاری مفیدتر رویداد هم‌اندیشی کمک کنند.

در راستای برگزاری نخستین جشنواره ایده، رویداد کارآفرینانه، نمایشگاه و هم‌اندیشی شرکت‌های دانش‌بنیان؛ ضمن بسترسازی برای اجرایی‌سازی ایده‌های برتر و قابل اجرا، سه حوزه نمایشگاه، هم‌اندیشی

شرکت‌های دانش‌بنیان و رویداد کارآفرینانه موردبررسی قرار می‌گیرد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، براساس این گزارش، با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی؛ در راستای برگزاری نخستین جشنواره ایده، رویداد کارآفرینانه، نمایشگاه و هم‌اندیشی شرکت‌های دانش‌بنیان بر روی سه بخش نمایشگاه، هم‌اندیشی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ و یکند تاکید می‌شود.

جشنواره بررسی ایده‌ها و انتخاب ۱۰ ایده برتر توسط داوران صورت می‌گیرد، همچنین تیم‌های متشکل از طراحان ایده، متخصصین کسب‌وکار، برنامه‌نویسان و گرافیک‌ها، سرمایه‌گذاران تشکیل می‌شوند. این مرحله در روز نخست صورت می‌گیرد و در روز



استارت‌آپ نانو در صنعت برق برگزار می‌شود

از اهداف مهم این رویداد استارت‌آپی، تقویت اکوسیستم استارت‌آپی کشور در حوزه نانو، برق و انرژی، ایجاد فضای تبادل نظر و گفت‌وگو، بسترسازی جهت ایجاد ارتباط سازنده میان صاحبان ایده، فعالان حوزه استارت‌آپ

و صندوق‌های سرمایه‌گذاری و در نهایت به اشتراک‌گذاری دانش و تجربه نوآورانه است. در این رویداد پنل‌های تخصصی فنی در حوزه نانو و نیز جلسات نشست و هم‌اندیشی با نمایندگان شرکت‌های متخصص و نقش‌آفرین در فضای استارت‌آپی برگزار می‌شود. همچنین فضای نمایشگاهی برای حضور استارت‌آپ‌ها و ارائه دستاوردها و ایده‌های نوین خود اختصاص داده شده است.

از دیگر برنامه‌های این رویداد می‌توان به برگزاری کارگاه‌های آموزشی با محوریت روند شکل‌گیری استارت‌آپ‌های حوزه نانو،

برق و انرژی، بررسی پیشران‌ها و موانع استارت‌آپ‌های این حوزه، چالش‌های موجود، علل موفقیت‌ها و شکست‌های استارت‌آپ‌ها و شتاب‌دهنده‌های این حوزه در ایران اشاره کرد.

رویداد استارت‌آپ نانو در صنعت برق با حمایت ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی در ششمین کنفرانس تخصصی فناوری نانو در صنعت برق، برگزار می‌شود.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مرکز توسعه فناوری نانو در صنعت برق و انرژی، در نظر دارد با حمایت ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی یکی از بزرگ‌ترین گروه‌های فعالان استارت‌آپی کشور در حوزه فناوری نانو را در ششمین کنفرانس تخصصی فناوری نانو در صنعت برق، برگزار کند

طی فراخوانی از استارت‌آپ‌های فعال در زمینه‌های مختلف نانو که بتوانند کاربرد محصول ایده خود را در حوزه برق و انرژی توسعه دهند، برای شرکت در این رویداد دعوت به عمل می‌آورد تا با حضور در جمع فعالان و صاحب‌نظران حوزه استارت‌آپ و نانو تکنولوژی، از این فرصت برای معرفی کسب‌وکار خود استفاده کنند.





برای رونق کسب و کار از ظرفیت تعاونی‌ها استفاده شود

فرماندار آستارا گفت واحدهای تعاونی نقش مهمی در ایجاد کارآفرینی و توسعه اقتصادی دارند و از ظرفیت آنها باید برای رونق کسب و کار در این شهرستان استفاده شود. به گزارش ایرنا، یونس رنجکش در نشست با کارکنان اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی آستارا در فرمانداری این شهرستان افزود: هدف از تشکیل تعاونی‌ها جلب ظرفیت‌ها و توانایی‌های موجود در جامعه است تا افراد و متقاضیان در کنار یکدیگر بتوانند با ایجاد فرصت‌های شغلی به چرخه تولید کسب و کار و اشتغال‌زایی کمک کنند. وی اضافه کرد: متأسفانه برای تبیین فعالیت تعاونی‌ها و ایجاد انگیزه تنها به مشوق‌هایی چون پرداخت تسهیلات کم‌بهره و یا اختصاص زمین توجه شده و بسیاری از واحدهای تعاونی پس از ثبت، فعالیتی انجام نداده‌اند.

یادداشت



ایده تاسیس موسسه خصوصی مدیریت و مشاوره در زمینه دارایی

چگونگی ساخت دفتر خانواده در آینده

امروزه برگزاری جلسات حضوری مستمر سخت‌تر از گذشته‌اند و در خانواده‌هایی که شامل بیش از ۱۰ نفر می‌شوند، اهمیت ثبت نوشتاری مباحث و تصمیمات به شدت افزایش می‌یابد.

پژوهش و نوآوری

در تجارت‌هایی که صاحبان آن افراد یک خانواده هستند، نه تنها دنبال کردن دستاوردهای اخیر برای حرکت روبه‌جلو حیاتی است، بلکه ماندگاری تجارت را با ایجاد ساختاری انعطاف‌پذیر بیشتر می‌کند و به صورت طبیعی زمینه را برای اضافه‌شدن نسل‌های آینده آماده می‌سازد. زمینه‌های مرتبط و تأثیرگذار بر تجارت شما و دستاوردهای جدید احتمالی باید به صورت مداوم بررسی شوند.

مدیریت اعتبار

مدیریت اعتبار به بررسی چگونگی شناخته و دیده‌شدن تجارت خانوادگی شما در جامعه می‌پردازد. اگر شما داستان خود را آن‌گونه که می‌خواهید دیده و شنیده شود در دسترس قرار ندهید، رسانه‌ها داستان‌های خودشان را به نمایش می‌گذارند و همه از سرانجام داستان‌های این چنینی باخبر هستند.

روایات و معرفی نیز نقش بسیار مهمی در تثبیت موقعیت تجارت خانوادگی دارند. یک روایت شفاف در این زمینه به موقعیت مشخصی در ذهن مردم خواهد انجامید. در نتیجه توجه افراد بلندمرتبه و شرکا به شرکت جلب می‌شود و احتمال به‌وجودآمدن فرصت‌های سرمایه‌گذاری که به سودآوری تجارت می‌انجامند، افزایش پیدا خواهد کرد.

اعتبار شرکت و اعضای خانواده‌تان در رسانه‌ها بسیار مهم و حائز اهمیت است. این روند می‌تواند از طریق خدمات کنترل رسانه‌های مانند Retriever و یا توسط کمیته‌های جدید و پیشرفته - Me tion و Brandmentions تحت‌نظر قرار بگیرد.

روابط خارجی

روابط خوب با مطبوعات می‌تواند بازده بسیار مناسبی داشته باشد، اما روزهایی که تنها از ارسال بروشور سهامداران و اعلان‌های مطبوعات برای قرار ملاقات‌ها و درآمدهای سالیانه استفاده می‌شد، گذشته است. امروزه رمز موفقیت در به‌کارگیری همه‌جانبه کانال‌های موجود برای ترسیم هرچه بهتر هدف موردنظر شماست. حقیقتاً امروزه ارتباطات و نظرات در هر گوشه و کناری اتفاق می‌افتند و این یک واقعیت است.

از نقطه‌نظر تجاری، داشتن صفحه مجازی LinkedIn ضروری است و همچنین تعداد زیادی از دفاتر چندمنظوره خانواده (مانند ماتر، نورث-ایست، فرد و استون هیچ فلمینگ) از این صفحه مجازی استفاده‌های بسیار مفیدی می‌کنند. متناسب با موضوعی که خانواده و یا تجارت شما برای ارائه در نظر دارد، سرزدن به Twitter برای بررسی گفت‌وگوهای مختصر و Medium و اظهارنظرهای طولی مفید هستند. اگر در این راستا دارای محتوای تصویری هستید، فیس‌بوک و اینستاگرام نیز می‌توانند انتخاب‌های خوبی باشند.

جان راکفلر، از سر راه کنار برو

با وجود اینکه ممکن است هیچ‌گاه به یک راکفلر تبدیل نشوید، تأسیس دفتر خانوادگی خودتان دست‌کم توانایی و پتانسیل افزایش میزان ارزش شخصی‌تان را خواهد داشت!

منبع: forbes

مترجم: اشکان کوشش

اگر اولین ایده‌ای که با شنیدن «دفتر خانواده» به ذهن شما می‌رسد مربوط به اتاق کسب‌کننده منتهی به سالن و یک میز پر از کاغذهای مالیاتی و مدارک مدرسه پسر شماست، زمان آن رسیده است که گنجینه لغات تجاری خود را گسترش دهید. در این متن، «دفتر خانواده» یک موسسه خصوصی مدیریت و مشاوره در زمینه دارایی است که در آن مشکلات براساس راه‌حل‌های برون‌سپاری‌شده، مدیریت می‌شوند؛ مشکلاتی از قبیل سیاست‌های بیمه، انحصار وراثت، امور مالیاتی، سرمایه‌گذاری، کمک به خیریه‌ها، مدیریت سبک زندگی و تمام امور مربوط به حفاظت و... شامل محدوده فعالیت این دفتر می‌شوند. در واقع، یک دفتر خانواده مدرن مجموعه‌ای برای مدیریت دارایی اشخاص و شرکت‌هایی با درآمد بالا در تمامی زمینه‌هاست.

گفته‌ها حاکی از آن است که فردی به نام جان راکفلر (John D. Rockefeller) در اوایل قرن نوزدهم میلادی از پیشگامان ایجاد دفتر خانواده بوده است. راکفلر کادری متشکل از افراد حرفه‌ای را برای مدیریت اموالش انتخاب کرد، افراد زیادی بر این باورند که این ایده بزرگ‌ترین فرصت سرمایه‌گذاری در طول تاریخ بوده است.

به علت وجود پیچیدگی شدید در زمینه نیروها، کانال‌ها، مالیات، سرگیری‌های قانونی و دیگر مشکلاتی که مؤسسات مدرن با آن‌ها مواجه هستند، تجارت‌های خانوادگی که توان مالی پشتیبانی از چنین مؤسسه جامع و فراگیری را ندارند، ناچارند از حسابداران و مدیران بازرگانی خود در تمامی امور استفاده کنند. این روش دارای محدودیت‌های مسلم و آشکاری است.

بله، یک ایده عالی، اما ...

جدا از این گزینه که شما شخص و یا صاحب کمپانی‌ای با ارزش بالا باشید، چگونه از طریق شرکتی با درآمد پایین‌تر می‌توانید از پس هزینه‌های تأسیس یک دفتر خانواده بربیاید؟ پیشنهاداتی در این زمینه وجود دارند که اگر در راستای نظرات مدیران حسابداری پیش روند، می‌توانند به خانواده شما در ایجاد یک دفتر کارآمد دومنظوره کمک کنند و باعث کاهش فشار وارده به شما و مدیران بیش‌ازحد پرکارتان شوند.

ارتباطات داخلی به صورت کلی

گرچه احتمالاً تعداد مخاطبان در این حوزه کم باشد، اما تأثیر مثبت ایجاد ارتباط داخلی و شفاف، زیاد خواهد بود. ارتباط را در چارچوب و متمرکز نگاه دارید تا از هماهنگی تمامی افراد اطمینان لازم را به دست آورید. به گفته ادوارد تیهسن (Edouard Thijssen) از Trusted Family، که یک اداره‌کننده پلتفرم برای دفترهای خانواده است، «هرچه تعداد سهامداران بیشتر باشد، اهمیت ساختار و منظم‌سازی فرآیند ارتباطی برای اعضای ذی‌نفع از قبیل هیات‌مدیره، سهامداران و اعضای خانواده، بیشتر می‌شود.»

از طریق برگزاری جلسات عمومی با سهامداران و با تکرار ارزش‌ها و معیارهای بنیادی تجارت، از مطلع‌بودن تمامی افراد حاضر در جلسات کاری از رویدادهای داخلی مطمئن شوید. با اشتراک‌گذاری اطلاعاتی بیشتر از آمار و ارقام، دفتر خانواده اتحاد قوی‌تری را میان اعضای مربوطه ایجاد خواهد کرد.



یک تریلیون دلاری باشند. ارزش یک تریلیون دلاری سهام شد و به عنوان اولین

Am برای رسیدن به ارزش ورد نیاز دست یافت. در حال

بیلیون دلاری عبور کرد.

ت بسیار زودتر از آمازون آمازون در روز پرایم

، برای درک رشد بی‌نظیر ۱۶درصد طی ۱۲ ماه اخیر

حمایت از ۸۰ ایده و طرح دانشجویی در دانشگاه صنعتی امیرکبیر

اداره انجمن‌های علمی و دانشجویی را از وزارت علوم دریافت کرده است. صادق نژاد با بیان اینکه در چهار بخش مختلف حمایت‌های لازم از انجمن‌های علمی و دانشجویی دانشگاه صنعتی امیرکبیر صورت

می‌گیرد، اظهار داشت: بخش رویداد و مسابقات، بخش آموزش، بخش پژوهش، کارآفرینی و ارتباط با صنعت و همچنین بخش روابط عمومی و نشریات این چهار بخش است. وی گفت: از سال گذشته از ۸۰ ایده و طرح دانشجویی در انجمن‌های علمی و دانشجویی حمایت کرده‌ایم ضمن اینکه این انجمن‌ها ارتباط خوبی با مراکز علم و رشد دانشگاه صنعتی امیرکبیر برقرار کرده‌اند. رئیس اداره انجمن‌های علمی و دانشجویی دانشگاه صنعتی امیرکبیر افزود: در حال برنامه‌ریزی برای تأسیس نسل دوم انجمن‌های علمی و دانشجویی در دانشگاه صنعتی امیرکبیر هستیم و بر همین اساس می‌کوشیم فارغ‌التحصیلان این دانشگاه را برای کمک به دانشگاه و دانشجویان در پلی‌تکنیک بازگردانیم.



رئیس اداره انجمن‌های علمی و دانشجویی دانشگاه صنعتی امیرکبیر گفت از سال گذشته از ۸۰ ایده و طرح دانشجویی در انجمن‌های علمی و دانشجویی حمایت کرده‌ایم. به گزارش مهر، دکتر سروش صادق‌نژاد،

رئیس اداره انجمن‌های علمی و دانشجویی دانشگاه صنعتی امیرکبیر در نشست دبیران مجامع اتحادیه انجمن‌های علمی و دانشجویی، گفت: لازم است دانشجویان ایرانی با علم روز دنیا در انجمن‌های علمی و دانشجویی آشنا شوند و این مهم در دانشگاه صنعتی امیرکبیر از سال ۸۳ با حمایت ویژه از انجمن‌های علمی و دانشجویی به صورت جدی دنبال شده است. وی افزود: در حال حاضر ۱۷ انجمن علمی دانشجویی در دانشگاه صنعتی امیرکبیر با توجه به رشته‌ها و گرایش‌های مختلف وجود دارد ضمن اینکه چهار انجمن علمی و دانشجویی بین رشته‌ای هم از سال گذشته در دانشگاه صنعتی امیرکبیر تأسیس شده است. رئیس اداره انجمن‌های علمی و دانشجویی دانشگاه صنعتی امیرکبیر تصریح کرد: این دانشگاه اولین دانشگاهی در ایران محسوب می‌شود که مجوز

رویداد استارت‌آپی حوزه کشاورزی برگزار می‌شود

تا با گردهم جمع کردن بخش دولتی، خصوصی و افراد و تیم‌های مستعد و کارا، زیست‌بوم استارت‌آپی کشاورزی را تقویت کنیم. وی افزود: فرهنگ‌سازی و برگزاری رویدادهای استارت‌آپی کارآفرینی قدم

اول شکل‌گیری زیست‌بوم‌های استارت‌آپی در حوزه‌های مختلف است از این رو این رویداد می‌تواند آغاز راهی باشد که فعالین این حوزه بتوانند از پتانسیل کسب و کارهای نوپا و دانش‌بنیان استفاده و چالش‌های موجود را حل کنند. وی خاطر نشان کرد: محورهای اصلی پروژه کسب و کارهای نوپا در وزارت جهاد کشاورزی روی فرهنگ‌سازی و آموزش، تسهیلاتی و پشتیبانی و پایش متمرکز است؛ تیم‌های برتر تشکیل شده این رویداد در حوزه‌های مورد نظر تحت حمایت وزارت جهاد کشاورزی خواهند بود.



وی افزود: تیم برگزارکننده رویداد استارت‌آپی کشاورزی، تلاش دارد تا با اتصال میان فعالین حوزه کشاورزی و استارت‌آپی و استفاده از تسهیلاتی و دانش‌آیند رشته بخش دولتی و خصوصی به شکل‌گیری و رشد استارت‌آپ‌های این حوزه کمک کند.

رویداد استارت‌آپی کشاورزی (AgriTechSw) با هدف ترویج کارآفرینی استارت‌آپی و ایجاد کسب و کارهای نوپا برگزار می‌شود. به گزارش مهر، رویداد استارت‌آپی کشاورزی (AgriTechSw) در شهر

آفتاب در تاریخ ۲۲ تا ۲۴ شهریور ۹۷ همزمان با نمایشگاه بین‌المللی IFarmExpo حمایت وزارت جهاد کشاورزی و مرکز آموزش عالی امام خمینی برگزار خواهد شد. اهداف این رویداد ترویج فرهنگ کارآفرینی استارت‌آپی و ایجاد کسب‌وکارهای نوپا با محوریت طرح‌های حوزه‌های توزیع محصولات کشاورزی، کشاورزی هوشمند و گلخانه‌های هوشمند خواهد بود. این رویداد میزبان کارشناسان و اساتید حوزه کشاورزی و استارت‌آپی با هدف ترویج فرهنگ کارآفرینی استارت‌آپی و ایجاد کسب‌وکارهای نوپا با محوریت طرح‌های حوزه‌های توزیع محصولات کشاورزی، کشاورزی هوشمند و گلخانه‌های هوشمند خواهد بود. حسام نویری، دبیر این رویداد، درباره ضرورت‌ها و دلایل برگزاری این رویداد گفت: با توجه به چالش‌های موجود در حوزه کشاورزی بر آن شدیم

کارگاه برندینگ

برترین استراتژی برندسازی تجاری در دنیا

مترجم: اشکان کوشش

به گفته کارشناس برندسازی، یالی سار (Yali Saar)، «زمانی که موضوع برندسازی در دنیای تجارت به میان می‌آید، زیاد به آن فکر نکنید.»

سار، مدیرعامل و یکی از بنیان‌گذاران تیلور برندز (Tailor Brands) است؛ شرکت نوپایی که با سرمایه‌گذاری خطرپذیر و با استفاده از هوش مصنوعی به آموزش طراحی لوگو، نوشتن و کپی و حتی برنامه‌ریزی استراتژی محتوا به کامپیوترها می‌پردازد. سار می‌گوید، «تا چه میزان باید برای برندسازی زمان صرف کرد؟ یک‌ماه؟ یک‌چهارم ماه؟ یا خرسندی به شما می‌گویم هر دو بازه ذکرشده بیش از اندازه طولانی هستند.»

به گفته سار، امروزه سرعت همه چیز در برندسازی است. قبل از تیلور برندز، سار یک روزنامه‌نگار، سخنگوی سیاسی و یکی از بنیان‌گذاران ریزینگ د بار (Raising the bar)، مبتکر آموزشی جهانی با صدها عضو در نیویورک، سان‌فرانسیسکو، سیدنی و هونگ‌کنگ بوده است.

برندسازی در حقیقت به معنای ساخت تصویری مثبت و تأثیرگذار از شرکت، در ذهن مصرف‌کننده است. در اینجا به چهار نکته‌ای که سار در جهت تسریع برندسازی معرفی کرده است، می‌پردازیم:

۱. موضوع مربوط به شما نیست، مربوط به آنهاست. اولین سوالی که در مسیر برندسازی به ذهن هر کسی خطور می‌کند این است که «یا این برند می‌تواند من و هدفم را به خوبی به نمایش بگذارد؟» اگرچه هم‌راستاکردن برند با چشم‌انداز مهم است، اما قرار دادن این هدف به عنوان مهم‌ترین اصل و رأس شرکت در برندسازی، می‌تواند شما را از مهم‌ترین هدف که مشتری‌ها هستند، دور کند. سار می‌گوید: «نگرش شما برای حل یک مشکل و برطرف کردن یک نیاز ایجاد شده است، بنابراین پیش از اینکه مطمئن شوید برندتان نماینده شماست، باید اطمینان حاصل کنید که نماینده مشتری شما و نیازهایش است.»

۲. مطمئن شوید که حتی یک کودک نیز می‌تواند آن را بکشد. یکی از تکراری‌ترین سوالاتی که سار می‌شنود این است که «چگونه می‌توانم برند را منحصر به فرد کنم؟» جواب ساده است؛ شما نباید این کار را بکنید. شما باید برند را به یادماندنی کنید و اینکار لزوماً به معنای منحصر به فرد بودن نیست. مهم نیست که مردم بگویند تا به حال چنین چیزی ندیده‌اند، بلکه هدف اصلی این است که محصول شما را تا زمانی که به خانه برسند و یا بخواهند برای دیگران تعریف کنند، به خاطر بیاورند. به یادماندنی بودن به چرخش سریع



و توزیع برند در اینترنت منجر خواهد شد، بنابراین بهترین آزمون برای اطمینان از به یادماندنی بودن برند شما چیست؟ برندتان را به یک کودک شش‌ساله نشان دهید و از او بخواهید آن را بکشد. سار می‌گوید «در آزمون موفق شدید؟ بسیار عالی! موفق نشدید؟ رنگ‌های مختلف را به کار ببرید و متمایزترین آنها را انتخاب و باقی طرح را ساده‌تر کنید.»

۳. به یاد داشته باشید که تمامی برندها در مورد احساسات و رنگ‌ها هستند، بنابراین بهترین آنها را تداعی کنید. برندها تماماً پیرامون احساساتی هستند که در مشتریان تداعی می‌کنند. این احساسات در واقع ارزشی متمایز از ارزش واقعی محصول شما ایجاد می‌کنند و در این میان هیچ چیز تأثیرگذارتر از رنگ‌ها نیست. آیا می‌خواهید محصول شما به عنوان یک محصول مجلل و لوکس شناخته شود؟ حتی ذره‌ای از رنگ زرد به آن اضافه نکنید و به جای آن رنگ سیاه را انتخاب کنید. می‌خواهید همه در اسپای جدید شما احساس آرامش کنند؟ شاید حذف رنگ قرمز و انتخاب رنگی که متمایل به آبی و بنفش است، مؤثر باشد. این یک ترفند ساده است، اما اگر آزمون رنگ الف و ب را برگزار کنید، متوجه خواهید شد که چه تأثیرات چشمگیری ایجاد خواهد شد. سار به شما پیشنهاد می‌دهد اگر خواستار موفقیت برندتان هستید، هنگام انتخاب رنگ دلخواه، تفکر و تعقل دوباره در رنگ‌ها را در نظر داشته باشید.

۴. اهمیت برندها وابسته به تداوم و پیوستگی آنهاست. سار می‌گوید «ما در دنیایی چندوجهی زندگی می‌کنیم.» مردم به صورت اتفاقی در خیابان یا برند شما مواجه می‌شوند، از سایت شما دیدن و آن را در پلپ (Yelp) جستجو می‌کنند. با توجه به اینکه شروع یک تجارت بازرگانی به سمت آسانتر شدن پیش می‌رود، مصرف‌کنندگان تمام سعی خود را در شناخت دقیق برند شما به کار خواهند گرفت و هیچ‌چیز مانند برندی که در زمینه کاری خود به چندین وجه مختلف شناخته می‌شود، اعتماد مخاطب را جلب نمی‌کند. سار اشاره می‌کند «درست است که همه ما می‌خواهیم گلف‌بازی حرفه‌ای شویم که با یک ضربه دقیق توپ را وارد سوراخ می‌کنند، اما به وجود آوردن یک برند فرآیندی تکرارپذیر است.» او همچنین خاطر نشان می‌سازد «باید همه‌چیز را مورد آزمایش قرار داد و به بازخورد مشتریان توجه کرد، بنابراین به جای تلاش برای ساخت بهترین برند در اولین گام، در اسرع وقت آن را افتتاح کنید و از جمع‌آوری نظرات و بازخوردها مطمئن شوید. در نتیجه می‌توانید چگونگی تطبیق در سریع‌ترین زمان را بیابید.»

منبع: forbes

چگونه برند شخصی‌مان را وارد مسیری تازه کنیم؟

تغییر جلوه‌های فعالیت بر ندمان با استفاده از فرمت‌های ویدئویی



در پایان این مرحله مایلیم شما را نسبت به اهمیت دریافت اطلاعات و ایده‌ها از مشتریان آگاه سازم. بر این اساس کانال ارتباطی مناسب برای دریافت ایده‌های آنها پیرامون بازسازی و انتخاب مسیر جدید برای برندتان را فراهم کنید. ارسال پیام ویدئویی برای مشتریان، ضبط ویدئوهای زنده در شبکه‌های اجتماعی و پاسخ به پرسش‌های مخاطب‌ها و درخواست برای طرح ایده‌ها در قالب فرمت‌های صوتی یا تصویری بهترین راه‌ها برای آماده‌سازی مشتریان نسبت به پذیرش استراتژی تازه برندتان خواهد بود.

استفاده از ویدئو برای راه‌اندازی کارهای تازه

همانطور که مارک زاکربرگ، موسس و مدیرعامل فیس‌بوک، سال گذشته اعلام کرد «فرمت ویدئویی روز به روز در حال توسعه و گسترش محبوبیتش است». براساس گزارش موسسه Tubular نرخ مشاهده محتوای ویدئویی برندها بین سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به ترتیب ۹۹ درصد در یوتیوب و ۲۵۸ درصد در فیس‌بوک افزایش یافته است. همچنین این گزارش اعلام می‌کند که محتوای ویدئویی در توئیتر شش برابر بیشتر شانس بازنشر را دارد. به این ترتیب دنیای اینترنت بیش از هر زمانی با محتوای ویدئویی احاطه شده است. البته ماجرا به همینجا ختم نمی‌شود، بلکه پیش‌بینی‌ها از تسخیر ۸۰ درصد فضای اینترنت از سوی ویدئوها تا پایان دهه جاری حکایت دارد.

بی‌شک ویدئو راهکاری زیبا و جذاب برای بیان تغییرات برندمان به صورت کاملاً ساده و شفاف محسوب می‌شود. بر این اساس شما به طور کاملاریگان قادر به خلق ویدئویی دو یا سه دقیقه‌ای و بارگذاری آن بر روی یوتیوب خواهید بود. فرقی ندارد تغییر برند شخصی شما به دلیل انتقال‌تان به بخشی تازه است یا شروع کسب‌وکار شخصی‌تان، در هر صورت بیان جزئیات حادثه به مخاطب نقش مهمی در بازبایی اعتماد وی دارد. همچنین در اینگونه موارد شما به راحتی از ایده‌های مخاطب‌تان در قالب نظرات مختلف بهره‌مند خواهید شد.

به لطف پیشرفت تکنولوژی اکنون شما گونه‌های مختلفی از فرمت‌های ویدئویی را برای بیان کارهای تازه‌تان در اختیار خواهید داشت. از جمله انواع فرمت‌های می‌توان به انیمیشن‌های سه بعدی با کیفیت بالا، ویدئوهای موبایلی، فیلم‌های باکیفیت و حرفه‌ای در قالب نمونه‌های سینمایی و دوربین‌های ساده برای ضبط گفت‌وگوی شخصی اشاره کرد. توجه داشته باشید که در اینجا فرقی ندارد از کدام مدل استفاده می‌کنید. نکته مهم اشتیاق شما به بیان مسائل به گونه‌ای ساده و دقیق به مخاطب است. از آنجایی که برندهای شخصی حول محور یک فرد انسانی شکل می‌گیرد، گفت‌وگوی شما با مخاطب‌ها به منزله صحبت تمام برندتان با مشتریان (دیگر) دارند. مزیت این روش نیز امکان بیان آزادانه نظرات بدون هیچ‌گونه محدودیتی است. پس از دریافت نظر کاربران در مورد برنامه جدید برندتان پاسخگویی به آنها ضروری است. بر این اساس آنها را نسبت به ماهیت تغییر و نتایج آن آگاه سازید. به آنها اطمینان دهید که این تغییرات تأثیر منفی بر روی سرویس‌دهی به آنها ندارد، بلکه به طور کامل در راستای بهبود وضعیت مشتریان است. در زمینه برند شخصی فرآیند اعتمادآفرینی در مخاطب اندکی دشوارتر است. اگر برند شخصی شما از اعتبار بالایی در عرصه کسب‌وکار برخوردار باشد، برقراری ارتباط با مخاطب‌ها بسیار راحت خواهد بود. در غیر این صورت شاید نیاز به استفاده از توانایی ارتباطی برند اصلی‌تان باشد.

به یاد داشته باشید که ویدئو فرم‌های مختلفی دارد

امروزه بارگذاری محتوای ویدئویی در شبکه‌های اجتماعی بدل به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای کارآفرینان شده است. براساس آمارهای رسمی در حال حاضر اینستاگرام ۸۰۰ میلیون کاربر فعال ماهانه دارد. این درحالی است که اسنپ چت فقط ۱۷۸ میلیون کاربر فعال در ماه به خود جلب می‌کند. بر این اساس برای ایجاد تحول در برند شخصی‌مان باید زمان و هزینه مشخصی به منظور یافتن پلتفرم‌های مناسب برای فعالیت اختصاص دهیم. در این زمینه از پیش ضرورت حضور در یوتیوب و اینستاگرام را به یاد داشته باشید. در حقیقت

یوتیوب به دلیل نمایش انحصاری ویدئو و اینستاگرام به خاطر حجم بالای کاربرانش غیرقابل چشم‌پوشی هستند.

بی‌شک امروزه جلب توجه مخاطب سخت‌تر از هر زمان دیگری است. بر این اساس باید ویدئوهای‌مان را کوتاه و خلاقانه تولید کنیم. توجه به محدودیت زمانی پلتفرم‌های مختلف برای محتوای ویدئویی کمک شایانی به ما در این مرحله خواهد کرد. به منظور آگاهی از این موضوع به فهرست ذیل توجه نمایید:

- اینستاگرام: امکان بارگذاری محتوای ویدئویی تا حداکثر ۶۰ ثانیه وجود دارد.
- اسنپ چت: ویدئوها در این پلتفرم فقط و فقط ۱۰ ثانیه‌ای خواهند بود.

- فیس‌بوک: فیس‌بوک یکی از بهترین گزینه‌ها برای بارگذاری مصاحبه‌های مفصل است. بر این اساس فیس‌بوک حداکثر ویدئوهای ۴۵ دقیقه‌ای یا معادل ۱.۷۵ گیگابایت را پشتیبانی می‌کند.
- لینکدین: به عنوان شبکه اجتماعی مخصوص کسب‌وکارها، لینکدین از ویدئوهای ۱۰ دقیقه‌ای پشتیبانی خواهد کرد.

- توئیتر: ویدئوها در این شبکه اجتماعی محبوب حداکثر ۱۴۰ ثانیه هستند. با این حال برخی از ناشرهای خاص امکان بارگذاری ویدئوهای طولانی‌تر را نیز دارند.

یوتیوب: در این پلتفرم هیچ محدودیت زمانی برای ویدئوها وجود ندارد. در هر صورت از شبکه اجتماعی مخصوص فرمت ویدئو به جز این هم انتظار نمی‌رود. با این حال توجه داشته باشید که اغلب ویدئوهای محبوب در این شبکه اجتماعی زیر ۵ دقیقه هستند، بنابراین در ساخت ویدئو برای برند شخصی‌تان حداکثر صرفه‌جویی را انجام دهید.

به هنگام استفاده از شبکه‌های اجتماعی باید از مزیت‌های ویژه هر کدام نهایت استفاده را ببریم. به عنوان مثال اینستاگرام، اسنپ چت و فیس‌بوک، همگی سرویس استوری را در اختیار کاربران قرار می‌دهند. این سرویس امکان بارگذاری موقت ویدئوها (برای ۲۴ ساعت) تا حداکثر ۱۵ ثانیه را فراهم می‌کند. به نظر من سرویس استوری بهترین گزینه برای نمایش پشت صحنه برند شخصی‌تان به مخاطب است. صحنه‌هایی نظیر نحوه فعالیت روزانه و چالش‌های پیش‌رو بهترین نمونه‌ها در این زمینه هستند. به طور مشابه، پلتفرم‌های توئیتر، فیس‌بوک و یوتیوب امکان سنچاق کردن ویدئوها را برای شما فراهم خواهند کرد. با استفاده از این امکان شما ویدئوی خود را برای اغلب کاربران یا طیف مشخصی از آنها برجسته خواهید ساخت. به این ترتیب به هنگام ورود کاربران به یکی از این پلتفرم‌ها، ویدئوی شما اولین محتوای ارائه شده به آنها خواهد بود.

به هنگام ایجاد فصلی جدید در کارنامه برندمان توجه به واکنش‌های مشتریان بسیار حیاتی است. در حقیقت باید فهمید که آیا مخاطب ما از تغییرات اعمال‌شده رضایت خاطر دارد یا خیر. در صورتی که پاسخ آنها به فعالیت ما منفی است، نکته مهم اقدام برای بهبود شرایط خواهد بود. پرسش اصلی در اینجا اما منبع ما برای فهم اشتباه در فرآیند بازبایی و تغییر برخی از جلوه‌های برند شخصی‌مان است. پاسخ چنین پرسشی کاملاً روشن است: آمارها و داده‌های برندمان در شبکه‌های اجتماعی بهترین و مطمئن‌ترین منبع برای آگاهی از نظر مشتریان نسبت به تغییرات جدید خواهد بود. پس نوع نگاه‌تان به آنها را تغییر دهید.

منبع: inc

ایستگاه بازاریابی

بازاریابی کسب و کارهای کوچک

مترجم: مریم امیری خواه

به عنوان صاحب یک کسب و کار کوچک چه نوع بازاریابی را انجام می‌دهید و انجام آن را به چه کسی محول کرده‌اید؟ مطالعات متعدد نشان داده است که صاحبان کسب و کارهای کوچک از مزایایی که فرصت‌های بازاریابی دیجیتال در اختیارشان قرار می‌دهد، نهایت استفاده را نمی‌برند، احتمالاً به این دلیل که سعی می‌کنند تمام کارها را خودشان انجام دهند. اگر می‌خواهید، مطمئن شوید که بازاریابی کسب و کار کوچک‌تان را به درستی انجام می‌دهید، در ادامه با ما همراه باشید. براساس مطالعه‌ای که بر روی صاحبان کسب و کارهای کوچک انجام شده است، اکثر کسب و کارهای کوچک، حدود ۴۷ درصد، سالانه کمتر از ۱۰ هزار دلار برای بازاریابی دیجیتال هزینه می‌کنند و تعداد کارکنان بخش اعظم آنها ۱۰ نفر یا کمتر است. یک چهارم نیز مبلغی بین ۱۰۰/۰۰۰ تا ۱۰/۰۰۱ دلار را به بازاریابی دیجیتال تخصیص می‌دهند. این مبلغ صرف چه کاری می‌شود؟ نتایج یک نظرسنجی حکایت از آن دارد که رسانه‌های اجتماعی و وب سایت دو روش محبوب بازاریابی برای کسب و کارهای کوچک هستند که هر یک به ترتیب ۶۲ درصد و ۶۱ درصد بودجه در نظر گرفته‌شده برای بازاریابی را به خود اختصاص می‌دهند. روش‌های پرطرفدار بعدی بازاریابی ایمیلی (۳۹ درصد) و بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو (۲۵درصد) هستند.

فرصت‌های از دست رفته

کارآفرینان فرصت‌های بی‌شماری را که بازاریابی کسب و کارهای کوچک در اختیارشان قرار می‌دهد، از دست می‌دهند. این فرصت‌های از دست رفته به سه ناحیه زیر مربوط می‌شود:

۱-صاحبان کسب و کارهای کوچک وب‌سایت ندارند: تقریباً از هر ۱۰ کسب و کار کوچک شرکت‌کننده در یک نظرسنجی، چهار مورد از وب‌سایت به عنوان یک ابزار نظرسنجی استفاده می‌کردند. درست است که هنوز هم خریدارانی هستند که از خدمات آنلاین استفاده نمی‌کنند و علاقهای به خرید اینترنتی ندارند، اما تعداد آنها با سرعت فزاینده‌ی رو به کاهش است، به این دلیل است که بر داشتن وب‌سایت تاکید می‌کنیم.

وب‌سایت کارآمد وب‌سایتی است که صفحات آن ریسپانسیو و مناسب نمایش بر روی موبایل (موبایل فرندلی) باشد، استفاده از آن آسان باشد و طراحی جذابی داشته باشد. دلیل اهمیت وب‌سایت این است که مانند شالوده راهبرد بازاریابی دیجیتال عمل می‌کند. کارآمدی دیگر روش‌های بازاریابی دیجیتال، ایمیل، رسانه‌های اجتماعی و بازاریابی محتوا، همه تابعی از مناسب بودن وب‌سایت کسب و کار است.

۲-صاحبان کسب و کارهای کوچک از بازاریابی محتوا استفاده نمی‌کنند: درصد قابل توجهی از صاحبان کسب و کارهای کوچک مورد مطالعه (حدود ۸۰ درصد) از بازاریابی محتوا استفاده نمی‌کنند و فقط ۲۴ درصد در حال برنامه‌ریزی برای استفاده از آن هستند. نادیده گرفتن بازاریابی محتوا اشتباه بزرگی است، چون این روش یکی از سریع‌ترین و آسان‌ترین روش‌ها برای بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو (SEO) با حداقل هزینه است. به خاطر داشته باشید که بازاریابی محتوا انواع مختلف محتوا، شامل پست‌های وبلاگ، مقاله سفید، کتاب الکترونیک، فیلم و … را شامل می‌شود.

در واقع فقط تنها کانال بازاریابی دیجیتال که صاحبان کسب و کارهای کوچک کمتر از بازاریابی محتوا از آن استفاده می‌کنند، بازاریابی واقعیت مجازی واقعیت افزوده است. اجرا کردن بازاریابی محتوا بسیار آسان‌تر است. هر نوع محتوایی را که فکر می‌کنید برای مخاطبین هدف‌تان جذاب‌تر است، از مقاله سفید گرفته برای یک شرکت B2B تا پست‌های وبلاگ یا فیلم برای یک شرکت B2C، تولید کنید و آن را در وب‌سایت خود یا از طریق رسانه‌های اجتماعی منتشر کنید. با استفاده از بازاریابی محتوا توجه دیگران را به کسب و کارتان جلب کنید و مشتریان احتمالی را جذب وب‌سایت‌تان کنید.

۲-صاحبان کسب و کارهای کوچک از بازاریابی ایمیلی استفاده نمی‌کنند: شش مورد از هر ۱۰ کسب و کار کوچک از بازاریابی ایمیلی استفاده نمی‌کنند. بهره‌گیری از بازاریابی ایمیلی نیز بسیار ساده است و برای کسب و کارهای B2B و B2C، هر دو مفید است، با این توصیف چشم‌پوشی کردن از آن اشتباه بزرگی است. خدمات بازاریابی ایمیلی متعددی وجود دارند که ایجاد ایمیل‌های حرفه‌ای با استفاده از قالب‌های جذاب و ارسال آنها به مشتریان هدف را آسان کرده‌اند. نکته مهم این است که همواره قبل از ارسال ایمیل به مشتریان از آنها اجازه کتبی بگیرید. فهرست مخاطبین ایمیل را بخش‌بندی کنید و برای هر گروه از مشتریان ایمیلی را ارسال کنید که بیشترین تناسب را با آنها دارد.

بازاریابی کسب و کار کوچک خود را به چه کسی می‌سپارید؟

آیا تمام امور مربوط به بازاریابی کسب و کار کوچک‌تان را خودتان به عهده می‌گیرید؟ اگر این طور است، باید بدانید که فقط شما نیستید که این روش را اتخاذ کرده‌اید. اگرچه قبول مسئولیت تمام و کمال بازاریابی روال مرسوم‌ی بین صاحبان کسب و کارهای کوچک است، اما این حرکت عاقلانه‌ترین روش ممکن نیست. اکثر کسب و کارهای کوچک بررسی شده در یک نظرسنجی تمام امور مربوط به بازاریابی را خودشان انجام می‌دادند. با این حال ۳۰ درصد از به اصطلاح گروه‌های بازاریابی داخلی این کسب و کارها فقط از یک نفر و ۲۸ درصد از دو نفر تشکیل می‌شد. با توجه به در نظر گرفتن عملکرد معمول کسب و کارهای کوچک بعید به نظر می‌رسد که فرد مسئول بازاریابی فقط این وظیفه را به عهده داشته باشد. در پژوهش دیگری که بر روی ۲۷۰۰ نمایندگی فروش، فروشندگانی توزیع‌کننده برندهای ملی و بین‌المللی انجام شد، مشخص شد که تقریباً دوسوم (۶۴ درصد) صاحبان کسب و کارهای کوچک تمام کارهای بازاریابی را خودشان انجام می‌دهند. فقط ۷درصد از این شرکت‌ها، کارکنان داخلی مخصوص بازاریابی داشتند و فقط ۳درصد، بازاریابی را به افراد کارشناس برون‌سپاری کرده بودند. ۲۶درصد باقیمانده به هر روش ممکن‌ی که به نظرشان مناسب می‌آمد، کار بازاریابی را انجام می‌دادند و مسئولیت‌های مربوطه را به چندین نفر در شرکت واگذار کرده بودند، بدون آن که هیچ کس رهبری این گروه را به عهده گرفته باشد. کسب و کارهای کوچکی که سعی می‌کنند خودشان بازاریابی را به تنهایی انجام دهند، فشار بیش از حدی را به خودشان تحمیل می‌کنند. اگر بازاریابی را خودتان به عهده گرفته‌اید، چون از نظر مالی امکان استخدام کردن نیروی متخصص را ندارید یا این که فکر می‌کنید هیچ کس به خوبی خودتان نمی‌تواند این کار را انجام دهد، باید بدانید که در واقع دارید به خودتان آسیب می‌زنید. حتی اگر چند نفر از کارکنان خود را مسئول بازاریابی کرده‌اید، برون‌سپاری بخشی از بازاریابی حرکت هوشمندانه‌ای خواهد بود. به این ترتیب می‌توانید با پرداخت مبلغی بسیار کمتر از هزینه لازم برای استخدام یک کارمند جدید، از مهارت‌ها و تجربیاتی برخوردار شوید که احتمالاً کارکنان داخلی‌تان فاقد آن هستند. برون‌سپاری روش‌های مختلفی، از فریلنسر فردی تا شرکت‌های ارتباطی بازاریابی محلی، را در اختیارتان قرار می‌دهد. به علاوه بسیاری از شرکت‌های طراحی وب و هاستینگ در حال حاضر خدمات بازاریابی دیجیتال را نیز در قالب پکیج‌های خود ارائه می‌دهند.

بسا توجه به روش‌های مختلفی که برای کمک کردن به بازاریابی کسب و کارهای کوچک وجود دارد، واقعاً دلیلی ندارد که تمام مسئولیت را خودتان به عهده بگیرید.



شما هیجان‌زده هستند. این دقیقاً همان فرصتی است که باید از آن برای متقاعد کردن مشتریان در استفاده از مشوق‌ها جهت بازدید از مغازه و یا خرید استفاده شود. در این بین اما، بیشتر صاحبان تجارت ایمیل‌های مشتریان را جمع‌آوری می‌کنند و برای چند هفته از آنها هیچ استفاده‌ای نمی‌کنند.

برای استفاده از هیجان مشتریان، باید از سرویس‌های ارائه‌شده برای ارسال خودکار مجموعه‌ای از ایمیل‌ها برای مشتریان جدید استفاده کرد. به این مجموعه عموماً سلسله پاسخگویی اتوماتیک می‌گویند. تعداد این ایمیل‌ها اغلب بین ۳ تا ۷ است که در طول چند روز یا چند هفته ارسال می‌شوند.

هدف اصلی سلسله پاسخگویی اتوماتیک، هدایت مشتری‌ن جدید به سمت بازدید دوباره از وب‌سایت و دنبال کردن صفحه شما در شبکه‌های اجتماعی و به‌طور کلی ایجاد اعتماد است. به‌وجودآوردن یک مجموعه اتوماتیک ایمیل برای مشتری‌ن جدید روابط شما را با آنها بهبود خواهد بخشید. همچنین می‌توان به وسیله ایمیل‌های خوشامدگویی مشتریان را برای اولین خرید مقدماتی راهنمایی کرد. اینگونه پیشنهادات عموماً بسیار ارزان‌قیمت هستند و یا فقط هزینه ارسال در آن در نظر گرفته شده است. در واقع ارزش اصلی این کار ایجاد رابطه است. ۶۰درصد از مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند محصولات جدید را از برندی تهیه کنند که می‌شناسند و قبلاً از آن خرید کرده‌اند. با انجام چنین خریدهای مقدماتی، احتمال خریدهای بزرگ‌تر مشتریان در آینده افزایش خواهد یافت.

۵. به صورت مستمر ایمیل ارسال کنید، اما نه پی‌درپی

ساخت لیست ایمیل تنها به مفهوم گرفتن ایمیل مشتریان نیست؛ بلکه به این معناست که آنها در لیست بمانند و احتمال حذف اشتراک محتمل نباشد. سلسله پاسخگوی اتوماتیک می‌تواند اولین فرصت برای ایجاد توقعات مثبت حول بازاریابی ایمیلی باشد. اگر به دنبال کاهش از دست دادن مشتری‌ن لیست ایمیلی هستید، ایمیل‌های خودکار طراحی‌شده باید حاوی پیشنهادهاتی ارزشمند برای مشتریان باشند تا آنها را در انتظار ایمیل‌های بعدی از طرف شرکت نگاه دارند.

تکرار بازاریابی ایمیلی یکی از نکات کلیدی در روند ساخت لیست ایمیل است. طبق یک نظرسنجی در سال ۲۰۱۶، ۷۸درصد از مشتریانی که اشتراک خود را از لیست ایمیل تجاری حذف کرده بودند، تکرر زیاد اینگونه ایمیل‌ها را دلیل اصلی تصمیم‌شان اعلام کردند. از طرفی دیگر اگر مشتریان ماه‌ها ایمیلی از طرف شما دریافت نکنند، شما را فراموش و احتمالاً اشتراک‌شان را حذف خواهند کرد. برای حفظ لیست ایمیل‌ها، باید برای مشتری‌ن به صورت مستمر ایمیل ارسال شود، اما نه چندان مکرر که آنها را به عنوان اسپم (Spam) نشانه‌گذاری کنند. میزان تکرار ایمیل‌ها به تجارت و مشتریان شما بستگی دارد و ممکن است نیازمند برگراری کمپین آزمایشی برای پیدا کردن تعداد بهینه باشد. بعضی اوقات ایمیل‌های هفتگی، ماهانه و یا تنها در زمان حراج بازخورد بهتری را خواهند داشت. طبیعتاً برگراری یک کمپین آزمایشی نیازمند کار مضاعف است، اما ارزشمند خواهد بود. ارسال ایمیل یکی از بهترین روش‌های بازاریابی است و ۱۲۲درصد بازگشت سرمایه‌گذاری دارد. صرف زمان برای تهیه و حفظ لیست ایمیلی به واسطه فرصت ارتباط مستقیم با مشتری بدون شخص ثالث، سودمند خواهد بود.

منبع: businessnewsdaily

تعداد افراد ثبت‌نام‌کننده بیشتر خواهد شد. در سال ۲۰۱۷، روزانه ۲۶۹ میلیون ایمیل ارسال شده است و رقم تخمینی برای این امر در سال ۲۰۲۱، ۳۱۹ میلیون ایمیل در روز است. صندوق ایمیل مشتریان شما همیشه پر خواهد بود و زمان کافی برای خواندن تمامی آنها را نخواهند داشت. اگر مشتریان در شرایط عادی ایمیل‌های بازاریابی و تبلیغاتی زیادی را دریافت می‌کنند، طبیعتاً مشتاق به ثبت‌نام برای ایمیل‌های بیشتر نیستند. بنابراین اگر می‌خواهید مشتریان از شما استقبال کنند، نیاز به پیشنهادی دارید که برای آنها جذاب باشد. بهترین نوع مشوق در این زمینه به سبک فعالیت تجاری شما وابسته است. برخی از گزینه‌ها می‌توانند شامل موارد زیر باشند:

- کوپن نوشیدنی و یا دسر مجانی در رستوران شما
- کد تخفیف برای خرید بعدی
- ارسال مجانی برای خرید اینترنتی
- کد تبلیغاتی برای یک محصول مجانی به همراه خرید
- یک کتاب الکترونیکی، کتاب کار، اپلیکیشن و یا منابع دیگر
- یک کلاس آموزشی و یا تمرینی آنلاین
- و یا یک خبرنامه اختصاصی

برای به‌دست‌آوردن ایمیل‌های مشتریان، نیازی به گران‌قیمت و یا پرهزینه‌بودن این مشوق‌ها وجود ندارد، اما لازم است برای مشتریان ارزشمند باشند.

۳. استفاده از صفحه مقصد برای جمع‌آوری لیست ایمیل

احتمال ثبت‌نام مشتریان در لیست ایمیلی، هنگامی که حواس‌شان به مطالبی دیگری پرت نشده باشد، بیشتر است. به همین دلیل استفاده از صفحه مقصد می‌تواند به جمع‌آوری هرچه بیشتر ایمیل‌ها کمک کند. صفحه مقصد به صفحه‌ای از وب‌سایت گفته می‌شود که تنها یک هدف را دنبال می‌کند. برای ساختن لیست ایمیل‌ها، صفحه مقصد باید مشتریان را برای ثبت‌نام متقاعد کند.

شما می‌توانید از صفحه مقصد برای افسردای که از طریق منابع خارجی، مانند منشن‌ها و یا از لینک‌های دیگر به وب‌سایت شما آمده‌اند استفاده کنید. همچنین می‌توانید از صفحه‌های مقصد در کمپین‌های تبلیغاتی و کلیک‌های شبکه‌های اجتماعی بهره ببرید.

هنگامی که مشتریان برای شناخت بیشتر تجارت شما بر روی یک لینک کلیک کنند، مستقیماً به صفحه‌ای منتقل می‌شوند که از آنها به وسیله مشوق‌ها درخواست خواهد شد تا در لیست ایمیلی ثبت‌نام کنند. اگر از صفحات مقصد مختلف لینک ایجاد کنید، تمایل برای بازدید صفحه شما بیشتر خواهد شد. برای مثال، می‌توان مشتریانی را که به واسطه کلیک بر روی یک تبلیغ به وب‌سایت آمده‌اند را به صفحه‌ای متفاوت نسبت به افرادی هدایت کرد که از طریق شبکه‌های اجتماعی به وب‌سایت شما هدایت شده‌اند.

استفاده از صفحه مقصد مشخص برای گروه‌های متفاوت می‌تواند لیست ایمیلی را براساس سلاقی، مشخصات و علایق مشتریان طبقه‌بندی کند. با در نظر گرفتن نیازها و سلاقی مشتریان و کمپین‌های ایمیلی طبقه‌بندی‌شده، نرخ کلیک ۱۰۰درصد بالاتر می‌رود.

۴. پاسخگوی اتوماتیک راه‌اندازی کنید

ثبت‌نام مشتریان در لیست ایمیل شما نشان‌دهنده آن است که تجارت‌تان توجه آنها را جلب کرده است. ارائه آدرس ایمیل توسط مشتریان به این دلیل است که برای برخی از محصولات و یا خدمات

مترجم: اشکان کوشش

استفاده از ایمیل یکی از اجزای هر استراتژی بازاریابی است. ایمیل توانایی برقراری ارتباط مستقیم با مشتریان را بدون استفاده از الگوریتم‌های درحال تغییر شبکه‌های اجتماعی و بدون هزینه اضافی برای تبلیغات، مهیا می‌سازد. اگر از بازاریابی قانونی با ایمیل استفاده می‌کنید، تمامی مطالب ارسالی باید با اجازه قبلی باشند. ارسال ایمیل‌هایی که مخاطبان ناخواسته آنها را دریافت می‌کنند و نشانه‌گذاری ایمیل‌ها به عنوان اسپم، نتیجه‌ای جز مسدود شدن ایمیل از طرف شرکت ارائه‌کننده در پی نخواهد داشت.

اما برای فرستادن ایمیل با اجازه قبلی، مشتریان باید لیست شما را امضا کنند. حال چگونه می‌خواهید آنها را برای حضور در لیست متقاعد کنید؟ در این مقاله به ۵ استراتژی لازم برای ساخت لیست ایمیل اشاره خواهیم کرد؛ از جمله نوع درخواست‌ها، زمان و مکان درخواست و کارهایی که بعد از اضافه شدن مشتریان به لیست باید صورت پذیرند.

۱. در قسمت‌های مختلف درخواست بدهید

فرم ثبت‌نام ایمیلی باید به راحتی برای افراد قابل‌رویت باشد. قرار دادن این فرم در پاورقی وب‌سایت شما هیچ توجهی را جلب نخواهد کرد. اکثر بازدیدکنندگان وب‌سایت‌ها تا انتهای صفحه را برانداز نمی‌کنند.

اما تنها قرار دادن فرم مربوطه در بالای صفحه وب‌سایت نیز کافی نخواهد بود. مشتریان در طول بازدید از وب‌سایت به قسمت‌های مختلفی سر خواهند زد، بنابراین برای به دست‌آوردن ایمیل‌های بیشتر، باید لینک فرم را در تمامی این قسمت‌ها قرار دهید، اما قرار دادن بیش‌ازحد لینک نیز تأثیر مطلوبی نخواهد گذاشت. عموماً بین ۲ تا ۴ مکان برای قرار دادن لینک ثبت‌نام ایمیل مناسب است. این مکان‌ها می‌توانند شامل موارد زیر باشند:

- صفحه اصلی وب‌سایت
- ستون کناری یک بلاگ
- قسمت درباره ما
- پایین صفحه‌های پر بازدید
- قسمت ارتباط با بازدیدکنندگان
- سربرگ وب‌سایت
- به عنوان یک پاپ-آپ

همچنین لینک قسمت‌هایی که فرم ثبت‌نام ایمیلی در آنها وجود دارد را می‌توان در پست‌های وبلاگ و یا شبکه‌های اجتماعی قرار داد. در این مکان‌ها، شما می‌توانید درخواست‌های متعددی را برای ثبت‌نام ایمیل ارسال کنید، زیرا هر کدام از بازدیدکنندگان فقط برخی از پست‌ها را خواهند دید.

همواره برای به‌دست‌آوردن ایمیل‌های مشتریان، از یک استراتژی دوم‌رحله‌ای استفاده کنید. استراتژی ثبت‌نام دوم‌رحله‌ای به این مفهوم است که یک ایمیل تأیید برای مشتری‌ک‌های جدید ارسال خواهد شد تا از خواسته آنها برای اضافه‌شدن به لیست اطمینان حاصل شود. این قسمت به مشتریان نشان خواهد داد که شما به دنبال اجازه برای بازاریابی ایمیلی هستید و همچنین از اضافه‌شدن پات‌ها به لیست جلوگیری خواهد کرد.

۲. برای مشتری‌ن ایمیلی انگیزه تشویقی ایجاد کنید

اگر دلیلی برای ثبت‌نام مشتریان در لیست ایمیل وجود داشته باشد،

اعلام تغییرات بزرگ بدون ایجاد مشکلات جدید

مترجم: مهدی کاظمیون

این گفته قدیمی که «هیچ کس از تغییر خوشش نمی‌آید» بی‌دلیل سر زبان‌ها نیفتاده است، اما راه‌هایی نیز برای جلوگیری از عواقب منفی و اجتناب‌ناپذیر حاصل از اعلام یک تغییر گسترده وجود دارد. چند هفته پیش اعلام کردم که قرار است تیم ۱۵ نفره من را به دو تیم تقسیم کنیم و میزهای همه باید جابه‌جا شود. پیش‌بینی می‌کردم که این تغییر تمرکزمان روی کار را بر هم می‌زند و احتمالاً برای برخی کارکنان آزاردهنده است، بنابراین اقدامات ذیل را جهت جلوگیری از ایجاد مشکلات بزرگ‌تر انجام دادم.

۱- ابتدا با کارمندی که بهترین عملکرد را دارند هماهنگ کنید
در میان گذاشتن موضوع تغییر با برخی کارمندان، پیش از ایجاد یک تغییر بزرگ می‌تواند از بسیاری مشکلات در طول مسیر جلوگیری کند. روز قبل از جلسه گروهی، دو تن از کارکنان ارشد را کنار کشیدم، برنامه را با آن‌ها در میان گذاشتم و به آن‌ها گفتم که قرار است آن را روز بعد اعلام کنم. به آن‌ها گفتم چرا فکر می‌کنم این کار لازم است و این که به کمک‌شان جهت قانع کردن دیگر اعضای گروه نیاز دارم.

آن‌ها سؤال‌ها و نگرانی‌هایی داشتند و من همه تلاشم را کردم که به آن‌ها القا کنم نظرشان مهم است. بیش از هر چیز، می‌خواستم متوجه شوند تا چه حد این تغییر می‌تواند به گروه برای انجام بهتر وظایف‌شان کمک کند و این تغییر به کمک آن‌ها و نه بر روی آن‌ها انجام می‌شود. در آخر بحث اضافه کردم که همواره در حین پیاده کردن تغییرات از بازخوردهایی که به من می‌دهند استقبال خواهم کرد.

بسیار مهم است چند نفر را داشته باشید که در جریان تغییرات باشند تا بتوانند به دیگر اعضای تیم کمک کنند خود را با تغییرات وفق دهند. اگر کارکنان ارشد شما غافلگیر نشوند، به ایجاد اعتماد میان آن‌ها نیز کمک خواهید کرد.

۲- خیلی سریع به «چرا» پاسخ دهید

من اعلان را با توضیح جزئیات تغییر شروع نکردم، بلکه در عوض به آن‌ها یادآوری کردم که ما مشکلی داشته‌ایم که مدتی است برای حل آن تلاش می‌کنیم و باید به هدفی برسیم که به‌عنوان یک تیم آن را شکل داده‌ایم. تغییرات دیگری را که تا آن‌روز پیاده کرده بودیم مرور کردم و توضیح دادم که چطور این تغییرات پیشتر به ما کمک کرده‌اند.



سپس بحث را عوض کردم تا به آن‌ها بگویم که امید حصول چه نتایجی را با این تغییر دارم و این که می‌توانیم حین ایجاد این تغییر در کنار یکدیگر، آماده پذیرش ایده‌های جدید نیز باشیم. در مورد این که چگونه در حال تحول فرهنگ‌مان هستیم تا بیشتر بر نوآوری متمرکز باشیم و این که همه ما مجبوریم با این تحول وفق پیدا کنیم صحبت کردم.

حین تشریح تغییراتی که قصد انجام‌شان را دارید، اطمینان حاصل کنید که زیردستان شما درک می‌کنند چرا این تغییرات رخ می‌دهند و این را در نظر داشته باشید که به‌قول سیمون سینک، «افراد نه با کاری که انجام می‌دهید، بلکه با دلیلی که آن را انجام می‌دهد قانع می‌شوند».

۳- ذکر کنید که می‌فهمید تغییر سخت است

وقتی نقشه را برای کل تیم بازگو کردم، این را هم گفتم که کاملاً درک می‌کنم چرا این کار برای تیم آزاردهنده و خسته‌کننده است. به آن‌ها گفتم که چندسال پیش، من هم جای آن‌ها بوده‌ام؛ زمانی که تیم مدیریت ایده هوشمندانه‌ای به ذهنش رسید و همه را مجبور به انجام کاری کرد که تمایلی به انجامش نداشتند، واقعاً برایش ناراحت‌کننده بود. به آن‌ها یادآوری کردم که اگر می‌خواهند در مورد تغییرات صحبت کنند، درهای اتاق من همیشه به روی آن‌ها باز است.

گفتم این که درک می‌کنید تغییر سخت است، از مواردی چون ایجاد حالت دفاعی در افراد یا انتخاب میان همراهی یا جدایی از تیم جلوگیری می‌کند. این کار به نشان دادن این واقعیت که آن‌ها و عواقب منفی تغییر را در نظر داشته‌اید، کمک می‌کند.

۴- اوضاع را تحت‌نظر داشته باشید

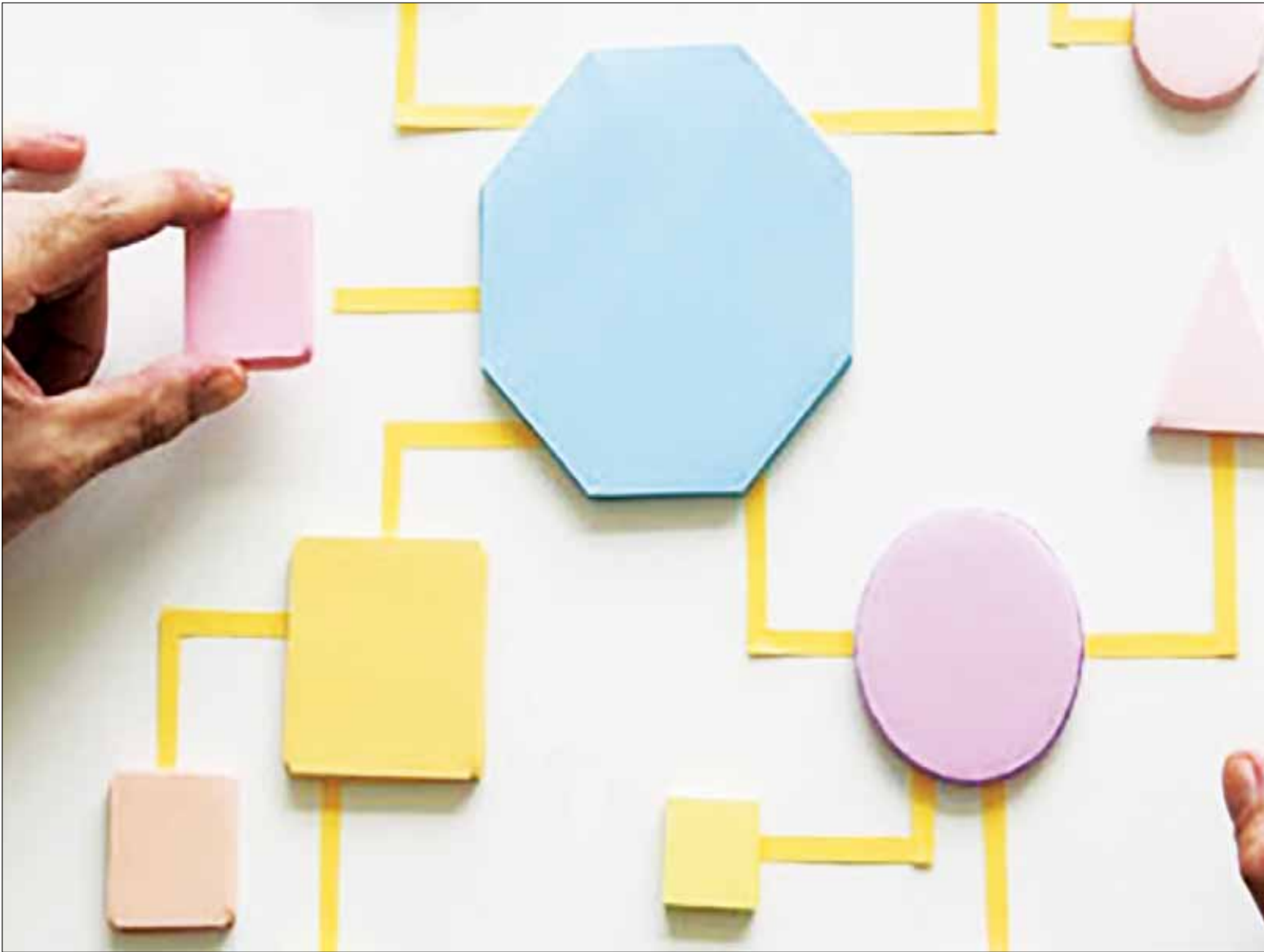
چند روز بعد از تغییر بزرگ، در Slack و در جلسه حضوری یک‌به‌یک هفتگی‌ام، با گزارش‌های مستقیم اوضاع را بررسی کردم تا ببینم کارمندان چگونه با تغییر کنار آمده‌اند. نکته جالب این بود که فهمیدم بسیاری از آن‌ها به کلی قضیه را فراموش کرده بودند، اما تعداد کمی نیز از جلسه بهره بردند تا آنچه در دل‌شان بود را بیرون بریزند.

همچنین زمانی که از نتایج مثبت آن تعریف می‌کردند، به تغییر ایجادشده اشاره می‌کردم که تمرکز مداوم من و تیم مدیریت‌مان را می‌طلبت. نمی‌خواستم گروه فراموش کند که در وهله اول چرا تمامی این کارها صورت گرفته است. با انجام این کار، از این که کارمندان‌تان فکر کنند اهمیت تغییراتی‌مانند این صرفاً به‌روزی که اعلام می‌شوند ختم می‌شود، جلوگیری کنید.

تغییر اجتناب‌ناپذیر هستند و یکی از خسته‌کننده‌ترین ویژگی‌های فرهنگ استارت‌آپی این است که تغییرات سریع و به دفعات اتفاق می‌افتند. اما با کمی آماده‌سازی هوشمندانه، تیم شما از مشکلات رایج حاصل از اعلام تغییرات ناگهانی که سبب ناراحتی و بی‌انگیزه شدن می‌شود، در امان می‌ماند.

منبع: entrepreneur

۵ نشانه فرا رسیدن زمان تحول در یک فرآیند



تیم خود را جمع‌آوری و ایده‌پردازی کنید. بله، شما به‌دنبال حل مشکلاتی هستید که هنوز وجود خارجی ندارند، اما نمی‌خواهید پس از وقوع به‌دنبال راه‌حل باشید.

زمانی که افراد از برخی پروژه‌ها اجتناب می‌کنند

آیا پروژه‌های وجود دارد که شما و همکاران‌تان از آن بترسید؟ آن مرحله از پروژه که هیچ‌گاه مطابق میل پیش نمی‌رود و حتی با تلاش‌های بسیار و سختی‌ها برای عبور از آن، نتیجه نهایی با توقعات متفاوت است.

به جواب این سؤال فکر کنید! مدارک را با اتفاقاتی که در حال رخ دادن هستند مقایسه کنید. آیا مرحله‌ای را فراموش کرده‌اید؟ آیا بخشی از کار نیاز به تعریف بهتری دارد؟ آیا ممکن است چندباره با منابع مشابهی مواجه شوید؟

شاخص خالص مروجان

در IMPACT، برای ارتباط بهتر با مشتریان از شاخص خالص مروجان (Net Promoter Score) استفاده می‌شود. برخی اوقات در ملاقات‌های هفتگی از مشتریان خود سؤال می‌کنیم «از ۱ تا ۱۰ نمره ما چه خواهد بود؟» و عموماً مشتریان ما اعداد مختلفی را اعلام می‌کنند؛ برای مثال اعداد ۸ تا ۱۰. پیدا کردن دلایل انتخاب این نمره از طرف مشتری و این که چرا این نمره بیشتر و یا کمتر نبوده است، وظیفه ما خواهد بود.

استفاده از این روش فرصتی ایده‌آل برای شناسایی دقیق نقاطضعف و قوت به‌دست می‌دهد. بنابراین اگر مشکلی وجود دارد، سؤال بپرسید! برخی اوقات جواب تمام کاستی‌های فرآیندهای‌مان تنها با یک سؤال ساده مشخص می‌شوند.

سوالات روشنگر خارجی (نکات کاربردی)

اگر بخواهیم صادق باشیم، ارتباط با مشتریان بیش از این که یک دانش باشد، یک هنر است. برخی اوقات آنچه یک فرد می‌گوید با چیزی که منظور اوست، تفاوت دارد. حال با علم بر این که همواره جواب سوالات ساده نیستند، به سؤال‌هایی که برای یافتن بینش‌های ارزشمند و به‌منظور بهبود فرآیندهای کنونی به شما کمک خواهند کرد، اشاره می‌کنیم.

۱. چگونه می‌توانیم در انجام به‌موقع وظایف به شما کمک کنیم؟
۲. آیا اضافه کردن افراد خاص تیم برای کمک به شما مشکل‌ساز نیست؟
۳. میزان سنجش موفقیت این بخش از پروژه چیست؟

مرحله بعدی چیست؟

اگر همه‌چیز را برای خود نگاه دارید، هیچ‌چیز تغییر خواهد کرد. اگر الگوی مشخص رفتاری را از همکاران یا مشتری‌های خود مشاهده می‌کنید، آن را بیان کنید.

بینش شما می‌تواند نقاط دیگری را به فرآیندها اضافه کند و یا در برخی حالات کل فرآیند را از بین ببرد و از نو بسازد. حتی ممکن است به تغییرات تشکیلاتی نیز بینجامد.

اصلاً مهم نیست که وظیفه شما چیست، بر کدام قسمت پروژه فعالیت می‌کنید و به چه کسی پاسخگو هستید؛ تنها کافی است آن را بیان کنید.

نگرانی‌های‌تان را توجیه کنید

اگر متوجه شدید که بخشی از فرآیند نیاز به تغییر دارد، از بیان کردن آن واهمه نداشته باشید. از این مقاله به‌عنوان دستورالعمل کاربردی جهت پیدا کردن کاستی‌های فرآیند و اعمال تغییرات عملی در آن‌ها استفاده کنید.

منبع: impactbnd

مترجم: اشکان کوشش

فرآیندها؛ همگی از آن‌ها نفرت داریم، اما وجودشان کاملاً الزامی است. حقیقتاً، بیشتر افراد تنها با کسب تجربه به این امر پی خواهند برد. قصد ما در این جا صحبت درباره دلایل اهمیت فرآیندها نیست. در این مقاله، به شناخت زمان مناسب برای تحول فرآیندهای کنونی خواهیم پرداخت.

در مورد ساخت فرآیندهای پایدار وب‌سایت که به مشتری‌ها و افراد داخلی تیم من کمک می‌کنند، شناس «فرصتی برای رشد» (یعنی شکست کامل) را برای خود ایجاد کرده‌ام.

در سال ۲۰۱۴ و قبل از اقدام بازاریابی کوئینتین (Quintain) با ایمپکت (IMPACT)، کوئینتین رشد بسیار سریعی را تجربه کرد.

ناگهان، افراد زیادی به گروه من اضافه شدند. مشتری‌های جدید و بزرگ‌تر به سراغ ما می‌آمدند و دفتر جدیدی برای محیط کار انتخاب شد. سهام به‌صورت ناگهانی افزایش پیدا کرد، اما فرآیندهای لازم برای این مرزهای جدید در نظر گرفته نشده بودند.

پس از تلاش‌های بسیار جهت به‌کارگیری فرآیندهای مورداطمینان خود، نهایتاً تمامی آن‌ها با شکست مواجه شدند. تجربه بسیار بدی بود. مراحل بعدی گریه‌های بسیار، عصبانیت و تفکر و تأمل بودند.

وظیفه من این بود که در مورد روندهای مشکل‌دار صادق باشم و تحولی اساسی در فرآیندهای موجود ایجاد کنم. درنهایت فرآیند به‌دست‌آمده مایه ناامیدی نشد و هنوز به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین دستاوردهای من به‌شمار می‌رود. درواقع، برای به اشتراک گذاشتن این فرآیند با هم‌تیمی‌هایم در IMPACT هیجان‌زده بودم.

ادغام‌ها و در آمیختن

یکی از زیبایی‌های ادغام، در آمیختن بهترین نظریه‌ها با یکدیگر است. این کار امری هیجان‌انگیز است، اما شاید نیازمند میزانی از تغییرات باشد.

اما ادغام ما، همکاری جهت بهبود وب‌سایت IMPACT بود، اما همانند تمامی تشکیلات، هنگام ادغام با IMPACT، متوجه برخی علل شدیم و پی بردیم که زمان تغییرات فرآیند فعلی فرا رسیده است. در این مقاله، به علامت‌هایی خواهیم پرداخت که به شما نشان می‌دهند زمان تغییر در فرآیندهای کنونی فرا رسیده است. همچنین در طول مقاله، به نکاتی کاربردی در این زمینه اشاره خواهد شد.

دلایل داخلی

هنگامی که شرکت شما رشد می‌کند

هنگامی که شرکت از یک تشکیلات کوچک به مجموعه‌ای بزرگ تبدیل می‌شود، طبیعتاً نقاطضعف فرآیندها نمایان خواهند شد. دقیقاً مشابه آنچه برای من در Quintain اتفاق افتاد.

تا زمانی که فرآیندی نوشته نشده است، نمی‌توان آن را فرآیند نامید. بنابراین هرچه سریع‌تر برای نوشتن آن‌ها دست به کار شوید. هنگامی که شرکت شما رشد می‌کند، احتمالاً تنها شخصی نیستید که از فرآیند موجود بهره می‌برید. اگر فرآیند شما توسط شخصی دیگر و یا جدید قابل‌فهم نباشد، زمان مناسبی برای تغییر آن است.

زمانی را صرف فکر کردن درباره مخاطبان فرآیندهای خود کنید. آیا آن‌ها را برای یک گروه خاص از مشتریان در نظر گرفته‌اید؟ هنگام مواجهه با یک مشتری که دو یا سه‌برابر بزرگ‌تر از مشتریان معمولی شماست، چه خواهید کرد؟ آیا این فرآیند توان تبدیل مقیاس برای رسیدگی به امور مشتریان جدید را دارد؟

برگزاری کارگاه آموزشی پروژه های احیا و بازسازی عرصه های منابع طبیعی آسیب دیده ناشی از فعالیت های معدنی و باغبینداری استان گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- در کارگاه آموزشی پروژه های احیا و بازسازی عرصه های منابع طبیعی آسیب دیده ناشی از فعالیت های معدنی و سامانه پسابخوبی به استعلامات معدن در محل سالن اجتماعات یگان حفاظت این اداره کل برگزار شد. این کارگاه، مهندس افراسیابی مدیر کل دفتر حفاظت و حمایت سازمان جنگلها، مراتع و آبخیزداری کشور، مهندس آهنگران کارشناس دفتر حفاظت و حمایت شمال کشور، مهندس قزل سفلو مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان، مهندس قولانو مدیر کل صنعت معدن و تجارت استان گلستان و تمامی روسای ادارات حفاظت و حمایت در سطح کشور حضور داشتند. در ابتدا مهندس افراسیابی مدیر کل دفتر حفاظت و حمایت سازمان جنگلها ضمن نگرانی از وضعیت جنگلها اذعان داشتند: "باید مردم را در مباحث حفاظت منابع طبیعی مشارکت دهیم، عدم رعایت ظرفیت مرتع و بهره برداری های بیش از حد از منابع طبیعی مشکلات بزرگی را در بلندمدت ایجاد کرده است." ایشان در خصوص استعلام اجرای طرح های معدنی بیان کردند: "از سال ۱۳۸۶ تاکنون بیش از ۶۶ میلیون هکتار برای طرح های معدنی از سوی وزارت صنعت، معدن برای اجرای طرح استعلام شد که تنها با دو و نیم میلیون هکتار آن موافقت شده است."

نزدیک به یک سوم معادن قیر طبیعی استان کرمانشاه غیرفعال است

کرمانشاه - منبر دشتی - رئیس خانه معدن استان کرمانشاه گفت: نزدیک به یک سوم معادن قیر طبیعی استان کرمانشاه غیرفعال است. محمدعارف ابراهیمی، ۳۳ معدن قیر طبیعی دارای پروانه بهره برداری در استان کرمانشاه وجود دارد اظهار داشت: از این تعداد ۱۰ معدن فعال است که تعدادی نیز به نام تاریخی کار خود را آغاز کرده اند. وی با اشاره به اینکه افزایش ناگهانی و به شدت قیمت قیر پالایشگاهی تمام فعالیتها در این زمینه را تحت تأثیر قرار داده است عنوان کرد: با این افزایش قیمت واحدهای عرضه کننده ایزوگام از تهیه این ماده ناتوان هستند و عدهای غیرفعال شده اند زیرا به سرمایه در گردش بسیار دارند. ابراهیمی افزود: چنانچه در گذشت برای تهیه ایزوگام ۱۰ تا ۱۵ درصد از قیر معدنی استفاده می شد اکنون می توان با افزایش این میزان به حداقل ۳۰ درصد مقداری شرایط را بهبود بخشید. وی با بیان اینکه متأسفانه تعادلی بین قیمت قیر پالایشگاهی و معدنی وجود ندارد گفت: قیمت قیر معدنی در گذشته یک سوم قیمت قیر پالایشگاهی بود و اکنون این اختلاف قیمت به یک دهم رسیده و این در حالی است که هزینه های جانبی قیر طبیعی افزایش یافته و به طور نمونه هزینه حمل به شدت بالا رفته است. رئیس خانه معدن استان کرمانشاه با اشاره به اینکه بازار صادراتی مناسبی برای عرضه قیر معدنی ایجاد نشده است عنوان کرد: فرآوری برای این ماده معدنی در کشور وجود ندارد و از آن به صورت پهنه استفاده نشده است.

مدیر عامل شرکت آب منطقه ای هرمزگان :

عملیات خط انتقال آب از چشمه سبز پوشان به اراضی کشاورزی پایین دست اجرایی می شود

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز - مدیر عامل شرکت آب منطقه ای هرمزگان عنوان کرد: اجرای عملیات خط انتقال آب از چشمه سبز پوشان به اراضی پایین دست یکی از برنامه های مهم در کاهش هدر رفت و پرتی آب است. به گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای هرمزگان، هوشنگ ملایی در دیدار با دهیاری ها و شورای روستایی چهار روستای گنچ، طارم شمالی و جنوبی و هاشم آباد شهرستان حاجی آباد عنوان کرد: در اجرای این طرح کشاورزان با اطمینان خاطر و بدون از نگرانی هایی مانند هدر رفت و یا تبخیر آب اراضی کشاورزی خود را آبیاری می کنند و وی در ادامه تشریح کرد: متأسفانه به دلیل برداشت های غیر مجاز متعده در طول مسیر کانال آب مورد نیاز پایین دست کانال (روستای طارم، گنچ و هاشم بران اصلی این کانال هستند) تامین نشده و باعث بروز مشکلات زیادی شده است. این مقام مسئول افزود: این طرح با درخواست کشاورزان حقایبه از آب از چشمه به اراضی پایین دست، در راستای رفع مشکلات حال حاضر در منطقه اجرایی شد.



در چهارمین سال استقرار نظام مدیریت عملکرد در معاونت توسعه مدیریت و منابع دانشگاه های علوم پزشکی :

کسب رتبه "پیشتاز یک ستاره" کشور توسط دانشگاه علوم پزشکی مازندران

ساری - دهقان : در سی و هفتمین همایش معاونین توسعه مدیریت و منابع دانشگاهها و دانشکده های علوم پزشکی کشور و سازمان های وابسته در زنجان، از دانشگاه علوم پزشکی مازندران به جهت کسب رتبه "پیشتاز یک ستاره" تقدیر به عمل آمد. در چهارمین سال استقرار نظام مدیریت عملکرد در معاونت های توسعه مدیریت منابع دانشگاه علوم پزشکی کشور در سال ۱۳۹۶ برنامه های عملیاتی معاونت های توسعه مدیریت و منابع دانشگاه های علوم پزشکی کشور، توسط وزارت متبوع ارزیابی و دانشگاه علوم پزشکی مازندران عنوان رتبه پیشتاز یک ستاره کشور را به خود اختصاص داد. دکتر سیدعلی صدراالسادات معاون توسعه مدیریت و منابع وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در سی و هفتمین همایش معاونین توسعه مدیریت و منابع دانشگاهها و دانشکده های علوم پزشکی سازمان های وابسته که در سالن اجلاس مرکز همایش های بین المللی روز به دانشگاه علوم پزشکی زنجان؛ برگزار شد از دکتر سید عباس موسوی رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران به جهت ارائه مدیریت عملکرد معاونت توسعه مدیریت و منابع دانشگاه علوم پزشکی مازندران در سال ۹۶ و کسب رتبه پیشتاز یک ستاره، با اهداء لوح و تندیس قدردانی کرد.



صدور حکم فرهنگ سازی برای استفاده کننده غیرمجاز از گاز طبیعی!

مشهد - صابر ابراهیم پای - شعبه ۲۲۶ دادسرای عمومی و انقلاب ناحیه ۲ مشهد متهمان یک پرونده استفاده غیرمجاز از گاز طبیعی را به فرهنگ سازی برای جلوگیری از استفاده غیرمجاز و تلاش برای کاهش مصرف گاز طبیعی در جامعه محکوم کرد. قاضی این دادگاه با توجه به احراز تخلف از سوی متهمان مبنی بر استفاده غیرمجاز از گاز طبیعی طی چندین مرحله، ارائه خدمات به شرکت گاز به منظور فرهنگ سازی برای جلوگیری از استفاده غیرمجاز از گاز و کاهش مصرف گاز طبیعی در بین مشتریان را جایگزین محکومیت حبس کرد. یادآور می شود: به موجب قانون استفاده کنندگان غیرمجاز از آب، برق، تلفن و گاز مصوبه ۱۳۹۶ و آئین نامه مربوطه در صورتیکه شخصی بدون پرداخت هزینه برقراری اشعاعات مبادرت به استفاده غیرمجاز از گاز طبیعی نماید، برای تعقیب کیفری به مراجع قانونی معرفی می شود. همچنین طبق ماده ۲ قانون مجازات استفاده کنندگان غیر مجاز از آب، برق، تلفن و گاز هر شخصی به هر طریق مبادرت به هر نوع تصرف یا تغییری در وضعیت کنتور، گاز نماید به نحوی که منجر به اختلال در کار کرد صحیح و ثبت ارقام مصرفی گردد، علاوه بر الزام به اعاده وضع به حال سابق، به پرداخت بهای خدمات مصرفی و جبران خسارت و جزای نقدی محکوم می گردد.

همزمان با دهه امامت و ولایت جشن عید سعید غدیر خم در شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین برگزار شد

قزوین - خبرنگار فرصت امروز - جشن عیدسعید غدیر خم همزمان با دهه امامت و ولایت در حوزه ستادی شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین برگزار شد. حجت الاسلام والمسلمین آزادی مسئول امور فرهنگی و دینی شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین در این جلسه ضمن تشریح و تبیین واقعه غدیر در بحثی از سخنانش به مسئله خلافت ولایت که از مهم ترین مسائل و ارکان دین است اشاره کرد و افزود: مسئله امامت بحث اتمام نعمت و اكمال دین است و خداوند هم راضی به جاودانه شدن دین اسلام می باشد. لذا اهمیت مسئله غدیر کمتر از حادثه عاشورا نیست و باید جلوه داده شود و تبلیغ گردد و نقطه شروع تمام دشمنیها از تاریخ غدیر بود و بدخواهان و منافقان و سطحی نگران نتوانستند واقعت را قبول کنند. مسئول امور فرهنگی و دینی در ادامه گفت: مسئله مهمی که تمام پذیرش زحمات چندین ساله پیامبر مشروط به ابلاغ آن می باشد مسئله امامت و ولایت امر است که بسیار مهم میباشد که باید به انسانهای لایق سپرده شود. پذیرش امر امامت غریب الیام کردن آدمهای خوب و بد است.

۴ روستای تالش در هفته دولت از نعمت گاز بهره مند شدند

رشت - زینب قلیپور - در هفته دولت امسال با حضور سید عیسی مهدوی فرماندار تالش و جمعی از مسئولین استانی و شهرستانی مشعل گازرسانی به ۴ روستای تالش برافروخته شد. با گازرسانی به ۴ روستای زرمی، پی سرا، زمری و کلات مشایخ تعداد روستاهای بهره مند از گاز در تالش به ۱۷۶ روستا و درصد بهره مندی خانوارهای روستایی این شهرستان به ۸۹،۹ درصد افزایش یافته است.

بازدید از پروژه های در حال اجرای آب و فاضلاب در شهرستان قدس

شهر قدس - خبرنگار فرصت امروز - بهژاد رضوانی مدیر امور آبفای شهرستان قدس ضمن تشریح عملکرد این امور و ارائه گزارشی از پروژه های انجام شده و در دست اقدام گفت: با وجود همه مشکلات در سال جاری برای اجرای پروژه های در حال اجرای فاضلاب، شهرستان قدس تنها منطقه ای بود که توانست به فعالیت خود ادامه داده وموجب رضایتمندی بسیاری از شهروندان را فراهم آورد. او افزود: طی سال های اخیر خدمات ارزنده ای به مردم شهرستان قدس از سوی شرکت آب و فاضلاب شهرها و شهرکهای غرب استان تهران ارائه شده است، که به امید خداوند و مساعدت و همراهی نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی وهمچنین فرماندار و سایر ادارات به افق روشن در راستای رضایت هر چه بیشتر شهروندان دست یابیم.



در بیست و یکمین جشنواره شهید رجایی؛

پست آذربایجان شرقی به عنوان دستگاہ برتر معرفی شد



گردشگری استان و شرکت توزیع نیروی برق تبریز هم بیشترین رشد امتیاز را نسبت به سال گذشته کسب کردند. در این مراسم استاندار آذربایجان شرقی با اهدای تندیس جشنواره و لوح تقدیر به پوربزرگ مدیر کل پست استان، پست آذربایجان شرقی را به عنوان دستگاہ برتر معرفی کرد.



شاخص های عمومی به عنوان دستگاہ های برتر شناخته شدند. همچنین ادارات کل پست استان، گمرک تبریز و فرودگاہ های استان و دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تبریز به عنوان دستگاہ های اجرایی دارای خدمات برتر معرفی شدند. ادارات کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس و میراث فرهنگی، صنایع دستی

در شرکت پالایش نفت اصفهان محقق شد؛

اصلاح طراحی اولیه پنکه های هوایی واحدهای مجتمع بنزین سازی



می توانست منجر به وقوع حوادث ناگواری گردد. بنابر پیشنهاد یکی از مهندسين نگهداری و تعمیرات ماشین آلات دوار واحد پالایش

با حضور رئیس جمهور؛

قراردادهای جمع آوری گازهای مشعل مناطق نفت خیز جنوب امضا شد



مارون، امضا شد. قراردادهای بهسازی و نوسازی تأسیسات جمع آوری گازهای مشعل مناطق نفت خیز جنوب مشتمل بر ۳۲ طرح

اهواز - شبنم قجاوند - در مراسمی با حضور رئیس جمهور و وزیر نفت دو قرارداد جمع آوری گازهای مشعل شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب روز سه شنبه ۱۳ شهریور ماه به امضا رسید. این قراردادها در مجموع به ارزش ۱،۲ میلیارد دلار با هدف جمع آوری و جلوگیری از سوزاندن روزانه حدود ۲۲ میلیون متر مکعب گاز در استان خوزستان، از سوی مهندس بیژن عالی پور مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب، جعفر ربیعی مدیر عامل شرکت های صنایع پتروشیمی خلیج فارس (هلدینگ خلیج فارس) و عبدالحمید محمدی مدیر عامل شرکت پتروشیمی

دشت های کشور زیر ذره بین کیفیت سنجی منابع آب

نیرتاز از مهمترین عوامل الوده کننده آب شرب عنوان کرد و گفت: در شهرهایی که تصفیه خانه وجود ندارد مشکل نیرتاز آزاردهنده است، ولی در تمام نقاط کشور برای حذف نیرتاز در آب با استفاده از روش های مختلف از جمله از زده خارج کردن منابع آب الوده مشکل را رفع می کنیم. مدیر کل دفتر نظام های بهره برداری و حفاظت آب و آبفای وزارت نیرو، فلزات سنگین، شوری و آلودگی های میکروبی را از دیگر عوامل تشدید کننده آلودگی آب شرب در کشور عنوان کرد و گفت: آبی که در حال حاضر تحویل مردم می شود با استفاده از روش های مختلف از جمله تصفیه، کلر زنی و ازن زنی آب استاندارد، سالم و عاری از این مشکلات است.



بر اساس نتایج مطالعات کیفیت منابع آب، راهکارهای مناسب برای علاج بخشی و حل مشکلات تدوین شود. مهندس میبیدی وجود

ارومیه - خبرنگار فرصت امروز - طرح مطالعات کیفی آب دشت ها با هدف شناسایی منابع الوده کننده که از سال ۹۶ آغاز شده، سال آینده تکمیل می شود. به دنبال برگزاری نشست منطقه ای کارگروه اجرایی نظام مدیریت جامع کیفیت منابع آب در آذربایجان غربی، مهندس میبیدی مدیر کل دفتر نظام های بهره برداری و حفاظت آب و آبفای وزارت نیرو در گفتگو با خبرنگاران گفت: مطالعات کیفیت منابع آب کشور با تقسیم محدوده های مورد مطالعه به ۶۰۹ دشت از سال ۹۶ در قالب طرحی سه ساله آغاز شده است و تا پایان سال ۹۸ ادامه خواهد داشت. وی افزود: در این طرح با شناسایی منابع الوده کننده در دشتها، نقشه های پهنه بندی آن ها طراحی و

کسب رتبه برتر شرکت آب و فاضلاب استان ایلام در جشنواره شهید رجایی استان



کردن فرهنگ ارتقا و بهبود عملکرد دستگاههای اجرایی در سطوح مختلف از طریق تقدیر و تشویق آنها با استفاده از آئین نامه اجرایی مواد ۸۱ و ۸۲ قانون مدیریت خدمات کشوری در بین سازمانها، مؤسسات، شرکت های وابسته و تابعه انجام می گیرد.

اجرائی استان، در محل سالن همایش سازمان فنی و حرفه ایی استان ایلام برگزار شد. در این جشنواره شرکت آب و فاضلاب استان ایلام توانست در بین تمامی دستگاههای اجرائی استان در بعد شاخص های عمومی حائز رتبه برتر شود و مهندس مظاهری لوح تقدیری از مسئولین استان دریافت نمود. لازم بذکر است جشنواره شهید رجایی همه ساله به منظور شناسایی و تقدیر از تلاش گران عرصه خدمت به نظام مقدس جمهوری اسلامی و ملت شریف ایران اسلامی و نهادینه

معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استانداری قم در مراسم تجلیل از کارمندان نمونه استان:

نیروی انسانی عنصر اساسی تحول و پیشرفت سازمانی است



سازمان توجه بشود. غضنفری توجه به تربیت و آموزش نیروی انسانی توانمند و کارآمد را یکی از ویژگی های مهم مدیران موفق دانست و گفت: هنر مدیریت فراهم کردن محیطی مناسب و شایسته برای بروز اندیشه ها و خلاقیت های نیروی انسانی و بکارگیری آن ها است. وی همچنین با اشاره به عوامل مؤثر در ارتقای بهره وری سازمانی تصریح کرد: اعمال مکانیزم مناسب تشویق و ترغیب در ادارات و احیای نظام

قم - خبرنگار فرصت امروز - معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استانداری قم در مراسم تجلیل از کارمندان نمونه استان با بیان این که نیروی انسانی عنصر اساسی تحول و پیشرفت سازمانی است گفت: خروجی فعالیت کارکنان دولت باید رضایتمندی مردم باشد. به گزارش روابط عمومی استانداری قم، مهرداد غضنفری در مراسم تجلیل از کارمندان نمونه دستگاه های اجرایی استان که در سالن معصومیه فرمانداری قم برگزار شد طی سخنانی با تبریک هفته دولت و روز کارمند اظهار کرد: کارآمدی، کارایی، بهره وری و اثر بخشی از مؤلفه های مورد نیاز یک سازمان است. وی با بیان این که مؤلفه های مذکور باید در صدر توجهات و نگاه مدیران و برنامه ریزان باشد تصریح کرد: ارتقای بهره وری در بخش های مختلف جامعه نیازمند توجه ویژه به بهره وری نیروی انسانی است. معاون استاندار افزود: اگر به دنبال دوام و پویایی مستمر و سازنده هستیم باید بیش از هر عامل دیگری به نیروی انسانی به عنوان منبع مهم ایجاد تحول در

تفاهم نامه همکاری سازمان جنگلها، مراتع و آبخیزداری کشور واستانداری گلستان امضاء شد

فرسایش، مدیریت رسوب، آبخوان داری احیا و توسعه مراتع جلب مشارکت مردم و ذینفعان محلی و استفاده از ظرفیت خیرین است. مدت اعتبار این تفاهم نامه از تاریخ امضاء به مدت یک سال و در غالب انجام همکاری مشترک و هماهنگی در تخصیص اعتبارات خواهد بود.

سازمان جنگلها، مراتع و آبخیزداری کشور و استانداری گلستان در زمینه انجام عملیات آبخیزداری در تاریخ ۹۷/۵/۲۱ خبر داد. قزل سفلو افزود: این تفاهم نامه با هدف حفظ احیا و توسعه و بهره برداری مناسب از منابع طبیعی استان و در راستای تحقق اسناد بالادستی و سند چشم انداز در زمینه آبخیزداری، کنترل

مدیریت زندگی در دوران بحران و سقوط شغلی

همچیز در دنیای کار خوب پیش نمی‌رود. با موج تعدیل نیرو، بازسازی تشکیلاتی و جابه‌جایی افراد که عموماً به واسطه چند شخص تصمیم‌گیرنده صورت می‌پذیرند، بسیاری از کارمندان با سقوط در زندگی حرفه‌ای خود مواجه می‌شوند. در این مواقع، بسیاری افراد در مورد دلایل ایجاد تشکیلات دچار سوءتفاهم می‌شوند و به ضرر خود کار می‌کنند؛ برخی دیگر به واسطه تغییرات تکنولوژی از دیگران عقب می‌مانند و سایر افراد در لحظه کاری را انجام می‌دهند که در آینده از آن پشیمان می‌شوند و در این میان راه بازگشتی وجود نخواهد داشت. صرف‌نظر از علل این اتفاقات، سقوط شغلی و حرفه‌ای همواره وجود دارد. در این شرایط چه باید کرد؟ دانشمندان بین‌المللی رکسانا باربلسکو (Roxana Barbulescu)، جنیفر توستی-کاراس (Jennifer Tosti-Kharas) و هرمنینا ایبارا (Herminia Ibarra)، در مورد چگونگی رفتار افراد در دوران سقوط شغلی به تحقیق پرداخته و به سه روایت اصلی در این زمینه دست یافته‌اند. این سه روایت شامل سقوط ماریچی، جست‌وجوی ناتمام و انواع مختلف روایت‌های کشف اخلاقیات بودند که افراد با صحبت از آنها می‌توانند برای رسیدن به منطق ورای تجربه سقوط شغلی خود استفاده کنند.

سقوط ماریچی: در این روایت‌ها، اتفاقات نشانه‌ای برای اتفاقات بدتر پیش‌رو محسوب می‌شوند. افراد همچنان در مورد تجربه اخراج غیرمنتظره، رکود صنعتی و یا جایگزینی بی‌رحمانه صحبت می‌کنند و به دنبال فراموش کردن اتفاقات و حرکت به سمت آینده نیستند. اعتراضات مداوم آنها درباره اتفاقاتی که افتاده است، اجازه نمی‌دهد به تحلیلی جامع‌تر در مورد تجربه خود برسند. جست‌وجوی ناتمام: در این روایت‌ها، تلاش افراد برای عبور از ماجرا و حرکت روبه‌جلو، گنگ و یا ناتمام به نظر می‌رسد. آنها بدون رسیدن به نتیجه، دست به پیشبرد ابتکاراتی نو، مانند کلاس‌های اضافه و یا سرمایه‌گذاری بر روی شبکه‌سازی می‌زنند. هسته اصلی شخصیت افرادی که روایت‌های سقوط ماریچی و جست‌وجوی ناتمام را تعریف می‌کنند، مانند یک نیروی کار ضربه‌دیده است و به آنها برای عبور از مشکلات کمک نمی‌کند.

روایت‌های کشف اخلاقیات: این روایت‌ها به راویان، فرصت حرکت روبه‌جلو و عبور از مشکلات را با حفظ پیوستگی و پابندی اخلاقی ارائه می‌کنند و شامل نکات زیر می‌شوند:

عدالت و رهایی: این‌گونه روایت‌ها بی‌عدالتی صورت‌گرفته در اتفاقات را بیان و درعین‌حال به افراد برای رهایی از این تجربه تلخ کمک می‌کنند. در این‌گونه از روایت‌ها پندهایی وجود دارد که در آینده به آنها کمک خواهد کرد.

احتیاط: در این روایت‌ها به توصیف آموزه‌های سقوط می‌پردازند و از اقدامات احتیاطی صحبت می‌کنند که به عدم‌تکرار این اتفاق می‌انجامد. برای مثال، آن‌ا توجه به دیدن اتفاقات از نزدیک، آن‌ها امیدوارند بتوانند مدیران بهتری برای کارمندان خود باشند. دانایی: این روایت‌ها در مورد به‌دست‌آوردن چشم‌اندازی گسترده‌تر و یا بینشی عمیق صحبت می‌کنند که به آینده افراد کمک خواهد کرد. برای مثال آنها می‌توانند تغییر از کارمندی برای منفعت به یک رویه کارمندی که تنها برای سود نیست را توجیه و یا زمان بیشتری را با فرزندان خود سپری کنند.

شجاعت و بزرگ‌منشی: این‌گونه روایت‌ها به بزرگ‌تر شدن اشخاص، شناسایی وظیفه کمک به دیگران، تبدیل‌شدن به یک شنونده بهتر و یا تشریح یک آگاهی جدید از استقامت درونی برای ادامه زندگی در شرایط سخت، کمک می‌کنند.

احتمالاً بیشتر افراد در طول زندگی خود سقوط شغلی و حرفه‌ای را تجربه می‌کنند. علاوه‌براین، در این اوضاع اقتصادی توقع رخداد این شرایط بیش‌ازپیش است. اما شما می‌توانید نکات مثبتی را در این شرایط سخت در خود پیدا کنید. یک روایت که برای شما کارساز خواهد بود را پیدا و با استفاده از آن، به سمت روزهای بهتر حرکت کنید. منبع: forbes

مدرسه مدیریت

هنگام جلب مشتری توسط رقبا، چگونه تجارت خود را رشد دهید

مترجم: اشکان کوشش

بیشتر افرادی که به تازگی شروع به فعالیت تجاری کرده‌اند، سخت‌ترین قسمت راه را شروع تجارت می‌دانند. همه امیدوارند که تجارت‌شان به خودکفایی برسد، پیشرفت کند و از نظر اقتصادی موفق باشد. متأسفانه رسیدن به خودکفایی در عصری که سرعت تغییرات بسیار زیاد است، امری به مراتب سخت‌تر از گذشته به‌نظر می‌رسد. مثال‌های بسیار زیادی وجود دارند در مورد تجارت‌هایی که با ایده‌های بسیار خوب رشد سریع و چشمگیری داشته، اما به همان سرعت نیز سقوط کرده‌اند؛ شرکت‌هایی مانندBlockbuster و Pets.com. Webvan. بیشتر مدیران بر این باورند که حفظ روند رشد با ضرب بالا و رسیدن به سود خالص نهایی، مداوم‌ترین و سخت‌ترین چالش روزمره آن‌هاست. به‌گفته تیفانی بووا (Tiffani Bova) در کتاب Growth IQ، هیچ‌گاه مشکل تنها یک چیز نیست، مشکل اصلی، مجموعه‌ای است مشکل از انتخاب استراتژی درست، استقرار بستر مناسب و صحیح، به‌همراه مجموعه‌ای از ابتکارات. در این مقاله به تعدادی از مهم‌ترین پیشنهادات تیفانی بووا در این زمینه اشاره خواهیم کرد.

۱. تجربه کلی خریدار را خاطره‌انگیز سازی

امروزه اغلب مشتریان بیش از آن‌که قیمت محصول خریداری‌شده را به خاطر بسپارند، تجربه کلی خرید از یک کمپانی را به یاد می‌آورند. این تجربه شامل مرور وب‌سایت شما، تعاملات در شبکه‌های اجتماعی، فرآیند خرید و همچنین پشتیبانی‌های شما می‌شود. هر یک از ایراداتی که در این امور حاصل شود، روند رشد کمپانی را با سقوط مواجه خواهد کرد.

براساس تحقیقات، پیدا کردن مشتری جدید، حدوداً ۵ تا ۲۰ برابر سخت‌تر و پرهزینه‌تر از حفظ مشتری‌های فعلی است. تماس مستمر با مشتری‌ها، پیدا کردن علایق آن‌ها در مورد شرکت و خوشامدگویی گرم هنگام حضور دوباره آن‌ها، از الزامات است.

۲. با گسترش فعالیت به مناطق جغرافیایی جدید، سرعت رشد را افزایش دهید

ارتباطات جهانی سریع و راحت امروزی، رسیدن به بازارهای جدید را بدون تغییر تمامی استراتژی‌ها، آسان‌تر از همیشه ساخته است. آنالیز دقیق بهترین بازار هدف براساس روند احتمالی رشد مربوط به مشتری و بازارهایی که باید از آن‌ها اجتناب شوند، نیاز اصلی این روش محسوب می‌شوند.

۳. با حفظ هسته اصلی، خط تولید را گسترش دهید

محصولات کاملاً جدید و ریسک‌پذیر، سبب از بین رفتن تمرکز شرکت و همچنین سردرگمی مشتریان فعلی خواهند شد. راه‌حل دیگر می‌تواند اضافه کردن محصولات و خدماتی باشد که با محصولات فعلی مرتبط هستند.

۴. به‌دنبال شرکات‌های استراتژیک باشید

هنگامی که جمع کلی از تلاش‌های مستقل بزرگ‌تر باشد، شرکات به افزایش رشد شرکت‌ها کمک خواهد کرد. برای مثال، یک شرکت دارای خط تولید قوی است، اما در کانال پخش اجناس، ضعیف عمل می‌کند. همکاری با یک شرکت پخش می‌تواند ارزش محصولات را برای مشتریان جدید و فعلی افزایش دهد.

۵. به‌دنبال راه‌هایی در جهت همکاری با رقبا باشید

این روش (همکاری با رقبا)، با تجمع نقاط‌قوت منحصر به هر کدام از رقبا، نتایج برد-برد را برای هر دو طرف در بر خواهد داشت. برای مثال، شرکت A در طراحی صفحه واسط (اینترفیس) بسیار خوب عمل می‌کند، اما در زمینه مدل‌سازی و شبیه‌سازی موفق نیست. همکاری با کمپانی B که در این دو زمینه قدرتمند است، می‌تواند برای هر دو شرکت و همچنین مشتری‌های‌شان، یک همکاری بسیار سودمند تلقی شود.

۶. تعهد اجتماعی و محیطی خود را برجسته کنید

کمپانی‌هایی مانند کفش‌های TOMS که با واگذاری یک کفش مجانی به افراد نیازمند به ازای هر کفش فروخته شده، تعهد عملی به اهداف والا را از خود نشان داده‌اند، رشد چشمگیری را نیز تجربه کرده‌اند. در این زمینه از هیچ طبقه‌بندی و هیچ تلاشی نباید چشم‌پوشی کرد، زیرا کلید باوروی و رشد پایدار خواهد بود. به‌همراه بالغ شدن تجارت، هیچ‌گاه نمی‌توان از میزان رشد رضایت‌مند بود. بازار و جهان تغییر هستند و رقمای جدید، مشکلات شما را احساس می‌کنند و برای شما دردسر‌ساز خواهند شد. تمامی این روش‌های رشد و دیگر راه‌ها، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و اندازه‌گیری ارزش‌ها و زمان بهره‌وری هستند. تجارتنی که مشتری‌های جدیدی را جذب نکنند، به سمت افول خواهد رفت؛ اجازه ندهید این اتفاق برای شما بیفتد. منبع inc

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| شنبه | ۱۷ شهریور ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۵۴ | صفحه ۱۶ |

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

آدرس:میرزای شیرازی- نیش‌کوپه چهارم - پلاک ۶۸- واحد ۴

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

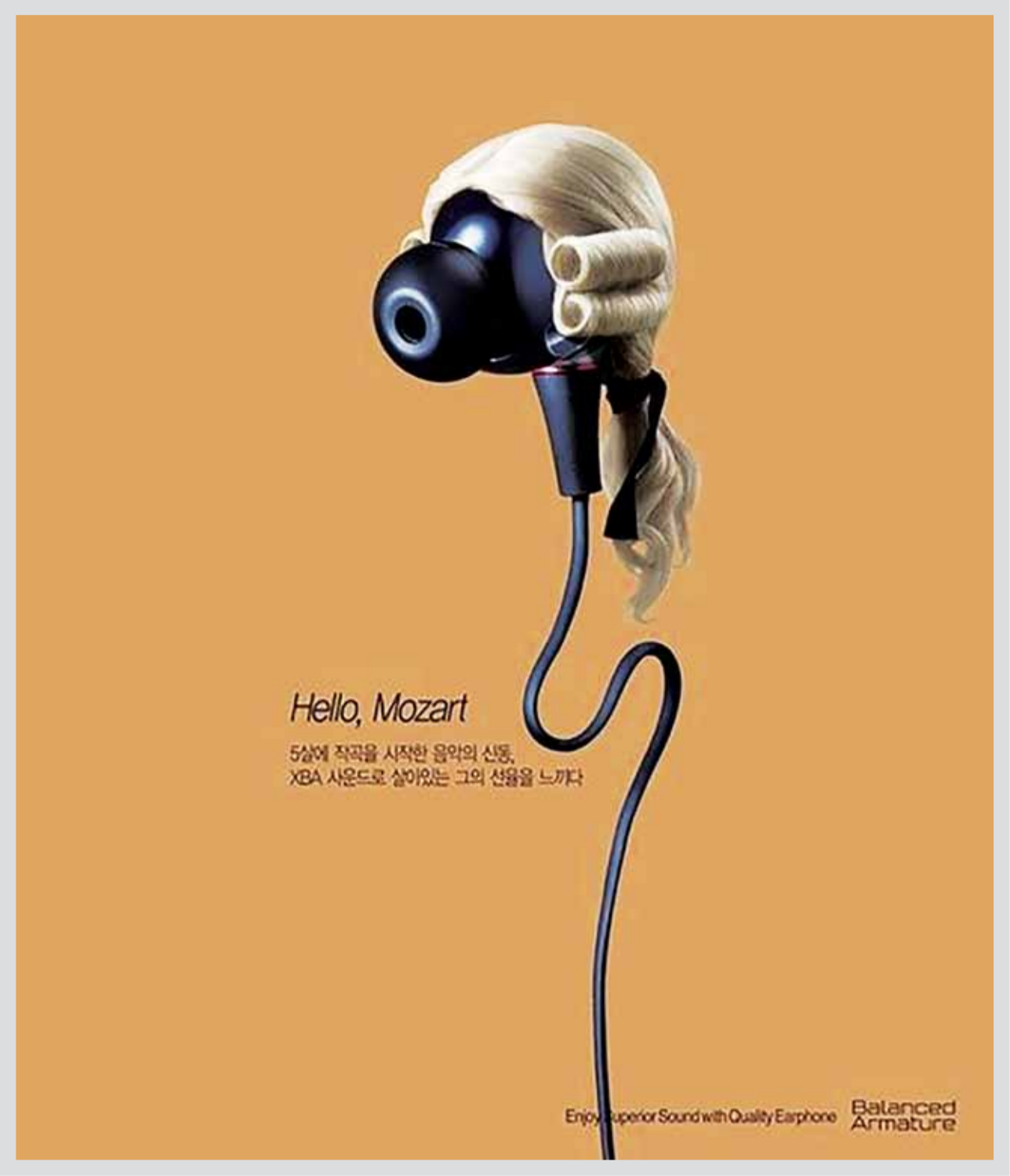
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۲۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین‌نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

راهی ساده برای حفظ تمرکز در محیط کار

این حالات تأثیر بسیار زیادی در زمینه اعتماد و احترام خواهند داشت. رهبران محکم و راسخ، بر اعصاب خود مسلط هستند و وعده ناهار را فراموش نمی‌کنند.

من آدمی ریزنقش یا متابولیسم نسبتاً بالا هستم. بنابراین باید به طور مداوم وعده‌های کوچکی بخورم و یا در غیر این صورت بهای آن را پرداخت کنم. من عادت کرده‌ام وعده صبحانه را حذف کنم؛ بیشتر به خاطر اینکه غذاهای موجود در صبحانه را دوست ندارم و معمولاً قبل از ساعت ده و نیم صبح احساس گرسنگی نمی‌کنم. من معتقد بودم که خوردن یک لیوان قهوه می‌تواند گرسنگی من را تا زمان ناهار کنترل کند. کمی بعد، با نظرات همکاران مبنی بر عجول و مضطرب بودنم مواجه شدم. در آن زمان وخیم بودن وضعیت را حس کردم؛ گرچه فکر می‌کردم در پنجاه کردن آن ماهرانه عمل می‌کنم، اما در این کار موفق نبودم. قضاوت‌های دیگران درخصوص وضعیت من، به وضوح در حال بروز بودند. در نتیجه، به خود و دیگر همکاران تعهد دادم که قبل از ساعت ۹ صبح یک وعده‌ غذایی به عنوان صبحانه بخورم. این تصمیم تغییرات زیادی را به وجود آورد.

شرکت‌ها اهمیت و ارزش وعده‌ غذایی ناهار را می‌دانند بعضی از شرکت‌ها به حدی به اهمیت و نیاز به وعده غذایی ناهار اعتقاد پیدا کرده‌اند که وظیفه تأمین آن را برای افراد تیم‌شان به عهده گرفته‌اند. شرکت‌های تکنولوژی‌محور مانند گوگل، دراپ‌باکس (Drop Box) و اپل غذای رایگان را که توسط غذاشناسان عالی تهیه شده است، به کارمندان‌شان ارائه می‌دهند و با برپا کردن کافه‌تریاهای زیبا و جادار، شرایط را برای نشستن و گپ زدن کارمندان فراهم می‌سازند.

شاید شما وعده‌ غذایی ناهار را حذف نکنید و در حالی‌که پشت میز و مشغول کار هستید چیزی بخورید. طبیعتاً این‌کار جلوی افت قند خون را می‌گیرد، اما خواب‌آلودگی و خستگی را از بین نخواهد برد.

بلند شوید. یک توقف کاری واقعی داشته باشید. چند قدمی راه بروید و با مردم معاشرت کنید. این فعالیت باعث خالی‌شدن ذهن و بازایی تمرکز شما قبل از بازگشت به کار می‌شود و اگر کاری که انجام می‌دهید از حساسیت بالایی برخوردار است، اهمیت این کار بسیار بیشتر خواهد شد.

زمانی‌که فیس‌بوک دفتر جدید خود را در قسمتی از روستای واقع در سن‌آنتونیو سنترپروجکت در

مانتین‌ویو کالیفرنیا افتتاح کرد، پیام واضح و شفافی را دربرداشت: کارمندان فیس‌بوک بخشی از جامعه هستند و این امر شامل ورود به محدوده محلی برای ناهار نیز می‌شود. براساس قوانین مانتین‌ویو، وعده‌های غذایی درون‌دفتری باید شامل سوسیس‌دلی کمتر از ۵۰درصد باشند. شرکت فیس‌بوک این یارانه را برای کارمندانی که به رستوران‌های عمومی بروند، به طور کامل پرداخت می‌کند.

مایکل کازپرزاک(Michael Kasperzak)، شهردار سابق مانتین‌ویو که در حیطه قانونگذاری فعالیت می‌کند، می‌گوید «هدف این است که مطمئن شویم کارمندان از دفاتر خود خارج می‌شوند و از ۴۰۰۰۰۰ مترمربعی که به عبارتی دیگر، این شهردار می‌گوید «از دفاتر خود بیرون بیایید و ناهار را با ما بخورید!» کارمندان همواره برای تنفس هوای تازه، به بیرون رفتن از سالن‌های شرکت دعوت می‌شوند. شاید این فعالیت‌ها باعث به‌وجود آمدن این دیدگاه برای کارمندان شود که زندگی مهم‌تر از کار است.

اگر میزان سوخت در مخزن شما کم باشد، نمی‌توانید اجرای مؤثری داشته باشید. در اینجا به چند نکته برای پرنرژی ماندن از راه صحیح، اشاره می‌شود:

- به خودتان قول دهید که هر روز قبل از ساعت ۹ صبح و همچنین هنگام ظهر، چیزی بخورید. این خوردنی می‌تواند مانند یک مشت آجیل و یا یک شکلات کوچک باشد.
- هفته‌ای یک‌بار، ناهار خود را بدون تداخل با کاری دیگر میل کنید. مکانی سلاکت و آرام پیدا کنید، دستگاه الکترونیکی خود را کنار بگذارید و از غذای عالی خود لذت ببرید. آنچه را می‌خورید مزه کنید و این تجربه را موردتوجه قرار دهید.
- قرار ملاقاتی برای صرف ناهار بگذارید. اگر از قبل با دوستان و آشنایان برنامه داشته باشید، نمی‌توانید آن وعده‌ غذایی را حذف کنید.
- وقتی زمان ناهار خوردن می‌رسد، بلند شوید و از دفتر خود خارج شوید. حداقل با یک نفر صحبت کنید تا بتوانید خستگی ناشی از کار و تمرکز را شکست دهید. در نتیجه، با ذهنی آرام و بانشاط به سر کار خود برمی‌گردید و برای جنگیدن با مشکلات باقیمانده روزتان آماده خواهید شد. منبع: forbes