

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



۲۰ نکته از سخنان رئیس جمهور
در چهاردهمین جشنواره شهید رجایی
**عدم بازگشت ارز حاصل از صادرات
به اقتصاد، خیانت به کشور است**

فرصت امروز: چهاردهمین جشنواره شهید رجایی به
مناسبت گرامیداشت هفته دولت و تقدیر از
تلاشگران عرصه خدمت صبح دیروز با حضور...

۳

یادداشت

**نرخ دستمزد
باید افزایش یابد؟**

بهروز ملکی
کارشناس اقتصادی



در سال جاری، بعد از چند سال، تورم عمومی در حال افزایش است. از سوی دیگر با توجه به چشم انداز منفی نرخ رشد اقتصاد، سفره ایرانیان در حال کوچک شدن است. در چنین شرایطی، افزایش دستمزدها مورد انتظار جامعه واقع می‌شود، اما واقع مطلب این است که بسیاری از مطالبات مردم که در کوتاه مدت برای شان خوشایند است، در بلندمدت پیامدهای نامطلوبی دارند و برعکس. این پارادوکس، فضای مناسبی برای بندبازی پوپولیست‌ها فراهم می‌کند.

دستمزد حقوق‌بگیران (کارمندان و کارگران)، یکی از مناقشات هر ساله است که اساس از حساسیت بیشتری برخوردار خواهد شد. دستمزد کارمندان دولت، در قانون بودجه کشور (با پیشنهاد دولت و تصویب مجلس) و دستمزد کارگران توسط شورای عالی کار (متشکل از کارگران، کارفرمایان و وزارت کار) تعیین...

۳

ان بی سی از نجات برجام گزارش می‌دهد

بانک‌های مرکزی اروپایی وارد می‌شوند؟

از ماه نوامبر (آبان) دور دوم تحریم‌های آمریکا بر ضد ایران با هدف فشار حداکثری به این کشور برای مذاکره با دولت آمریکا اجرایی خواهد شد، اما در بروکسل و سایر پایتخت‌های اروپایی بحث دیگری در جریان است: اینکه چگونه می‌توان از نفوذ آمریکا رها شد. از آنجایی که بانک‌های اروپایی بین انجام تراکنش مالی با ایران و مواجهه با جریمه‌های آمریکا باید یکی را انتخاب کنند، کشورهای اروپایی در حال کار بر روی ایده استفاده از بانک‌های مرکزی خود برای کار با ایران هستند چرا که به عقیده آنان دولت ترامپ هیچ‌گاه تا تحریم بانک‌های مرکزی کشورهای متحد آمریکا جلو نخواهد رفت. این سطرهای ابتدایی گزارشی است که شبکه آمریکایی...

۴

آیا بازار جهانی نفت با کمبود یا مازاد عرضه مواجه می‌شود؟

دورنمای بازار نفت در نیمه دوم سال ۲۰۱۸

۲

مدیریت و کسب و کار



موسس استار تاپ «علی بابا»
بازنشسته می‌شود

- ۶ نکته مهم برای ایجاد کد فرهنگی در شرکت
- رقابت بیش از اندازه کارمندان باعث نابودی خواهد شد
- ۴ استراتژی بازار بانی آفلاین برای تجارت‌های کوچک
- چطور کار در تیم فروش باعث تغییر دیدگاهم شد
- داستان آغازین کسب و کار، ارزشمندترین داستان
- آمازون در انتظار درآمد ۸۸ میلیارد دلاری از تبلیغات

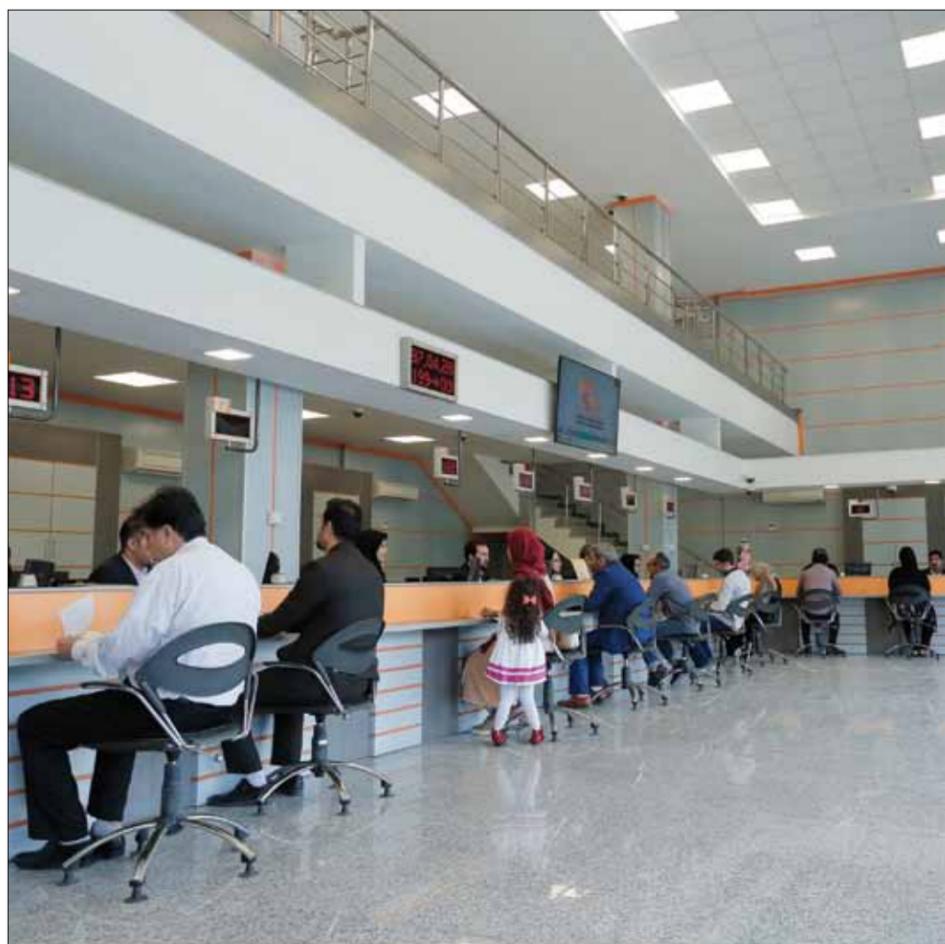
۸ تا ۱۶



رئیس کل بانک مرکزی خبر داد

آغاز ورود اسکناس ارز توسط صرافی‌ها

۴



تسهیلات ارزان قیمت بانک پاسارگاد محدودیت ندارد



ویژه اشخاص حقوقی، فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل

- تسهیلات بدون محدودیت
- تنوع در نرخ تسهیلات
- نحوه بازپرداخت بر اساس نیاز مشتری

مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی: ۰۲۱-۸۷۸۹۰
www.bpi.ir

نوبتی هم باشه...

آخرین مهلت افتتاح حساب
و یا تکمیل موجودی
۲۲ شهریور

نوبت شماست

۱۱۰ جایزه
هزار میلیون
ریالی

۱۱۰ جایزه
۲۵ میلیون
ریالی

(کمک هزینه خرید صنایع دستی)

۱۱۰ جایزه
۱۵ میلیون
ریالی

(کمک هزینه سفر به عتبات عالیات)

و میلیارد‌ها ریال جوایز نقدی دیگر

نهمین مرحله قرعه‌کشی سبدهای قرض الحسنه پس انداز
«حد اقل مبلغ شرکت در قرعه‌کشی ۵ هزار تومان»

بانک انصار

نگاه



چه می‌شد اگر مردم بابت داده‌های‌شان پول می‌گرفتند؟

کارگران داده‌ای جهان، متحد شوید!

وقتی پای کامپیوتر می‌نشینید و به طور رایگان در یک موتور جست‌وجو مانند گوگل چیزی را پیگیری می‌کنید، لابد بابت این خیرخواهی شرکت گوگل در دل‌تان هزاربار دعای‌شان می‌کنید. باید بدانید که این یک معامله دوطرفه است. شما از گوگل استفاده می‌کنید و گوگل از داده‌های شخصی بسیار ارزشمند شما. بدان نمی‌آید اگر بابت آن داده‌ها پول دریافت کنید؟

به گزارش آینده‌نگر به نقل از اکونومیست، «بردگی داده‌ای!» این عنوانی است که خانم جنیفر مارون، یک هنرمند آمریکایی به شرایط کنونی می‌دهد. منظور خانم مارون چیست؟ بسیاری از شرکت‌های آنلاین برای استفاده رایگان اندکی که شما از خدمات آنلاین آنها می‌کنید، تمام داده‌های شخصی شما را تخلیه می‌کنند. مارون می‌گوید که ارزش داده‌های شخصی بسیار بیشتر از آن خدمات آنلاین است و به همین خاطر خودش را به عنوان یک شرکت در آمریکا ثبت کرد و شروع کرد به جمع‌آوری داده‌های شخصی‌اش مانند وضعیت سلامتی و شماره ملی و... در سال ۲۰۱۶ او این داده‌ها را در یک گالری در لندن برای فروش به نمایش گذاشت. قیمت پایه تمام این داده‌ها ۷۰۰۰ پوند بود. تعداد کمی از افراد به خانم مارون پیشنهاد دادند و او از این عمل اندکی دل‌سرد شد، اما اگر وظیفه هنرمند یافتن روح زمانه است، پس او درست به هدف زده. در همین سال بود که کمبریج آنالیتیک‌ها متهم به استفاده از داده‌های ۸۷ میلیون کاربر فیس‌بوک شد و بحث‌ها چنان بالا گرفت که حتی انگلاند، صدراعظم آلمان، هم ادعا کرد باید به مردم بابت این داده‌ها پول پرداخت شود. مرکل از بسیاری از محققان خواست که به دنبال راه‌حل بگردند برای نحوه ارزش‌گذاری این فرآیند.

با در نظر گرفتن وضعیت کنونی امور، که در آن جمع‌آوری و بهره‌برداری از داده‌های شخصی در تملک شرکت‌های بسیار عظیم فناوری است، رویکرد خانم مارون که به صورت فردی این داده‌ها را در معرض فروش قرار داده بود، به احتمال زیاد با موفقیت روبه‌رو نشود، اما اگر مردم واقعا بتوانند داده‌های‌شان را کنترل و غول‌های حیطه فناوری را مجبور به پرداخت پول کنند چه؟ این اقتصاد داده‌ای چه سر و شکی خواهد داشت؟ البته اولین‌بار نخواهد بود که یک منبع مهم اقتصادی از یک استفاده ساده، کارش به مالکیت و تجارت هم بکشد. همین اتفاق قبل‌تر برای زمین و آب هم افتاده بود. اما احتمال اینکه اطلاعات دیجیتال هم دارای یک بازار شود بسیار پایین است. داده‌های شخصی، برخلاف منابع فیزیکی، مثالی بارز از آن چیزی هستند که اقتصاددانان جنس «غیرقابل‌تجزیه» می‌نامند. جنس غیرقابل‌تجزیه یعنی چیزی که بتوان آن را بیش از یک بار استفاده کرد. در واقع هرچه از داده‌های شخصی بیشتر استفاده کنیم، فایده بیشتری نصیب جامعه می‌شود. کنترل کردن این داده‌ها هم بسیار سخت است. تمام مسئله در اینجا نهفته است که شکل کنونی بهره‌برداری از داده‌ها بسیار شبیه به فنودالیسم بوده و بسیاری متخصصان به وضعیت کنونی «تکنوفودالیسم» می‌گویند و از آنجایی که امروزه دیگر فنودالیسم هم بر دنیا حاکم نیست، شاید بتوان همان اتفاق را در مورد «تکنوفودالیسم» هم اجرا کرد.

داده‌هایی برای ساخت هوش مصنوعی

داده‌هایی را که انسان‌ها در اختیار شرکت‌های بزرگ فناوری قرار می‌دهند می‌توان از جنس کار در نظر گرفت و همان‌طور که کار نباید بی‌مزد باشد، «کار داده‌ای» را هم می‌توان مشمول این امر دانست. کار داده‌ای دقیقا چه محصولی دارد؟ محصول اصلی کار داده‌ای «هوش مصنوعی» است. الگوریتم‌ها و روش‌های متعدد و پیچیده‌ای وجود دارند که می‌توانند از داده‌های شخصی انسان برای تولید هوش مصنوعی استفاده کنند، بنابراین می‌توان مردمی را که داده‌های شخصی‌شان را به شما می‌فروشند به عنوان کارگران کارخانه‌ای در نظر گرفت که در خطوط تولید بلندبالایی در حال تولید هوش مصنوعی هستند.

این رویکرد به داده، یعنی اینکه داده را به عنوان کار در نظر بگیریم، شاید سود شرکت‌های بزرگ فناوری را کاهش دهد، اما قطعا حجم کسب‌وکارشان را به شدت بیشتر می‌کند. کارگران چه می‌کنند؟ آنها می‌توانند هر روز لیستی از وظیفه‌ها را داشته باشند. مثلا در مقابل یک صفحه نمایشگر بنشینند و یک تبلیغ را تماشا کنند و پس از آن حس و نظرشان را در مورد آن تبلیغ بگویند.

البته هنوز هم راه درازی برای رسیدن به این هدف باقی مانده. دو مانع هنوز هم بر سر مسیر قرار دارند که باید مرتفع شوند. اولین مانع چارچوب قانونی این کارها است. کار به شکل عام آن از قوانین کار هر کشور تبعیت می‌کند اما تکلیف کار داده‌ای چیست؟ در وهله دوم هم باید پیشرفت فناوری بیشتری برای کنترل جریان داده‌ها صورت بگیرد و متوجه بشویم چه حجم از داده‌ای با چه کیفیتی در حال دریافت است. البته عامل سومی هم در این میان وجود دارد که اصلا نمی‌توان از آن گذشت. مردم باید حسی از «آگاهی طبقاتی» در خود ایجاد کنند. این شکل از طبقه و کار نوظهور چه آگاهی معنیتی می‌تواند داشته باشد و الزامات و کاربست‌های این آگاهی برای جامعه چه خواهد بود؟

این اقتصاد مبتنی بر داده بسیار نابرابر نخواهد بود؟ داده‌های برخی از مردم قطعا ارزشمندتر از داده‌های برخی دیگر است. البته بسیاری از متخصصان معتقدند که مهارت استخراج داده‌های مفید بیش از آنچه شما فکر کنید بین انسان‌ها پخش شده و در دسترس همه هست. به هر حال جوامع باید راهی برای توزیع ثروت حاصل‌شده از هوش مصنوعی بیابند. اگر نتوانیم این گام‌های حیاتی را برداریم شاید به لحاظ نابرابری به قرون وسطا برسیم و اگر آن روز فرابرسد، باید منتظر باشیم که کارگران داده‌ای جهان هم متحد شوند.



غیراوپک در سال ۲۰۱۷ نسبت به سال ۲۰۱۶، حدود ۸۰۰ هزار بشکه در روز برآورد شده است. انتظار می‌رود عرضه غیراوپک در سال ۲۰۱۸ حدود ۲ میلیون بشکه در روز و عرضه میعانات و مایعات گازی اوپک ۱۰۰ هزار بشکه در روز افزایش یابد، بنابراین تقاضای نفت اوپک از ۳۳.۴ میلیون بشکه در روز در سال ۲۰۱۷ به ۳۲.۹ میلیون بشکه در روز در سال ۲۰۱۸ کاهش خواهد یافت. (Opec, oil market report)

براساس برآوردهای سازمان اوپک، در سال ۲۰۱۵ حدود ۱.۴ میلیون بشکه در روز مازاد عرضه نفت در بازار وجود داشت، هرچند در سال ۲۰۱۶ حجم مازاد عرضه در بازار کاهش یافت و به ۸۰۰ هزار بشکه در روز رسید، اما همچنان یکی از عوامل تضعیف‌کننده قیمت نفت بود. در روز ۲۰۱۷ بازار به طور متوسط با حدود ۳۰۰ هزار بشکه در روز کمبود عرضه و تقاضا و سطح تولید اوپک، طی فصل اول سال ۲۰۱۸ بازار در وضعیت تعادل قرار داشته، اما طی فصول دوم با ۲۰۰ هزار بشکه در روز کمبود عرضه مواجه شد که برای تأمین تقاضا، از ذخیره‌سازی‌ها برداشت شده و در صورتی که اوپک همین سطح تولید را حفظ کند (تولید اوپک در ژوئن ۲۰۱۸ براساس برآورد آژانس ۳۱.۹ میلیون بشکه در روز بوده است) بازار در فصل سوم در وضعیت تعادل قرار خواهد داشت، اما در فصل چهارم ۲۰۱۸ با ۱۰۰ هزار بشکه در روز کمبود عرضه مواجه خواهد بود.

نتیجه‌گیری

بعد از اجلاس ۲۲ ژوئن اوپک، برخی تولیدکنندگان اوپکی و غیراوپکی عضو توافق کاهش تولید، تولید خود را افزایش دادند. سطح کلی تولید اوپک در ماه ژوئن با ۱۴۴ هزار بشکه در روز افزایش به ۳۲.۳ میلیون بشکه در روز و در ماه ژوئیه با ۱۹۸ هزار بشکه در روز افزایش به ۳۲.۴ میلیون بشکه در روز رسید. در ماه ژوئن ۲۰۱۸ تولید عربستان با ۴۲۳ هزار بشکه در روز افزایش به ۱۰۴۴ میلیون بشکه در روز رسید و در ماه ژوئیه با ۶۴ هزار بشکه در روز افزایش به ۱۰۵۰۴ میلیون بشکه در روز رسید. امارات در ماه ژوئن و ژوئیه به ترتیب ۲۸ و ۶۵ هزار بشکه در روز و کویت به ترتیب ۱۰ و ۷۷ هزار بشکه در روز افزایش تولید داشتند.

به طور کلی این سه کشور که برآورد می‌شد بیشترین میزان ظرفیت مازاد تولید را در اوپک دارند، در دو ماه گذشته جمعا ۶۶۷ هزار بشکه در روز افزایش عرضه داشته‌اند که اگر برداشت عربستان از ذخیره‌سازی‌هایش را از آن کسر کنیم حدود ۴۶۰ هزار بشکه در روز می‌شود. از طرف دیگر تولید روسیه نیز که از موافقان افزایش عرضه بود، در ماه ژوئن ۹۰ هزار بشکه در روز و در ماه ژوئیه ۳۰ هزار بشکه در روز افزایش یافته است.

افزایش تولید این چهار کشور در مجموع ۵۵۰ هزار بشکه در روز بوده است و با توجه به وضعیت عرضه و تقاضا، علی‌رغم این افزایش تولید در فصل سوم ۲۰۱۸ و به ویژه در فصل چهارم ۲۰۱۸ بازار با کمبود عرضه مواجه خواهد بود، اما حجم آن نسبت به برآوردهای قبلی کاهش یافته است.

آیا بازار جهانی نفت با کمبود یا مازاد عرضه مواجه می‌شود؟

دورنمای بازار نفت در نیمه دوم سال ۲۰۱۸

فرصت امروز: مهلت ۱۸۰ روزه آمریکا برای تحریم‌های نفتی، ۴ نوامبر به سر می‌رسد؛ تحریم‌هایی که می‌تواند پیش‌بینی وضعیت بازار نفت را دگرگون کند. در همین زمینه، مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی دو ماهنامه انرژی، به پیش‌بینی وضعیت بازار نفت خام جهان در نیمه دوم سال ۲۰۱۸ پرداخته و در این بررسی، افزایش تولید نفت خام از سوی عربستان و سایر تولیدکنندگان را مد نظر قرار داده است.

قبل از اجلاس ۲۲ ژوئن اوپک، اغلب نهادهای پیش‌بینی‌کننده برآورد می‌کردند که در صورتی که همین روند در وضعیت عرضه و تقاضای جهانی ادامه یابد، در نیمه دوم سال ۲۰۱۸ بازار با کمبود عرضه مواجه خواهد شد. مضافا اینکه با تلاش‌های دولت آمریکا پس از خروج از برجام در جهت ممانعت از صادرات نفت ایران، پیش‌بینی می‌شد که بازار با حجم بیشتری از کمبود عرضه مواجه شود. در اجلاس ۲۲ ژوئن، تولیدکنندگان اوپک و غیراوپک تصمیم گرفتند که پایبندی را از ۵۰ درصد به ۱۰۰ درصد کاهش دهند که به معنای افزایش عرضه‌ای حدود ۷۰۰ هزار بشکه در روز از طرف تولیدکنندگان اوپک بود. البته در مورد تقسیم تصمیم اوپک برداشت‌ها متفاوت بود. به هر حال در راستای این تصمیم در ماه ژوئن و ژوئیه برخی تولیدکنندگان نظیر عربستان سعودی، امارات متحده عربی، کویت و روسیه تولید خود را افزایش دادند. حال سوال این است که با افزایش تولید برخی تولیدکنندگان بعد از اجلاس اوپک، وضعیت بازار در نیمه دوم سال ۲۰۱۸ چگونه خواهد بود؟ گزارش بازوی پژوهشی مجلس، کوششی برای پاسخ به این سوال است.

برآورد دبیرخانه اوپک

اولین ارزیابی و تحلیل برای پیش‌بینی وضعیت نفت، برآوردهای دبیرخانه اوپک است. براساس برآورد دبیرخانه اوپک، تقاضای جهانی نفت در سال ۲۰۱۷ حدود ۱۰۷ میلیون بشکه در روز افزایش یافت و به ۹۷.۲ میلیون بشکه در روز رسید. این سازمان برآورد کرده که رشد تقاضای جهانی نفت در سال ۲۰۱۸ حدود ۱.۷ میلیون بشکه در روز باشد. از سوی دیگر عرضه نفت تولیدکنندگان غیراوپک (که در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ از رشد بالایی برخوردار بودند)، در سال ۲۰۱۶ نسبت به سال قبل، کاهش یافت.

براساس برآوردهای سازمان اوپک، رشد عرضه کشورهای تولیدکننده نفت غیراوپک در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ به ترتیب ۲.۳ و ۱.۶ میلیون بشکه در روز بود و در سال ۲۰۱۶ ۲۰ تنه‌تانه رشدی نداشت، بلکه ۸۰۰ هزار بشکه در روز نیز کاهش یافت. همچنین افزایش عرضه نفت

برآورد آژانس بین‌المللی انرژی هم نشان می‌دهد که تقاضای جهانی نفت در سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به ترتیب حدود ۱.۱ و ۱.۵ میلیون بشکه در روز افزایش یافته است. براساس برآوردهای آژانس بین‌المللی انرژی، عرضه غیراوپک که در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ از رشد بالایی برخوردار بود، در سال ۲۰۱۶ کاهش یافت. افزایش عرضه نفت غیراوپک در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ به ترتیب ۲.۵ و ۱.۵ میلیون بشکه در روز بود. برآورد آژانس حاکی از آن است که عرضه تولیدکنندگان غیراوپک در سال ۲۰۱۷ نسبت به سال ۲۰۱۶ حدود ۸۰۰ هزار بشکه در روز افزایش یافته است. آژانس بین‌المللی انرژی برای سال ۲۰۱۸ پیش‌بینی کرده که تقاضای جهانی نفت ۱.۴ میلیون بشکه در روز رشد داشته و به ۹۹.۱ میلیون بشکه افزایش یابد. از طرف دیگر عرضه غیراوپک ۲ میلیون بشکه در روز افزایش خواهد یافت، بنابراین تقاضای نفت اوپک از ۳۲.۷ میلیون بشکه در روز در سال ۲۰۱۷ به ۳۲ میلیون بشکه در روز در سال کاهش خواهد یافت. (IEA, oil market report)

برآورد آژانس بین‌المللی انرژی

از سوی دیگر، برآورد آژانس بین‌المللی انرژی هم نشان می‌دهد که تقاضای جهانی نفت در سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به ترتیب حدود ۱.۱ و ۱.۵ میلیون بشکه در روز و کویت به ترتیب ۱۰ و ۷۷ هزار بشکه در روز افزایش تولید داشتند.

به طور کلی این سه کشور که برآورد می‌شد بیشترین میزان ظرفیت مازاد تولید را در اوپک دارند، در دو ماه گذشته جمعا ۶۶۷ هزار بشکه در روز افزایش عرضه داشته‌اند که اگر برداشت عربستان از ذخیره‌سازی‌هایش را از آن کسر کنیم حدود ۴۶۰ هزار بشکه در روز می‌شود. از طرف دیگر تولید روسیه نیز که از موافقان افزایش عرضه بود، در ماه ژوئن ۹۰ هزار بشکه در روز و در ماه ژوئیه ۳۰ هزار بشکه در روز افزایش یافته است.

افزایش تولید این چهار کشور در مجموع ۵۵۰ هزار بشکه در روز بوده است و با توجه به وضعیت عرضه و تقاضا، علی‌رغم این افزایش تولید در فصل سوم ۲۰۱۸ و به ویژه در فصل چهارم ۲۰۱۸ بازار با کمبود عرضه مواجه خواهد بود، اما حجم آن نسبت به برآوردهای قبلی کاهش یافته است.

ان بی سی از نجات برجام گزارش می‌دهد

بانک‌های مرکزی اروپایی وارد می‌شوند؟

دادن سلسله آمریکا بر اقتصاد جهانی با یکدیگر متحدتر شوند. رهبران اروپایی معتقدند تهران تنها تا زمانی به توافق پایبند خواهد بود که از مزایای اقتصادی آن بهره‌مند شود. به دلیل سلسله دلار تقریبا تمامی تراکنش‌های مالی در سطح جهانی به نوعی با سیستم مالی آمریکا در ارتباط هستند و بانک‌ها باید بین ایران و آمریکا دست به انتخاب بزنند. به گفته ان بی سی، انتخاب برای شرکت‌های بزرگ چندملیتی تقریبا مشخص است. آدام اسمیت- از مسئولان ارشد وزارت خارجه آمریکا در دوران ریاست جمهوری اوباما می‌گوید: قطعا شرکت‌ها از بازار ایران سود خوبی کسب می‌کنند، اما این قابل مقایسه با فرصت‌های موجود در بازار آمریکا نیست.

با این حال به گفته الی گرانمایه- کارشناس امور ایران در شورای روابط خارجی اتحادیه اروپا- شرکت‌های زیادی در اروپا هستند که قادر و متمایل به همکاری با ایران هستند اما آن‌ها نیاز به بانک‌هایی دارند که مسائل تأمین مالی را تقبل کنند و کار تبدیل پول را انجام دهند. یکی از محورهای پیشنهادی اروپایی‌ها این است که صدها و حتی هزاران تراکنش مرتبط با ایران یک جا جمع شده و پول آن به بانک مرکزی ایران ارسال شود تا از آنجا تخصیص داده شود و همین فرآیند از ایران به اروپا نیز انجام شود. بانک‌های مرکزی که این کار را انجام دهند تحریم‌ها را نقض کرده‌اند و می‌توانند توسط آمریکایی‌ها تحریم

شوند اما آن‌ها معتقدند به دلیل هزینه‌های بسیار بالای تحریم بانک‌های مرکزی کشورهای متحد آمریکا، ترامپ چنین کاری نخواهد کرد. سونیفت یکی دیگر از مسائل مهم بین اروپا و آمریکا خواهد بود. طبق تحریم‌های نوامبر، سونیفت باید دسترسی ایران به خدمات خود را قطع کند و یا تحریم شود اما آلمان، فرانسه و انگلیس از آمریکا خواسته‌اند اجازه ماندن ایران در این سیستم را بدهد، هرچند که دولت ترامپ تاکنون به این درخواست پاسخی نداده است.

از آنجا که دو بانک آمریکایی «جی پی مورگان» و «سیتی‌گروپ» از اعضای هیات مدیره سونیفت هستند، احتمال تحریم این سیستم توسط آمریکا بعید است. از طرف دیگر اتحادیه اروپا با احیای قانون مقابله با تحریم خود به شرکت‌های اروپایی دارای روابط با ایران دو حق انتخاب داده است: یا به روابط با ایران ادامه دهند و یا به دلیل شکستن قانون اتحادیه با پیامدهای آن مواجه شوند.

در انتهای این گزارش آمده که اروپایی‌ها تنها طرفی نیستند که به دنبال دور زدن تحریم‌ها هستند، واردکنندگان عمده نفت ایران نظیر ژاپن و هند و کره جنوبی نیز به دنبال دور زدن تحریم‌های نفتی هستند. یکی از راهکارها این است که نفت ایران به روسیه برود و از آنجا به سایر کشورها فروخته شود و در عوض به جای نفت، ایران بتواند کالاهای مورد نظر خود را از کانال روسیه تأمین کند.

حمل و نقل ریلی

جزئیات تورم دو تا ۱۹ درصدی در یک ماه گذشته

روایت بانک مرکزی از گرانی مواد خوراکی

تازه‌ترین گزارشی که بانک مرکزی از متوسط قیمت خرده‌فروشی برخی از مواد خوراکی در تهران در هفته منتهی به نهم شهریورماه منتشر کرده است، از تورم بین حداقل دو تا ۱۹ درصدی در یک ماه گذشته و افزایش قیمت در حداقل ۱۰ گروه از این کالاها حکایت دارد.

به گزارش ایسنا، در گروه لبنیات افزایش حدود ۱۸٫۶ درصدی نسبت به یک ماه قبل و تا ۰٫۴ درصد نسبت به هفته ما قبل ثبت شده است. همچنین قیمت هر شانه تخم‌مرغ یک درصد افزایش داشته و بین ۱۳ هزار و ۸۰۰ تا ۲۲ هزار تومان فروش رفته است، این در حالی است که متوسط قیمت فروش هر شانه تخم‌مرغ در سطح شهر به ۱۸ هزار و ۴۰۰ تومان می‌رسد.

در گروه برنج رشد ۱۷٫۱ درصدی در یک هفته و تا ۲٫۳ درصد در یک ماه رخ داده است؛ به طوری که هر کیلو برنج وارداتی به طور متوسط ۸۰۳۰ تومان، برنج داخلی درجه یک ۱۴ هزار و ۱۳۰ و درجه دو تا ۱۰ هزار تومان فروش رفت. همچنین در گروه حبوبات افزایش ۴ درصدی در یک هفته و ۱۷٫۱ درصد در یک ماه ثبت شده است.

دیگر کالایی که افزایش قیمت بالایی داشته مرغ است به طوری که ۱۷٫۵ درصد نسبت به یک ماه گذشته گران شد و هر کیلو به طور متوسط تا ۱۰ هزار و ۷۰۰ تومان در سطح شهر فروش رفت، گوشت قرمز نیز ۷٫۶ درصد رشد قیمت داشت و به طور متوسط ۶۱ هزار تومان برای هر کیلو قیمت خورد.



قند و شکر تا ۱۸٫۹ درصد در یک ماه گران شده و هر کیلو به طور متوسط تا ۴۸۷۰ تومان فروخته شده است. از سوی دیگر چای خارجی متوسط قیمتی تا ۲۸ هزار و ۷۰۰ تومان داشت. روغن‌ها نیز ۰٫۴ درصد گران شده و روغن نباتی یک حلب ۵ کیلویی ۲۷ هزار و ۸۳۰ تومان و روغن مایع تا ۵۷۵۰ در بازار فروش رفت.

اما وضعیت میوه‌های تازه به گونه‌ای بود که در هفته منتهی به نهم شهریورماه نسبت به هفته ماقبل ۲٫۲ درصد و در مقایسه با هفته مشابه ماه قبل ۵٫۷ درصد گران شد. سبزی‌ها نیز تنها گروهی هستند که کاهش قیمت داشته و حدود ۰٫۱ درصد ارزان شده است.

عدم بازگشت ارز حاصل از صادرات به اقتصاد، خیانت به کشور است



را مستقر کنیم. مشکل آنجاست که در استقرار کامل دولت الکترونیک عقب هستیم. از آقای جهرمی و وزارت ارتباطات و تمام دستگاه‌های مربوطه دیگر مودک می‌خواهم که روند استقرار و اجرای دولت الکترونیک را تسریع بخشند.

* از سازمان امور اداری و استخدامی می‌خواهم که پس از این، زمان تحویل ارز مربوط به صادرات به سامانه نیما را یکی از معیارهای اصلی در ارزیابی کیفیت و عملکرد دستگاه‌ها قرار دهد و هر دستگاهی که یک ساعت زودتر ارز خود را تحویل داد، تشویق شده و از طرف دیگر اگر دستگاهی یک ساعت تأخیر داشت هم تنبیه شود.

* اگر قرار نیست از زنان در پست‌های مدیریتی استفاده شود، پس چرا رنج تحصیل و حضور در دانشگاه را به آنان می‌دهیم؟ باید فتیله مردسالاری را پایین بکشیم. زنان قدرت فهم، فراگیری علم، توان مدیریتی و ذوق هنری و توانایی‌های خوبی دارند که در برخی عرصه‌ها حتی از مردان نیز بالاتر است. پیش‌بینی شده در پایان دولت دوازدهم، سن مدیریت در کشور به‌طور متوسط ۸ سال کاهش یابد و ۳۰ درصد از پست‌های مدیریتی در اختیار زنان قرار بگیرد.

* بنابر آمار که معاون امور زنان رئیس‌جمهور به من دادند، ۱۷۴ زن در یک سال گذشته به عنوان مدیران پایه و میانی در استان‌ها، ۲۸ زن نیز به عنوان معاون وزیر یا پست هم‌تراز در ۱۵ دستگاه اجرایی، ۱۷ مدیر عالی، ۱۸۰ مدیر میانی و ۴۲۹ مدیر پایه از میان زنان در پست‌های مدیریتی منصوب شدند که بسیار امیدوارکننده است.

استادگی، مقاومت و ایثار مردم نبود، بدون تردید هدف بلند ملت ایران در دستیابی به استقلال، آزادی، جمهوری و اسلامیت امکان‌پذیر نمی‌شد.

* ملتی نمی‌تواند از گردنه‌های صعب و دشوار عبور کرده و به هدف بلند ملی خود نائل شود مگر آنکه آن ملت بهای آن را پرداخت کند.

* مگر ملت ایران ملتی است که در برابر فشار یک گروه حاکم جدید در کاخ سفید که خودشان هم نمی‌دانند چه می‌گویند و چه کار می‌کنند و با همه درگیر هستند، دچار هراس شود؟

* کسی فکر نکند با سخن گفتن علیه دولت محبوب می‌شود و مردم به افراد غیور احترام می‌کنند نه کسانی که هنگام رویارویی پشت دولت را خالی می‌کنند.

* گروه جدیدی که در کاخ سفید مستقر شدند نه تنها با نظام جمهوری اسلامی ایران بلکه با دوستان قدیمی و سنتی‌شان و با کشورهایی که با آن‌ها روابط اقتصادی بالا دارند، نیز دچار درگیری هستند.

* آن‌ها از یک طرف ملت ایران را تحت فشار قرار می‌دهند و از طرف دیگر از طرق مختلف پیغام مذاکره می‌فرستند. در این شرایط قسم حضرت عباس را قبول کنیم یا دم خروس را؟

* اگر راست می‌گویید و دوستدار ملت ایران هستید چرا می‌خواهید به زندگی مردم ایران فشار وارد سازید.

* دولت نمی‌تواند از یک طرف با آمریکا بجنگد و از طرفی حواسش به راست و چپ باشد. امروز رویه‌روی دولت، رژیم صهیونیستی قرار دارد و بایستی راست و چپ در این میدان جنگ، حامی دولت باشند.

* دولت در صف مقدم جنگ اقتصادی قرار دارد و در این شرایط همه احزاب، گروه‌ها، قوای مختلف بدانند که امروز نه روز گله‌مندی، نه روز رقابت و نه خدای‌ناکرده روز انتقام است، چرا که همه در میدان مبارزه قرار داریم.

* رهبر معظم انقلاب در بیانات خود، تصریح کردند که در روز سخت کسی حق ندارد پشت دولت را خالی کند لذا امروز مردانگی، مروت، اخلاق و اصول انقلاب و منافع ملی، اقتضا می‌کند که در کنار یکدیگر و یاور یکدیگر باشیم.

* دولت الکترونیک، شفافیت ایجاد می‌کند. اگر می‌خواهیم رول اداری شفاف و بدون معطلی اضافه باشد، راهی جز آن نیست که دولت الکترونیک

فرصت امروز: چهاردهمین جشنواره شهید رجایی به مناسبت گرامیداشت هفته دولت و تقدیر از تلاشگران عرصه خدمت صبح دیروز با حضور رئیس‌جمهور ایران برگزار شد. حسن روحانی در این جشنواره با اشاره به التهابات به وجود آمده در بازار ارز، گفت: صادرکننده دولتی و خصوصی، ارزی را که باید در اختیار سامانه نیما قرار دهند با تأخیر ۴۸ ساعته انجام می‌دهند و این کار خیانت به کشور است.

رئیس‌جمهور، شهیدان رجایی و باهنر را بهترین الگو برای دولتمردان دانست و با بیان اینکه امروز روز گله، رقابت و انتقام نیست و ما در میدان مبارزه هستیم، تصریح کرد: امروز روز آزمایش ملی ما است و جنگ، جنگ اقتصادی و تبلیغاتی است و دولت در صف مقدم این جنگ است و همه باید آستین‌ها را بالا بزنیم و با تمام قدرت در مسیر خدمت به کشور و رفع مشکلات مردم بسیج شویم.

۲۰ نکته کلیدی از سخنان رئیس‌جمهور در چهاردهمین جشنواره شهید رجایی را در ادامه گزارش حاضر می‌خوانید.

* امروز در بازار ارز التهاب وجود دارد که بخشی از آن به خاطر فشار آمریکا و خارجی است اما به‌عنوان رئیس دولت اعلام می‌کنم که بخشی از این التهاب منشأ داخلی دارد.

* صادرکننده دولتی و خصوصی، ارزی را که باید در اختیار سامانه نیما قرار دهند با تأخیر ۴۸ ساعته انجام می‌دهند و این کار خیانت به کشور است.

* مجموع صادرات غیرنفتی کشورمان، حدود ۴۰ میلیارد دلار است که امروز پس از گذشت ۶ ماه از سنال باید ۲۰ میلیارد دلار آن به بانک مرکزی و سامانه ارزی وارد می‌شد اما چه کسی مسئول است؟ آیا می‌خواهیم این راه گردن آمریکا و رژیم صهیونیستی بیندازیم؟

* با توجه به خطر افتادن معیشت اقتصادی مردم، بخش بزرگی از موضوعات جلسات اخیر دولت، چگونگی تهیه بسته‌های حمایتی بوده است.

* نباید مهر و امضایی که در دست مسئولی قرار دارد به ابزاری برای قدرت‌نمایی و فخرفروشی تبدیل شود.

* امروز روز جنگ با دشمن است و همه باید با انسجام و یکدلی در کنار یکدیگر باشیم. امروز مجلس، دولت و قوه قضاییه باهم هستند.

* سال ۱۳۵۷ در حافظه تاریخی مردم ثبت شده است و اگر آن روزهای

نرخ دستمزد باید افزایش یابد؟

بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی، پایه پولی، نقدینگی و تورم را افزایش می‌دهد (بماند که بیکاری را نیز افزایش و تولید را کاهش می‌دهد). براساس مبانی نظری علم اقتصاد، مردم، کمابیش دچار توهم پولی (money illusion) هستند و متوجه نیستند که اگر تولید افزایش نیابد، با افزایش دستمزدهای اسمی چیزی جز تورم، نصیب‌شان نمی‌شود.

نگاهی به تجارب اقتصادی‌هایی که ظرف مدت کوتاهی به تورم‌های بالا رسیده‌اند، حاکی از آن است که بسیاری از آنها در تله افزایش دستمزد گرفتار شده‌اند. از آنجایی که دستمزدها، بخش عمده هزینه‌های کسب‌وکار خصوصی و همچنین هزینه‌های دولت را تشکیل می‌دهند، افزایش دستمزدها به افزایش قیمت‌ها منتهی می‌شود. در واقع حقوق‌بگیرانی که دچار توهم پولی هستند، دستمزد بالاتر را مطالبه می‌کنند، درحالی‌که با این دستمزد بالاتر، چیزهای کمتری را می‌توانند خریداری کنند. موضوع توهم پولی، خیلی ساده است ولی عوام ترجیح می‌دهند آن را درک نکنند!

امسال سوال سختی با ۲ گزینه در انتظار تصمیم‌گیران دستمزد است:

۱. اگر افزایش دستمزد داشته باشند، به ماریج تورمی مبتلا می‌شوند.
۲. اگر افزایش دستمزد نداشته باشند، محبوبیت‌شان در میان عوام، کاهش می‌یابد.

براساس تجارب گذشته، کاملاً بعید است گزینه دوم انتخاب شود. خصوصاً که در انتخابات سال آینده مجلس، نمایندگان در معرض رأی مردم خواهند بود.

در شرایط کنونی اقتصاد، انتظار منطقی این است که رشد دستمزدها کمتر از نرخ تورم عمومی تعیین شود. حقوق‌بگیران باید آگاه شوند که هرچه نرخ رشد دستمزدهای‌شان بیشتر باشد، بیشتر ضرر خواهند کرد. از صدا و سیما انتظاری نیست اما وظیفه هر رسانه مستقلی و اساساً هر ایران‌دوستی است که آگاهی جامعه را در این خصوص افزایش دهد. البته بدیهی است که این سخنان را عوام نمی‌پسندند؛ با این حال هرچه آگاه‌تر باشند رشد دستمزد کمتری را مطالبه خواهند کرد (که در ظاهر به ضررشان و در واقع به نفع‌شان تمام خواهد شد).

به قول قیصر امین‌پور، دردهای من گرچه مثل دردهای مردم زمانه نیست، درد مردم زمانه است.

پهروزملکی

کارشناس اقتصادی

در سال جاری، بعد از چند سال، تورم عمومی در حال افزایش است. از سوی دیگر با توجه به چشم‌انداز منفی نرخ رشد اقتصاد، سفره ایرانیان در حال کوچک شدن است. در چنین شرایطی، افزایش دستمزدها مورد انتظار جامعه واقع می‌شود، اما واقع مطلب این است که بسیاری از مطالبات مردم که در کوتاه‌مدت برای‌شان خوشایند است، در بلندمدت پیامدهای نامطلوبی دارند و برعکس این پارادوکس، فضای مناسبی برای بندبازی پوپولیست‌ها فراهم می‌کند.

دستمزد حقوق‌بگیران (کارمندان و کارگران)، یکی از مناقشات هر ساله است که امسال از حساسیت بیشتری برخوردار خواهد شد. دستمزد کارمندان دولت، در قانون بودجه کشور (با پیشنهاد دولت و تصویب مجلس) و دستمزد کارگران توسط شورای عالی کار (متشکل از کارگران، کارفرمایان و وزارت کار) تعیین می‌شود.

با توجه به فضای اقتصادی کشور و خصوصاً با عنایت به نرخ بالای تورم عمومی در سال جاری، از هم‌اکنون، پوپولیست‌ها در حال زمینه‌سازی برای افزایش دستمزدها هستند، صرف نظر از این که افزایش دستمزدها به نفع اقتصاد ملی است یا نه، چیزی که برای ایشان مهم است این است که تعداد کارگران، بیشتر از کارفرمایان است! درخصوص کارمندان دولت هم که ملالی نیست، چون کارفرما، دولت است!

اما باید توجه داشت افزایش حقوق این دو قشر (کارمندان و کارگران) که عمدتاً در دهک‌های ۳ تا ۸ درآمدی هستند، با دو مکانیزم متفاوت، به نتیجه یکسانی می‌انجامد:

۱- درخصوص کارمندان: افزایش هزینه‌های دولت منجر به افزایش کسری بودجه دولت و افزایش بدهی دولت به بانک مرکزی می‌شود که نتیجه قطعی آن، افزایش پایه پولی، نقدینگی و تورم است (بماند که کاهش سهم بودجه عمرانی، بیکاری را نیز افزایش و تولید را کاهش می‌دهد).

۲- درخصوص کارگران: از یک سو موجب افزایش هزینه تولید و تورم فشار هزینه می‌شود و از سوی دیگر موجب ناتوانی کارفرمایان در ایفای تعهدات مالی‌شان و به تبع، افزایش مطالبات غیرجاری بانک‌ها شده و

خونه و محل کار جدید

تلفن و اینترنت

همون یک همیشگی!

TD-LTE

ADSL2+

۱۵۴۴

asiatech.ir

دارای مجوز FCP به شماره ۱۶-۹۶-۱۱۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

یادداشت

بلوف فروپاشی اقتصاد، حقه سوداگران

حسین محمودی اصل
کارشناس اقتصادی

سرنوشت اقتصاد کشور را به سوداگران نسپاریم، در بازی آنها گرفتار نشویم و سرازیر می‌شیم. سوداگران خیرخواه مردم نیستند و برای ایجاد جو به ما به عنوان سیاهی لشکر ایجاد جو نیاز دارند و فقط دنبال منافع خود هستند. شرایط جدید اقتصادی و نوسانات ارزی باعث شده است افراد مختلف و ذی‌نفع هم برای برجسته شدن و هم سود بردن از افزایش قیمت‌ها به اظهار نظر بپردازند؛ البته بسیاری از این مطالب با عنوان جعلی و توسط سوداگران در جهت ایجاد روند افزایشی در بازار ارز منتشر می‌شود. مطلبی چند هفته قبل در یک روزنامه منتشر شد و در آن کارشناس مربوطه برای سال ۱۴۰۰ یعنی ۳ سال بعد دلار را ۲۵ هزار تومان پیش‌بینی کرد. فارغ از مغرضانه بودن پیش‌بینی قیمت، همین پیش‌بینی مورد سوءاستفاده سوداگران قرار گرفت و به جای سه سال بعد چنان در کانال‌ها و بازارها منتشر کردند که در سال ۹۷ و به زودی دلار این عدد را به خود خواهد دید و التهاب ایجاد کردند.

با بازنشر مطالب جعلی و تحریک‌آمیز به افزایش سود دلان و سوداگران و بدتر شدن اوضاع اقتصادی خردمان کمک کرده‌ایم. پس بیشتر به فکر خردمان باشیم. عناوین و مطالب منتشرشده عموماً جعلی و غیرواقعی و اما هدفدار هستند. هرچقدر نوسان و التهاب بیشتر شود، دلان و سوداگران سود بیشتری می‌کنند و مردم فقیرتر می‌شوند.

در رقابت در پیش‌بینی اعداد بالاتر برای دلار شرکت نکنیم. این پیش‌بینی‌ها همان جو روانی است و ملت را به روز سیاه می‌نشانند. پس پیش‌بینی‌هایی که به مردم ضربه می‌زند، نه‌تنها افتخار ندارد، بلکه خجالت‌آور و خیانت است و در آخر پز عالی از پیش‌بینی و جیب خالی‌تر برای‌مان می‌ماند.

در شرایطی که جو روانی بر بازار حکمفرماست، حتی در صورت درست بودن مطالب (که درست نیستند) یک انسان وطن‌پرست که دغدغه مردم را دارد، به نوشتن و ارسال آن و مشتق کردن جو اقتصادی نمی‌پردازد. پس باید به نیت این افراد و کانال‌ها شک کرد و از بازنشر مطالب خودداری کرد. مشکل کشور نقدینگی نیست، بلکه تحریک نقدینگی است. با افزایش

۲ برابر قیمت‌ها، قدرت نقدینگی ۱۶۰۰ هزار میلیاردی به نصف کاهش یافته و مشکل نقدینگی وجود ندارد. مشکل اساسی تحریک نقدینگی است. مسئولان رده‌بالا به مشاورانی که اقتصاد را به این روز رسانده‌اند، دیگر اعتماد نکنند. کالاهای اساسی با نرخ ۴۲۰۰ و کالاهای دیگر با ارز ثانویه ۸۰۰۰ تومانی وارد کشور می‌شوند. برخی کالاها هم که ورود آنها ممنوع است. کالاهای ممنوع عموماً کالاهای غیر ضروری و لوکس هستند و از ۵۴ میلیارد واردات سال ۹۶، حدود کمتر از ۴ میلیارد را شامل می‌شوند و خودرو جزو آنهاست. پس هیچ کالایی با ارز بازار آزاد وارد نمی‌شود. پس واژه فروپاشی اقتصادی کاملاً روانی است و ساخته سوداگران و بدخواهان مردم است.

بیش از ۹۰ درصد مبادلات ارزی با نرخ ۴۲۰۰ و ۸۰۰۰ تومان صورت می‌گیرد و ملاک ارزیابی اقتصاد این ارزها هستند. ارز بازار آزاد فقط برای هزینه مازاد مسافران و زیر بالشی برخی مردم است. پس هیچ تأثیری واقعی بر وضعیت اقتصاد کشور ندارد. ارز آزاد گاه بدون حتی یک دلار معامله در بازار افزایش ۵۰۰ تومانی را رقم می‌زند. حجم معاملات بسیار محدود است.

اگر معدود افرادی کالایی را با نرخ آزاد قصد فروش داشتند؛ خیانتکار و دزد مال مردم است. باز تأکید می‌شود هیچ کالایی با ارز بالاتر از ۸۰۰۰ تومان وارد کشور نمی‌شود. مقایسه کشور ما با ونزوئلا، وطنه‌ای است که از چند ماه پیش شروع شده و برخی آگاهانه یا ناآگاهانه به آن دامن می‌زنند. از لحاظ درآمدی، قابلیت‌ها، ظرفیت‌ها، فرهنگ، تمدن و کلیات اقتصاد هیچ شباهتی بین ایران و ونزوئلا نیست و عامل بدبختی نیز نفت نیست؛ چراکه آمریکا بزرگ‌ترین تولیدکننده نفت است.

فارغ از گروه‌بندی سیاسی و وابستگی یا عدم وابستگی به دولت و یا حکومت، مردم عزیز خود به فکر خود باشیم. تنها به این فکر کنیم که دامن زدن به این شایعات و مطالب جعلی به نفع ما هست یا نه.

سرنوشت اقتصاد کشور را به دست دلان و سوداگران نسپاریم. آنها ما را فقیرتر و خود را ثروتمندتر خواهند کرد.

از انتشار مطالب افراد بی‌هویت و مطالب جعلی، خودداری کنیم.

«صندوق در صندوق» به بورس می‌آید



تقویت ۱۹۱۴ واحدی شاخص کل بورس

واحد را به نمایش گذاشت.

شاخص سهام آزاد شناور نیز با افزایش ۲۳۳۴ واحدی به رقم ۱۴۹ هزار و ۲۳۲ واحد دست یافت.

شاخص بازار اول اما در حالی با افزایش ۱۶۹۱ واحدی به رقم ۱۰۳ هزار و ۹ واحد دست یافت که شاخص بازار دوم با افزایش ۲۴۶۳ واحدی عدد ۲۷۷ هزار و ۴۰۱ واحد را به نمایش گذاشت.

همچنین شاخص کل فرابورس (آیفکس) نیز با افزایش ۳۵ واحدی بر روی رقم یک هزار و ۱۵۶ واحد متوقف شد.

معاملات سهام در نماد معاملاتی شرکت‌های پالایش نفت اصفهان با ۱۱۹ واحد، خدمات انفورماتیک با ۱۱۳ واحد و گروه مینا با ۱۰۵ واحد افزایش بیشترین تأثیر مثبت را بر برآورد شاخص کل بورس به نام خود ثبت کردند. در مقابل، معاملات سهام در نماد معاملاتی شرکت‌های صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۵۸ واحد، پتروشیمی پارس با ۲۹ واحد و ارتباطات سیار ایران با ۱۷ واحد کاهش، بیشترین تأثیر منفی را در محاسبه این نماگر به دوش کشیدند.

ارزش کل معاملات روز گذشته بورس تهران در حالی به بیش از ۶۶۴ میلیارد و ۸۲۶ میلیون تومان نمایش داده شد که ناشی از دست به دست شدن بیش از ۲ میلیارد و ۷۷۱ میلیون سهم و اوراق مالی قابل معامله طی ۱۵۶ و ۱۶۶ نوبت داد و ستد بود.

طی این معاملات، نماد معاملاتی شرکت‌های شیر و گوشت زاگرس شهرکرد، بانک قرض‌الحسنه رسالت، سرمایه‌گذاری صنعت پتروشیمی ساختمان خلیج فارس، گروه پتروشیمی سرمایه‌گذاری ایرانیان، سرمایه‌گذاری کارکنان صنعت برق در منطقه زنجان و قزوین، ایتالران، فولاد آلیاژی ایران، تولید شهید قندی، پارس سرام، فراورده‌های نسوز پارس، سیمان آرتا اردبیل، سرمایه‌گذاری شاهد، معدنی و صنعتی گل‌گهر، داروسازی زهراوی، از سوی ناظر بازار سهام بازگشایی و در مقابل نماد معاملاتی شرکت‌های گروه صنعتی بوتان، پاکدیس، نورد آلومینیوم، محروسازان ایران خودرو، کارخانه فارسیست دورود، فیبر ایران، شیشه همدان، سیمان اصفهان، سیمان بجنورد، ساپا آذین، شهداب ناب خراسان، صنایع تولیدی استاد ایران، کارخانجات مخبراتی ایران، بین‌المللی ساروج بوشهر، پارس سرام، قند پیرانشهر، حق تقدم خرید سهام فترساری خاور، فولاد افزایش‌یابان و درنهایت نیرو کلر متوقف شدند.

همچنین در بازار ۲ بورس تهران که به معاملات درون گروهی سهامداران عمده اختصاص دارد ۲۰۲ میلیون سهم مخابرات ایران به ارزش بیش از ۳۸ میلیارد تومان از سوی بازارگردان این سهم با معاملات انتقالی روبه‌رو بود.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار از تصویب مقررات صندوق‌های سرمایه‌گذاری «صندوق در صندوق» (Fund of Funds) در بازار سرمایه خبر داد و گفت: با توجه به اهداف و استراتژی‌های سازمان مبنی بر ایجاد بسترها و ابزارهای نوین در بازار سرمایه، نوع دیگری از صندوق‌های سرمایه‌گذاری به بازار سرمایه کشور معرفی می‌شود.

شاپور محمدی با تشریح جزئیات مقررات «صندوق در صندوق» به سنا، گفت: پیش از این صندوق‌های سرمایه‌گذاری، حداکثر مجاز به سرمایه‌گذاری ۵ درصد از ارزش کل دارایی‌های خود در سایر صندوق‌های سرمایه‌گذاری بودند. این در حالی است که صندوق‌های جدید می‌توانند کل دارایی‌های خود را در سایر صندوق‌ها، سرمایه‌گذاری کنند.

به گفته رئیس سازمان بورس، با آغاز به کار این صندوق‌ها، امکان سرمایه‌گذاری در دارایی‌های متنوع فراهم می‌شود. دبیر شورای عالی بورس با بیان اینکه ساختار این صندوق‌ها می‌تواند از هر دو نوع صدور و ابطالی یا قابل معامله در بورس (ETF) باشد، گفت: مدت فعالیت این صندوق‌ها نامحدود است و حداقل سرمایه لازم برای ایجاد آن ۵۰۰ میلیارد ریال تعیین شده و مدیر صندوق ملزم است همواره حداقل ۸۵ درصد سرمایه جذب شده از طریق این صندوق‌ها را در سایر صندوق‌ها، سرمایه‌گذاری کند.

رئیس سازمان بورس با بیان اینکه به طور قطع بازار سرمایه نقش کلیدی در توسعه اقتصاد کشور ایفا می‌کند، گفت: سازمان بورس با ایجاد بسترهای نوین سرمایه‌گذاری، جذب حداکثری نقدینگی سرگردان جامعه را در دستور کار خود قرار داده و صندوق‌های سرمایه‌گذاری «صندوق در صندوق» نیز با توجه به اهداف و استراتژی‌های سازمان مبنی بر ایجاد بسترها و ابزارهای نوین در بازار سرمایه راهاندازی می‌شود.

سهام خریدنی شد

اما بورس تهران، هفته سوم شهریورماه را با رشد ۱۹۱۴ واحدی آغاز کرد و به مدد شرکت‌های پتروشیمی و فلزی حاضر در بازار سرمایه، شاخص کل به ارتفاع ۱۳۹ هزار و ۶۲۸ واحدی رسید. همچنین معامله‌گران بورس تهران خیره به نمودارهای تکنیکالی نرخ دلار و شایعات پراکنده در تعطیلات آخر هفته مبنی بر احتمال برچیده شدن تحریم‌ها، شاهد تقویت حجم معاملات و ارزنده شدن پالایشی‌ها، فلزات اساسی و هلدینگ‌های پتروشیمی شدند.

به گزارش فارس، شاخص کل قیمت و بازده نقدی بورس اوراق بهادار تهران (تدپیکس) در پایان معاملات شنبه ۱۷ شهریورماه با افزایش ۱۹۱۴ واحدی به رقم ۱۳۹ هزار و ۶۲۸ واحد رسید.

شاخص کل هم وزن اما با افزایش ۶۰۹ واحدی عدد ۲۲ هزار و ۷۹۸

آگهی مزایده اموال غیر منقول (نوبت اول)



سازمان امور مالیاتی کشور



سازمان امور مالیاتی کشور

و اصل قبض و یا ضامنت نامه مربوطه به همراه قیمت پیشنهادی و مشخصات کامل خریدار درون پاکت ارائه و رسید دریافت نمایند. پیشنهادات واصله راس ساعت مقرر در محل این اداره باز و قرانت خواهد شد ضمناً پرداخت کلیه هزینه‌های انتقال و عوارض مربوطه به عهده خریدار می‌باشد و در اجرای تبصره یک ماده ۲۱۵ قانون مالیات‌های مستقیم در صورتی که مودی قبل از انتقال مال مذکور بنام سازمان امور مالیاتی کشور و یا دیگری حاضر به پرداخت بدهی خود باشد سازمان امور مالیاتی کشور با دریافت بدهی مودی به اضافه ده درصد بدهی و هزینه‌های متعلقه از ملک مزبور رفع توقیف می‌نماید.

در اجرای تبصره ماده ۴۲ آیین نامه اجرایی ماده ۲۱۸ قانون مالیات‌های مستقیم چنانچه پس از تنظیم صورت‌جلسه فروش اموال، برای اداره وصول و اجرائیات استان معاذیر قانونی در جهت انتقال بوجود آید اداره مزبور می‌تواند ضمن استرداد سپرده برنده مزایده، مجدداً آگهی مزایده منتشر نماید.

این اداره در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.

اداره وصول و اجرائیات امور مالیاتی استان آذربایجان شرقی در نظر دارد در اجرای ماده ۴۶ آیین نامه اجرایی ماده ۲۱۸ قانون مالیات‌های مستقیم املاک در قید بازداشتی مشروحه برابر جدول پیوستی در قبال بدهی مالیاتی مودیان مستتکف از پرداخت مالیات را راس ساعت ۱۱ روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۱۰ از طریق مزایده کتبی در محل اداره کل امور مالیاتی به آدرس تبریز میدان شهدا اداره کل امور مالیاتی استان چند منظوره بفروش برساند.

لذا کلیه متقاضیان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر و دریافت برگ شرایط مزایده و ثبت نام حداقل یک روز قبل از مزایده به آدرس میدان شهدا - اداره کل امور مالیاتی استان - ورودی ۱ طبقه همکف - اداره وصول و اجرائیات - اتاق ۱۱۵، واحد ارزیابی و فروش مراجعه و در صورت تمایل برای شرکت در مزایده با تکمیل فرم مربوطه و واريزمعادل ۱۰ درصد قیمت پایه ارزیابی به حساب شماره ۲۱۷۰۱۰۰۴۱۳۰۰۷ بنام تمرکز درآمد منابع مختلف مالیاتی نزد بانک ملی شعبه دارائی تبریز یا ارائه ضامنت نامه بانکی از بانکهای دارای مجوز از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران (بدون قید و شرط) در وجه اداره کل امور مالیاتی استان آذربایجان شرقی

شماره پرونده	نام و نام خانوادگی	کاربری	مساحت عرصه و اعیان	محل وقوع ملک	مبلغ بدهی مودی	مقدار فروش	قیمت پایه مزایده به ریال
۱۷۴	۱	شرکت روغن نباتی جهان	مسکونی	قدر السهم عرصه : ۳۳ مترمربع اعیان : ۱۵۹ متر مربع	تبریز: گلشهر - ۱۸ متری لاله - نیش ۱۰ متری یاسمن پلاک ۱۴ طبقه دوم	ششدانگ	۴/۴۵۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۷۸۰	۲	امیرعلی نیلوفری	مسکونی	اعیان: ۱۳۱/۸۹ مترمربع	تبریز - ولیعصر - خیابان باباطاهر - پلاک ۱۱۰	ششدانگ	۳/۹۵۶/۷۰۰/۰۰۰ ریال
۶۵۶	۳	موسی حامد گلزار	زمین خالی	عرصه : ۲۱۱/۵ مترمربع	تبریز: شهید منتظری - مریم ننه - پلاک ۶۵	سه دانگ	۲/۶۴۴/۶۲۵/۰۰۰ ریال
۴۵۷	۴	صمد حامد گلزار	زمین خالی	عرصه : ۲۱۱/۵ مترمربع	تبریز: شهید منتظری - مریم ننه - پلاک ۶۵	سه دانگ	۲/۶۴۴/۶۲۵/۰۰۰ ریال
۵۸۳	۵	بایرامعلی غفاری فرد بادکوبه	تجاری	عرصه : ۱۲۵۰ مترمربع اعیانی : ۸۳۰ مترمربع	تبریز - کوره باشی - ۳۰۰ متر پایین تر از چهارراه قطران - جنب آموزشگاه رانندگی مهر - کارواش غفاری	دو سهم مشاع از نه سهم پنج دانگ از ششدانگ	۱۴/۸۱۳/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۷۸۱	۶	حمید خانگشی زاده	کارگاهی	عرصه : ۹۰۰ مترمربع اعیانی : ۱۰۳۰ مترمربع	تبریز - جاده سنتو - روبروی بهداشت - جنب کافه سردار	ششدانگ	۳۰/۹۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

رئیس اداره وصول و اجرائیات



پیشنهاد هند برای دو برابر شدن تجارت دوجانبه با ایران

وزیر بازرگانی هند در دیدار با وزیر راه و شهرسازی به گفت‌وگو درباره راه‌های افزایش تجارت و سرمایه‌گذاری میان دو کشور پرداخت. به گزارش ایسنا، یک مقام هندی اظهار کرد سورش پرابو، وزیر بازرگانی و صنعت هند دو برابر شدن تجارت دوجانبه با ایران از سطح فعلی ۱۳۸ میلیارد دلار در پنج سال آینده را پیشنهاد کرده است. پرابو قرار بود دوم اکتبر به ایران سفر کند اما سفر وی به دلایلی به تأخیر افتاد. وزیر بازرگانی هند قرار بود در نشست وزیران کریدور حمل و نقل شمال جنوب شرکت کند. راه‌های افزایش تجارت و سرمایه‌گذاری میان دو کشور در جریان دیدار پرابو و عباس آخوندی، وزیر راه و شهرسازی مورد بحث و بررسی قرار گرفت. این دیدار در شرایطی که آمریکا ایران را هدف تحریم قرار داده است، مهم محسوب می‌شود. آمریکا از هند و سایر کشورها درخواست کرده است واردات نفت از ایران را تا نوامبر قطع کنند در غیر این صورت با تحریم واشنگتن مواجه خواهند شد. پرابو پس از دیدار دو وزیر در توییته نوشت: مذاکرات ما بر توسعه روابط دوجانبه میان هند و ایران فراتر از بخش انرژی و امنیت متمرکز بود. گانش گوپتا، رئیس فدراسیون سازمان‌های صادرات محموله‌های صادراتی به ایران به دلیل تحریم‌های آمریکا ایجاد شده است، رسیدگی کند. ایران سومین صادرکننده بزرگ نفت به هند پس از عراق و عربستان سعودی است. ایران ۱۸۴ میلیون تن نفت خام در فاصله آوریل ۲۰۱۷ تا ژانویه ۲۰۱۸ به هند صادر کرد. تجارت دوجانبه میان هند و ایران در سال مالی ۲۰۱۸-۲۰۱۷ به ۱۳۸ میلیارد دلار در مقایسه با ۱۲۹ میلیارد دلار در سال مالی پیش از آن افزایش یافت. با این حال ارزش صادرات هند به ایران تنها ۲۶۵ میلیارد دلار است در حالی که واردات این کشور از ایران ۱۱۱ میلیارد دلار است.

پیش‌بینی تولید ۱۴ میلیون تن گندم در سال زراعی جدید

کاهش ۲۱ درصدی بارش نسبت به سال قبل

یک مقام مسئول گفت با توجه به افزایش ضریب خوداتکایی گندم پیش‌بینی شده که میزان تولید در سال زراعی ۹۸-۹۷ به ۱۴ میلیون تن برسد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، اسماعیل اسفندیاری پور مجری طرح گندم وزارت جهاد کشاورزی در حاشیه ششمین گردهمایی سراسری کشت محصولات زراعی ۹۸-۹۷ در جمع خبرنگاران درباره برنامه وزارتخانه در راستای تولید گندم اظهار کرد: افزایش ضریب خوداتکایی گندم در برنامه‌های اقتصاد مقاومتی مد نظر قرار دارد و همواره پیش‌بینی کرده‌ایم که در سال زراعی ۹۸-۹۷، تولید گندم به ۱۴ میلیون تن برسد.

وی تأمین و توزیع بذر مناسب گندم را یکی از مهم‌ترین اولویت‌ها برای تحقق پیش‌بینی تولید در سال زراعی ۹۸-۹۷ دانست و افزود: ۴۷۶ هزار تن بذر گواهی شده گندم برای سال زراعی پیش رو در ۹۰ لاین و رقم جدید با کیفیت بالا آماده و در اختیار کشاورزان قرار می‌گیرد. اسفندیاری پور از آغاز کشت گندم از دهه سوم شهریور در مناطق غربی کشور خبر داد و گفت: اکنون بذرهای مورد نیاز فرآوری، غنی‌سازی و بوجاری شده است و هیچ‌گونه افزایش قیمت در حوزه کودهای اصلی که توسط شرکت خدمات حمایتی در اختیار کشاورزان قرار می‌گیرد، نداریم.

این مقام مسئول گفت: با توجه به آنکه بارندگی‌ها هنوز آغاز نشده است، ارقام بذرهای جدید مقاوم به کم‌آبی را در اختیار کشاورزان قرار دادیم مضاف بر آنکه با انجام کشاورزی حفاظتی، کنترل علف‌های هرز و بهبود تغذیه سعی کردیم بهره‌وری را افزایش دهیم. وی میزان بارش در سال زراعی ۹۷-۹۶ را ۱۶۵ میلی‌متر اعلام کرد و افزود: این میزان در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۲۱ درصد و بلندمدت ۲۷ درصد کاهش داشته است.

مجری طرح گندم در پایان تصریح کرد: با به کارگیری تکنولوژی روز و بهبود سطح کشت گندم انتظار می‌رود که به ازای هر مترمکعب سه کیلو گندم تولید کنیم، کما اینکه در سه سال اخیر نیاز گندم را با روش افزایش بهره‌وری در داخل تأمین کردیم.

با افزایش نرخ ارز نمی‌توان از تولید حمایت کرد

رئیس اسبق سازمان امور مالیاتی با بیان اینکه نمی‌توان با یک متغیر چند معادله را حل کرد، گفت که برای حمایت از تولید داخلی تغییر نرخ ارز به تنهایی کفایت نمی‌کند. علی‌اکبر عرب مازار، عضو هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه نمی‌توان با تغییر نرخ ارز به تنهایی از تولید حمایت کرد، گفت: برای حمایت از تولید به مسائل تعرفه‌ای هم باید توجه کنیم. نمی‌توان واردات را ترویج کرد و در عین حال اعتقاد داشت که افزایش نرخ ارز باعث رونق تولید ملی خواهد شد.

هر اختلالی در اقتصاد به دلار ختم می‌شود

این استاد دانشگاه با تأکید بر اینکه فرضیه افزایش صادرات متناسب با کاهش ارزش پول ملی در شرایط اقتصاد سالم مصداق دارد، گفت: در اقتصادی که دولت دلارهای نفتی دارد انواع نابسامانی‌های اقتصادی ایجاد خواهد شد، به طوری که می‌توان گفت شما در کشور هر اختلالی در حوزه‌های اقتصادی مشاهده می‌کنید بخشی از آن به مساله دلار دولتی برمی‌گردد. وی همچنین با بیان اینکه نوسانات ناگهانی قیمت ارز کنترل شده نبوده، اظهار کرد: زمانی که نوسانات شدید قیمت ارز به وجود می‌آید تولید و صادرات نمی‌تواند خود را با آن تطبیق دهد. برای همین هم است که اکنون در برخی از مناطق مرزی غارت کالاهای اساسی اتفاق می‌افتد.

دولت باید به تدبیر قیمت ارز را واقعی می‌کرد

رئیس اسبق سازمان امور مالیاتی با اشاره به تجربه کشور چین در کاهش ارزش پول داخلی خود نسبت به پول‌های خارجی، ادامه داد: چین با این سیاست توانسته از صادرات خود حمایت کند، اما مساله اصلی در اقتصاد این است که ما نمی‌توانیم همه امور اقتصادی را به صورت تک متغیره و یا تقلیدی ببینیم، چرا که شاخص‌های اقتصادی به مسائل بسیار مختلفی ارتباط پیدا می‌کنند.



سوی گمرک با اتحادیه تماس گرفته شد و مشخص شد، مشکل، کد رهگیری بانک و مابه‌التفاوت بوده که خوشبختانه حل شده است. مدیرکل مرکز واردات گمرک در پایان از واحدهای تولیدی و اتحادیه‌ها خواست در صورت بروز هر مشکل گمرکی، مشکلات خود را با مدیران گمرکات اجرایی مطرح کنند و در صورت حل نشدن گمرک ایران آماده رفع این مشکلات است.

بنابر این گزارش، براساس اطلاعات مندرج در سامانه جامع گمرکی و پنجره واحد تجارت فرامرزی گمرک، در پنج ماهه اول سال جاری به مقدار یک‌هزار و ۳۳۰ تن انواع نوشت‌افزار و مواد اولیه آن به ارزش ۹ میلیون و ۵۱۷ هزار دلار وارد کشور شده است که با توجه به ممنوعیت واردات برخی کالاهای نهایی نوشت‌افزار شاهد افزایش واردات مواد اولیه این کالاها از طریق گمرکات به کشور بوده‌ایم. واردات مواد اولیه نوشت‌افزار مشمول تخصیص ارز دولتی است و در گروه دوم کالایی قرار دارد. همچنین مواد اولیه این کالاها معاف از پرداخت مابه‌التفاوت ارز هستند.

کوتاهی داشتیم که خوشبختانه خیلی زود این مشکل با مصوبه جدید هیات وزیران حل شد.

وی در بخش دیگری، به برنامه‌های گمرک در خصوص حمایت از واحدهای تولیدی اشاره کرد و گفت: گمرک همانطور که در سال‌های اخیر برنامه‌هایی در حمایت از واحدهای تولیدی داشت، امسال هم با تشکیل ستادی در گمرک بر چندین موضوع تمرکز شد که از جمله ارائه تسهیلات به واحدهای تولیدی و مواد اولیه از مهم‌ترین آنهاست. مدیرکل مرکز واردات گمرک در برنامه گفت و گوی ویژه خبری ادامه داد: این مسئله به همه گمرکات اجرایی ابلاغ شده است که مستقیماً عمل کنند و ستاد هم وارد عمل شده است، همچنین به همه اتحادیه‌ها و واحدهای تولیدی اعلام کردیم که در صورت برخورد با هر مشکلی، در صورتی که مدیران اجرایی گمرکات نتوانند آن را حل کنند، به ما مراجعه کنند و به مسائل آنها رسیدگی کرده‌ایم.

معاونی به تاسس صورت‌گرفته از سوی گمرک با اتحادیه واردکنندگان لوازم‌التحریر اشاره کرد و گفت: در واکنش به موضوعات مطرح‌شده، از گمرک ایران از واردات یک هزار و ۳۳۰ تن لوازم‌التحریر در پنج ماه سال جاری به کشور خبر داد و اعلام کرد: مشکل واردکنندگان نوشت‌افزار، کد رهگیری بانک و مابه‌التفاوت ارز بوده که با مصوبات جدید هیات وزیران حل شده است.

به گزارش تسنیم، علی مغفولی، مدیرکل مرکز واردات و امور مناطق آزاد و ویژه اقتصادی گمرک گفت: مشکل اتحادیه واردکنندگان لوازم‌التحریر حل شده و روند واردات عادی است.

وی در مورد مسائل مطرح‌شده از سوی اتحادیه واردکنندگان لوازم‌التحریر گفت: در روزهای اخیر موضوعاتی از سوی مسئولان اتحادیه لوازم‌التحریر در خصوص پرداخت مابه‌التفاوت ارزی مطرح شد که خیلی زود با مصوبه جدید هیات وزیران حل شد، برخی موارد از لیست‌های مابه‌التفاوت حذف شد و باقی آنها نیز به بانک‌ها محول شد که با اخذ تعهد اقدام کنند.

مغفولی با اشاره به اینکه رونق واردات روند عادی خود را دارد و در حال حاضر مشکلی وجود ندارد، ادامه داد: ما در یک مقطع، توقف صادرات سیب‌زمینی به نرخ یک دلار صحت ندارد

پیشنهاد افزایش قیمت تضمینی گندم بر مبنای تورم

آن می‌شود. کشاورز ادامه داد: با توجه به آنکه سیب‌زمینی محصول سنگینی است قابلیت قاچاق ندارد و حتماً باید از مبادی رسمی صادر شود از این رو در صورت افزایش بیش از حد قیمت مانع صادرات این محصول خواهیم شد، مضاف بر آنکه قیمت سیب‌زمینی در هیچ کجای دنیا یک دلار نیست چراکه اگر چنین اتفاقی بیفتد کشاورزان ترکیه زودتر از ما دست به کار می‌شوند.

معاون امور زراعت وزارت جهاد کشاورزی قیمت کنونی هر کیلو سیب‌زمینی را سه دهم دلار اعلام کرد و افزود: البته منکر فعالیت واسطه‌ها و احتمال سوءاستفاده واسطه‌گران با افزایش نرخ ارز و در نهایت سودجویی در بازار نیستیم.

وی در پایان درباره قیمت تضمینی گندم تصریح کرد: وزارتخانه پیشنهاد خود را طبق زمان معین برای قیمت تضمینی گندم داده است و انتظار می‌رود بر مبنای تورم این نرخ تا پایان شهریورماه اعلام شود.

اساسی از جمله سیب‌زمینی، سبزی و صیفی برای ما حائز اهمیت است، گفت: درخواست ما از تولیدکنندگان این است که بیش از ظرفیت بازار تولید نکنند. معاون امور زراعت وزارت جهاد کشاورزی در پاسخ به سوال خبرنگاری مبنی بر اینکه آیا صادرات گوجه فرنگی و سیب‌زمینی به عراق از دلایل افزایش قیمت داخل به شمار می‌رود، بیان کرد: با نگاهی به قیمت سیب‌زمینی از اسفند ۹۲ تا یک ماه اخیر درمی‌یابیم که هر کیلو سیب‌زمینی با قیمت ۶۰۰ تومان از کشاورزان خریداری می‌شد و با نوسانات نرخ ارز موجب شد میل به صادرات سیب‌زمینی افزایش یابد.

وی در پاسخ به این سوال که آیا صادرات هر کیلو سیب‌زمینی از مناطق مرزی به بازارهای هدف به نرخ یک دلار صحت دارد، تأکید کرد: ما در مناطق مرزی تولید سیب‌زمینی نداریم و اگر دولت ببیند قیمت این محصول بیش از حد در حال افزایش است مانع صادرات

معاون امور زراعت وزارت جهاد کشاورزی گفت که قیمت سیب‌زمینی در هیچ کجای دنیا یک دلار نیست چراکه اگر چنین اتفاقی بیفتد کشاورزان ترکیه زودتر از ما دست به کار می‌شوند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، عباس کشاورز در حاشیه ششمین گردهمایی سراسری کشت محصولات زراعی سال ۹۸-۹۷ در جمع خبرنگاران با اشاره به اینکه کمبود آب و خشکسالی از ویژگی‌های بارز آب و هوایی کشور به شمار می‌رود، اظهار کرد: بهره‌وری از آب، تمرکز بیشتر بر آب باران، توجه به تنظیم بازار، مدیریت بازار و امنیت غذایی کشور در دستور کار وزارتخانه قرار دارد.

وی افزود: تلفیق منابع ملی با منافع کشاورزان از جمله اولویت‌های پیش روی وزارتخانه به شمار می‌رود چرا که تولید گندم، شکر و همچنین توجه به افزایش تولید برنج و ذرت برای ما امری مهم به شمار می‌رود. کشاورز با اشاره به اینکه حفظ استمرار پایدار تولید محصولات

نیازی به واردات شکر در سال ۹۸ نداریم

پیشنهاد افزایش ۷ تا ۸ درصدی نرخ چغندر قند

را ۳۰۳ تومان اعلام کرد و گفت: امسال انتظار می‌رود که ۷ تا ۸ درصد به این نرخ افزوده شود.

وی درباره آخرین وضعیت تولید چغندر قند در سال زراعی ۹۶-۹۷ بیان کرد: در سال زراعی ۹۶-۹۷ بیش از یک میلیون و ۲۰ هزار تن چغندر قند بهار تولید شده است.

یزدانی در پایان تصریح کرد: با توجه به آنکه ذخایر شکر با اتکا بر تولید داخل تا تیرماه سال ۹۸ جوابگوی نیاز کشور است، نیازی به واردات نداریم.

افزود: با توجه به افزایش عملکرد چغندر بهاره و همچنین افزایش سطح زیرکشت چغندر پاییزه انتظار می‌رود که تولید به ۸ میلیون تن برسد. یزدانی از افزایش ۷ تا ۸ درصدی پیشنهاد نرخ خرید تضمینی چغندر قند خبر داد و گفت: انتظار می‌رود که شورای اقتصاد با این نرخ موافقت کند و هرچه زودتر نرخ را اعلام کند چرا که اعلام به‌موقع نرخ در تصمیم‌گیری کشاورزان تأثیر بسزایی دارد.

مجری طرح چغندر قند وزارت جهاد کشاورزی نرخ تضمینی هر کیلو چغندر قند بهاره در سال زراعی گذشته را ۳۰۹ تومان و چغندر پاییزه

مجری طرح چغندر قند وزارت جهاد کشاورزی گفت با توجه به ذخایر مطلوب شکر با اتکا بر تولید داخل تا تیرماه سال ۹۸ نیازی به واردات نداریم. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، علیرضا یزدانی در حاشیه ششمین گردهمایی سراسری کشت محصولات زراعی ۹۷-۹۸ در جمع خبرنگاران از افزایش سطح زیرکشت چغندر پاییزه نسبت به سال گذشته خبر داد و گفت: امسال سطح زیرکشت چغندر قند پاییزه از ۱۷ هزار هکتار به ۲۳ هزار هکتار می‌رسد.

وی با اشاره به اینکه سطح زیرکشت در چغندر بهاره ثابت می‌ماند،

اخبار

امکان ثبت نام مشتریان اخیر سایپا در طرح پیش فروش آتی ایران خودرو وجود ندارد

مشتریانی که در طرح فروش اخیر شرکت سایپا ثبت نام کرده‌اند، امکان حضور در طرح آتی پیش فروش محصولات ایران خودرو را نخواهند داشت.

به گزارش ایکو پرس، گروه صنعتی ایران‌خودرو به منظور توزیع عادلانه محصولات میان مشتریان واقعی طبق هماهنگی با گروه خودرو سازی سایپا، کدملی تمام مشتریانی را که در طرح پیش‌فروش این شرکت ثبت‌نام نموده‌اند را دریافت خواهد کرد. برمینای این گزارش، هدف گروه صنعتی ایران‌خودرو، این است که خودروهای تولیدی این گروه صنعتی در جامعه بین مصرف‌کنندگان و مشتریان نهایی توزیع شود و کسانی برای خرید خودرو اقدام کنند که صرفا نیازمند خودروی شخصی و مصرف‌کننده واقعی هستند.

با توجه به فروش اخیر محصولات شرکت سایپا و استفاده گروهی از هموطنان از شرایط ارائه شده توسط این شرکت، گروه صنعتی ایران‌خودرو، از مدیریت ارشد این شرکت درخواست نمود تا لیست کدملی مشتریانی را که در ثبت‌نام اخیر موفق به ثبت‌نام شده‌اند به این گروه صنعتی اعلام نمایند تا از ثبت‌نام نامبرگان در طرح پیش‌فروش آتی ایران‌خودرو جلوگیری شود.

گروه صنعتی ایران‌خودرو قرار است به‌زودی طرح پیش‌فروش ۴۰ هزار دستگاه از محصولات خود را به اجرا گذارد.

عرضه ۲۵ هزار خودرو توسط ایران خودرو در روزهای آتی محصولات با قیمت قدیم به فروش می‌رسد

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس، گفت ۲۵هزار خودرو با قیمت قدیم طی روزهای آتی توسط ایران‌خودرو به بازار عرضه می‌شود، این خودروها محصولاتی هستند که در انبارها وجود دارند و باید هرچه سریع‌تر عرضه شوند.

نادر قاضی‌پور در گفت‌وگو با خبرگزاری خانه ملت، درخصوص عرضه خودرو به بازار توسط خودروسازان داخلی، اظهار داشت: خودرو طی یک روز تولید نمی‌شود بلکه براساس برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفت از چندماه گذشته تولید می‌شود، برخی از قطعات مورد نیاز خودروسازان وارداتی هستند که مشکلات گمرکی و ارزی داشتند.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه سایپا حدود ۵۰ هزار و ایران‌خودرو حداقل ۲۵ هزار خودرو آماده عرضه داشتند که به دلیل کمبود قطعاتی کوچک در انبارها مانده بودند، گفت: با پیگیری‌های صورت‌گرفته توسط رئیس کمیسیون صنایع و معادن قطعات مورد نیاز این تعداد خودرو از گمرک ترخیص شد تا هرچه سریع‌تر به منظور کاهش تنش موجود به بازار عرضه شوند.

نماینده مردم ارومیه در مجلس شورای اسلامی با اشاره به اینکه ۲۵ هزار خودرو توسط ایران‌خودرو به بازار عرضه می‌شود، ادامه داد: اگر قطعه‌سازان را حمایت و نقدینگی آنها را تامین کنیم می‌توانیم تولید دو خودروساز بزرگ کشور را به میزان یک میلیون و ۲۰۰ هزار خودرو افزایش دهیم.

این نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی با تاکید بر اینکه قطعات مورد نیاز خودروهای انبار شده در پارکینگ خودروسازان اساسی نبود، عنوان کرد: به صورت مثال به دلیل کمبود قطعاتی مانند شیشه‌بالابر خودروهای تولیدی به بازار عرضه نمی‌شد. وی درخصوص شائبه عدم کمبود قطعه بهانه خودروسازان برای عدم تزریق خودروهای تولیدی به بازار بوده است، گفت: چنین موضوعی وجود داشته و باید بررسی شود، به صورت مثال تولید چندین هزار خودرو به دلیل نبود سنسور ایربگ تکمیل نشده بود. قاضی‌پور با بیان اینکه ۲۵هزار خودرو با قیمت قدیم طی روزهای آتی توسط ایران‌خودرو به بازار عرضه می‌شود، تصریح کرد: خودروهایی که به بازار عرضه می‌شود محصولاتی هستند که در انبارها وجود دارند و باید هرچه سریع‌تر عرضه شوند.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در پایان با تاکید بر اینکه قطعه‌سازان داخلی می‌توانند قطعه مورد نیاز خودروسازان را به شرط خرید نقدی با قیمت تعیین‌شده توسط سازمان حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده تولید کنند، در پایان خاطرنشان کرد: بانک مرکزی باید تسهیلات را با سود کم به منظور خرید قطعه و پرداخت مطالبات قطعه‌سازان در اختیار ایران‌خودرو و سایپا قرار دهد.

انحصار؛ عامل اصلی مشکلات کنونی بازار خودرو

سختگوی کمیسیون اصل نود مجلس شورای اسلامی، انحصار و حمایت‌های انحصاری از صنعت خودروی کشور را عامل اصلی مشکلات کنونی بازار خودرو دانست. بهرام پارسی در مصاحبه با خبرگزاری صدا و سیما، افزود: در چندین دهه به‌صورت خاص از خودروسازی‌های داخلی حمایت کردیم در حالی‌که در هیچ یک از خودروسازی‌های دنیا چنین حمایت‌های انحصاری وجود ندارد که این نبود فضای رقابتی منجر شد خودروسازان ما به مشکل برسند. وی اضافه کرد: تنها راه حل وضع فعلی بازار خودرو، شکستن فضای انحصاری و ایجاد فضای رقابتی است تا صنعت خودرو رشد کند و در زمان‌های خاص اینگونه دچار مشکل نشود.

پارسیایی گفت: بازاری که الان در خودرو به‌وجود آمده و افزایش قیمت‌های آن کاملا کاذب است و با قیمت واقعی آن بسیار فاصله دارد و همین فاصله قیمت‌ها موجب تقاضای زیاد برای خرید خودرو شده است، وی افزود: اگر بازار خودرو با در نظر گرفتن معیارهای حمایتی از صنعت خودرو، به روی خودروهای وارداتی باز می‌بود تقاضا اینقدر افزایش نمی‌یافت، به اندازه تقاضا می‌توانستیم عرضه کنیم و شاهد افزایش حبابی قیمت خودرو نبودیم.

سختگوی کمیسیون اصل نود مجلس گفت: راه حل این مسئله در تصویب طرحی است که هم‌اکنون در دستور کار مجلس قرار دارد و براساس آن راه حل‌های مختلفی برای ساماندهی بازار خودرو پیش‌بینی شده است.

قطعه‌سازان ملزم به پرداخت مابه‌التفاوت ارزی شدند



روز روشن دست در جیب قطعه‌سازان کرده‌اند و تولیدکنندگان برای اجناسی که بر مبنای ارز ۴۲۰۰ تومانی خریداری و وارد گمرک کشور کرده‌اند ملزم به پرداخت تفاوت نرخ ارز ۴۲۰۰ تومان تا نرخ ارز ثانویه هستند.

وی افزود: در این شرایط قطعه‌سازان آنچنان درگیر تامین نقدینگی و مواد اولیه مورد نیازشان هستند که بحث افزایش قیمت در اولویت بعدی قرار گرفته ولی آنچه که گریزناپذیر است این است که هیچ راهی به جز آزادسازی قیمت خودرو وجود ندارد.

وی در ادامه اظهار داشت: هم‌اکنون قطعه‌سازان با کمتر از ۵۰درصد از ظرفیت تولید فعالیت می‌کنند زیرا مواد اولیه در اختیار ندارند و مشکل کمبود مواد اولیه تنها مربوط به مواد خارجی نیست بلکه در حوزه مواد اولیه داخلی نیز با مشکلات زیادی مواجه هستیم.

مازیار بیگلو تصریح کرد: در حوزه تامین مواد اولیه داخلی مانند فولاد، مس، محصولات پتروشیمی و آلومینیوم مشکلات شدیدتر است زیرا راهکار واحدی برای تامین ارائه نمی‌شود و هنوز به درستی مشخص نشده قطعه‌سازان مواد اولیه مورد نیاز خود را از کدام مرجع و

هفت خوان خرید خودرو

اظهارات عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس، حدود ۲۴هزار خودرو در شرکت ایران خودرو و ۱۶هزار خودرو در سایپا به صورت ناقص در خط تولید قرار دارند و در صورتی قطعات وارداتی این خودروها از گمرک ترخیص می‌شوند که خودروسازان محصولات خود را با شرط عدم فروش تا یک‌سال پیش‌فروش کنند. درواقع این شرایط ویژه فروش در راستای حذف دلالتی کاذب در بازار خودرو است تا بدین صورت قیمت‌ها در بازار آزاد روز به روز افزایش نیابد و خریدار واقعی، خودرو بخرد. از طرف دیگر، یکی از شروط فروش سایپا این بود که خریدار نباید در ۱۸ ماه گذشته از این گروه خودروسازی، محصولی خریده باشد. برخی کارشناسان اعتقاد دارند ممنوعیت فروش خودرو تا یک سال برای مالکی که کل پول خودرو را پرداخته، درست نیست.

هر نفر فقط یک خودرو

پس از ممنوعیت حق فروش خودرو تا یک سال، دومین شرط برای فروش خودرو این است که به هر فرد فقط یک خودرو براساس شماره ملی فروخته می‌شود. در این باره رئیس شورای رقابت بیان کرد: «مشکل اصلی نیاز به قطعه است که خودروسازان در انتظار قطعه هستند تا خودروهای خود را عرضه کنند. تولید خودروسازان در ماه گذشته به نسبت کاهش یافته و در مقابل با افزایش تقاضا روبه‌رو بوده‌ایم.» از آنجا که تعداد زیادی از متقاضیان خودرو را دلالتن تشکیل می‌دهند، با ایجاد چنین شرطی، افراد نمی‌توانند برای خرید چند خودرو ثبت نام کنند و ناچارند تنها یکی از محصولات سایپا یا ایران خودرو را انتخاب کنند و با توجه به اینکه تا یک سال نیز حق فروش ندارند، درنتیجه، مشکل اختلاف قیمتی بازار آزاد با کارخانه تا حدود زیادی حل می‌شود.

افزایش قابل توجه قیمت لوازم یدکی خودرو و رواج قطعات تقلبی در بازار ایران

افزایش هزینه‌های حمل و نقل، لوازم بسته‌بندی مانند بشکه، مواد پتروشیمی تهیه ظروف پلاستیکی، دستمزد، نرخ حامل‌های انرژی و به ویژه افزایش قیمت روغن پایه در کنار افزایش نرخ ارز اتفاق افتاده است. نیک‌آیین در ادامه افزود: شرکت‌های تولیدکننده روغن موتور می‌گویند قیمت روغن پایه توسط شرکت نفت افزایش پیدا کرده و با این روند، نرخ انواع محصولات روغنی نسبت به سه ماه پیش افزایش پیدا کرده است. روغن موتور تولید داخلی بیشترین سهم را در بازار دارد و با این وجود، وابستگی افزایش قیمت روغن موتور به نرخ دلار نیز مشهود است. این عوامل در کنار توقف عرضه روغن موتور توسط برخی شرکت‌های تولیدکننده از یک ماه و نیم پیش باعث شده قیمت انواع روغن موتور در بازار حدود ۴۰درصد افزایش پیدا کند.

رئیس اتحادیه مکانیسیں‌های خودروی تهران اضافه کرد: کمبود لوازم یدکی خودرو از جمله روغن موتور باعث پیدایش محصولات تقلبی در بازار شده است. انواع شمع، تسمه پروانه و تسمه تایم تقلبی با برچسب برندهای معروف در بازار عرضه می‌شوند و این قطعات تقلبی به دلیل کمبود قطعات اصلی در بازار به سرعت مصرف می‌شوند. در حال حاضر، قطعات تقلبی چینی با برچسب‌های برندهای معتبر مانند

در حالی که براساس ماده ۵ بسته حمایتی، واردکنندگان برای ترخیص کالاهای موجود در گمرک، ملزم به پرداخت تفاوت نرخ ارز ۴۲۰۰ تومان تا نرخ ارز ثانویه هستند، اواخر مردادماه وزیر صنعت، معدن و تجارت از ارائه پیشنهادی برای انجام واردات مواد اولیه، تجهیزات و ماشین‌آلات برای تولید داخلی بدون پرداخت تفاوت نرخ ارز ۴۲۰۰ تومان تا نرخ ارز ثانویه خبر داد، اما امروز دبیر انجمن قطعه‌سازان از الزام پرداخت این مابه‌التفاوت خبر داد.

دبیر انجمن قطعه‌سازان در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، گفت: بند معافیت پرداخت مابه‌التفاوت ارزی شامل قطعاتی است که پیش از تاریخ ۱۶مرداد فرآیند ترخیص آن‌ها انجام شده است لذا متأسفانه قطعه‌سازان برای ترخیص قطعات و مواد اولیه خود که در گمرک مانده‌اند باید این مابه‌التفاوت را پرداخت کنند.

مازیار بیگلو تصریح کرد: قطعه‌سازان تمام تلاش خود را به کار بستند تا طی چند ماه گذشته و پیش از آغاز تحریم‌ها تمام قطعات و مواد اولیه مورد نیاز خود را را وارد گمرکات کشور کنند، اما متأسفانه گمرک و بانک مرکزی همسو با تحریم‌های آمریکا حرکت می‌کنند و عملا در

گرانی خودرو از چند ماه قبل آغاز شد، ولی در چند هفته گذشته این روند به حدی اوج گرفت که اکنون قیمت‌ها غیرقابل کنترل شده است و اختلاف قیمت کارخانه با بازار آزاد برای بعضی محصولات حتی به ۱۰۰ میلیون تومان می‌رسد! این در حالی است که شرکت‌های خودروسازی تمایلی برای فروش محصولات خود ندارند، درنتیجه فرصتی برای دلالتن و واسطه‌ها فراهم شده تا از آب گل‌آلود ماهی بگیرند و خودروها را با هر قیمتی به فروش برسانند. از طرف دیگر، خودروسازان شرایط عجیبی را برای پیش‌فروش ائومبیل تدارک دیده بودند که در آن، خریدار باید از چند خوان رد شود.

حدود یک هفته قبل، سعید باستانی، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس، خبر از طرح «فروش» نقدی با قیمت قطعی و براساس کد ملی مشتریان برای تحویل ۴۵ روزه خبر داد. با این حال، طرح فروش سایپا کاملا متفاوت بود. طرحی که سایپا به اجرا گذاشت پیش‌فروش با «قیمت غیرقطعی» و تحویل برای هفته چهارم آبان تا هفته چهارم خرداد بود؛ طرحی که هیچ نفعی برای متقاضیان نداشت و فقط به لحاظ فشار روانی روی این خودروساز به اجرا درآمد.

عدمفروش تا یک سال

مسئولان خودروسازی چندی پیش اعلام کردند می‌خواهند چندهزار دستگاه ائومبیل را به فروش برسانند، ولی با توجه به روند افزایشی قیمت‌ها، هیچ‌کدام از کمپانی‌های خودروسازی تمایل به فروش محصولات خود نداشتند، تا اینکه هفته قبل شرط جالبی برای خرید خودرو مطرح شد. طبق توضیحات عضو کمیسیون صنایع مجلس درباره نحوه فروش و عرضه ۴۰ هزار خودروی جدید به بازار، صاحبان خودروهای جدید تا یک سال قادر به فروش آنها نخواهند بود! براساس

با افزایش نرخ ارز و مشکلات مربوط به واردات، قیمت لوازم یدکی خودرو و سرویس‌های تعمیر ماشین به شدت افزایش پیدا کرده است و علاوه بر آن، شاهد رواج قطعات یدکی تقلبی در بازار ایران هستیم. این روزها موج گرانی خودرو به لوازم یدکی و سرویس‌های دوره‌ای و تعمیر خودرو نیز رسیده است و قیمت لوازم یدکی خودرو در بازار حتی تا سه برابر هم افزایش پیدا کرده است. افزایش قیمت ماشین‌های داخلی و خارجی، رشد شدید نرخ ارز، مشکلات تامین و تخصیص ارز برای واردات قطعه و دپوی قطعات توسط برخی واردکنندگان سودجو باعث شده بسیاری از قطعات و لوازم مصرفی خودرو در بازار کمیاب شود و علاوه بر افزایش قیمت، شاهد عرضه قطعات یدکی تقلبی در بازار باشیم.

با گذری در بازار متوجه می‌شویم که قیمت روغن موتور تا ۴۰درصد، قیمت باتاقان خودرو تا ۳۰۰درصد و قیمت لنت ترمز، دیسک و صفحه کلاچ، شمع، تسمه پروانه و تسمه تایم تا سه برابر افزایش پیدا کرده و مالکان خودروها را به دلیل هزینه‌های سنگین تعمیرات و دریافت خدمات با مشکلات بسیاری مواجه کرده است.

علیرضا نیک‌آیین، رئیس اتحادیه مکانیسیں‌های خودروی تهران در مورد افزایش قیمت روغن موتور گفت: گرانی روغن موتور به دلیل



ایده‌های استارت‌آپی که موجب توان‌افزایی اقتصادی شود حمایت می‌کنیم

معاون توسعه روستایی و مناطق محروم ریاست جمهوری گفت تمام ایده‌های استارت‌آپی به‌ویژه در روستاها که منجر به توان‌افزایی اقتصادی و پایداری اشتغال شود مورد حمایت مادی و معنوی قرار می‌گیرد. سید ابوالفضل رضوی در حاشیه مراسم اختتامیه اولین استارت‌آپ روستایی منطقه یک کشور در فروین در گفت‌وگو با خبرنگار مهر اظهار داشت: تلاش می‌کنیم همه ایده‌های منتخب در این دوره از استارت‌آپ را تجاری‌سازی کرده و عملیاتی کنیم. وی اضافه کرد: نقش استارت‌آپ‌ها در توسعه و اشتغال بسیار مهم است و امروز باید بپذیریم مشکلات مناطق روستایی بدون مشارکت استارت‌آپ‌ها حل نخواهد شد زیرا هم سرعت‌دهنده معرفی محصولات و تولیدات روستایی هستند و هم می‌توانند به کاهش واسطه‌ها کمک کنند.



دریچه

برای شناسایی الگوهای حقیقی، از آینده به امروز نگاه کنید

من به یاد دارم که یکی از این شرکت‌های استارت‌آپ در عرض ۳ سال حدود ۷۰ میلیون دلار را به باد داد و تقریباً هیچ سودی نیز به دست نیاورد و من به عنوان یکی از مدیران ارشد و بلندپایه در دفتر و حضور سایر همکاران به مدیرعامل التماس می‌کردم که خرج‌های اضافی را متوقف و بر جذب مشتری تمرکز کند.

ولی هر بار با جمله «این بار متفاوت است» روبه‌رو می‌شدم و تصور می‌کردم که واقعا تغییری در راه است ولی اوضاع هرگز تغییر نکرد. در نهایت شرکت ورشکست شد و من آموختم که حضور در یک شرکت (یا دوره زمانی) قدرت قضاوت و واقع‌بینی شما را نابود خواهد کرد.

سربلندی در آزمون زمان چاک کلاسترمن (Chuck Klosterman) نظری در این رابطه دارد: «ما باید از آینده به امروز نگاه کنیم.» به زبان ساده، ما باید خود را در شرایط آینده قرار دهیم و سپس در دوره و وضعیتی کاملا متفاوت به امروز نگاه و تصمیم‌گیری کنیم.

به نظر شما این جمله در چه سالی نوشته شده است: «ما از برجسپ‌های احمقانه خسته شده‌ایم، ما از کارهای بی‌هدف و سرانجام خود به ستوه آمده‌ایم، و قضاوت‌ها ما را بیمار کرده‌اند... نسل ما در برابر بازاریابی مقاومت می‌کند.»

به نظر چندان قدیمی نیست ولی این جملات در سال ۱۹۹۰ و در یک تبلیغ تلویزیونی مورد استفاده قرار گرفته‌اند. میزان شباهت آن با شرایط و دنیای امروز کمی ترسناک است.

اکثر الگوها و محصولات امروز در آینده فراموش خواهند شد و به سادگی در مقابل آزمون زمان شکست خواهند خورد. «تبلیغات اینترنتی»، «بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی» یا «بازاریابی در فیس‌بوک» و سایر روش‌های مشابه نیز سرنوشتی جز نابودی نخواهند داشت.

با پرسیدن یک سوال ساده می‌توان تفاوت میان یک هیجان ساده و زودگذر و یک الگوی پایدار را متوجه شد: «آیا این یک هیجان یا یک الگو است؟»

سنت گودین (Seth Godin) تحلیلی هنرمندانه ارائه می‌کند: «هیجان محبوب است، چون محبوب است! ما به دلیل شوق و ذوق دوستان و اطرافیان در دام یک هیجان گرفتار می‌شویم، ولی از سوی دیگر یک الگو با گذشت زمان قدرتمندتر خواهد شد، زیرا تنها بخشی از یک لحظه نیست. یک ابزار است، یک رابط، که با گذشت زمان به ارزش آن افزوده شده و افراد بیشتری با آن تعامل خواهند داشت و تنها هنگام کاهش جذابیت یک هیجان متوجه قدرت حقیقی یک الگو خواهیم شد.»

حرکت به سمت زندگی سالم یک الگو است، ولی آیا «حذف گلوتن و نان» یا «ژیم‌های پاک» هیجان هستند؟ من به دلیل مشکلات گوارشی و جسمی قادر به هضم گلوتن نیستم و از نظر شخصی مثل من، «حذف گلوتن» تنها یک هیجان زودگذر است. شما هم‌اکنون تاثیر تبلیغات بر علیه نوشابه، فست‌فود و تنقلات مضر را به وضوح مشاهده می‌کنید (صفر!).

نظر شما چیست؟ آیا شما نیز با چنین الگوها و هیجاناتی آشنا هستید؟

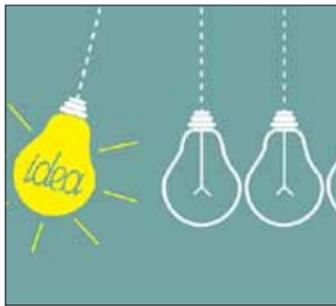
منبع: marketingweek

<https://www.marketingweek.com/2018/07/23/>

اجرای طرح مدرسه فصلی خلاقیت و ایده‌پردازی در ۱۵ شهرستان فارس

به دلیل عدم آشنایی در کارهای تیمی، چندرسانه‌ای، مهارت حل مسئله و حتی عدم آشنایی با تفکر خلاق و خلاقیت ایده‌پردازی در رویدادهای استارت‌آپ موفق نمی‌شدند. شریف خاطر نشان کرد: در روند اجرای این

طرح، به دانش‌آموزان منتخب در یک دوره سه روزه آموزش‌هایی در رابطه با خلاقیت، ایده‌پردازی و کار گروهی آموزش داده شد و پس از آن منتخبین باید تکالیفی را ظرف ۱۵ تا ۳۰ روز در قالب دفترچه ایده‌ها تهیه می‌کردند. وی اضافه کرد: پس از تهیه و تحویل دفترچه‌ها، یک سری از دانش‌آموزان مردود و یک سری انصراف دادند و تنها حدود ۵۰ درصد از آنها مجدداً طی سه روز آموزش‌های لازم به آنها داده شد. رئیس بنیاد نخبگان فارس ادامه داد: پس از گذشت دو سال از اجرای این طرح در ۱۵ شهرستان یک جشنواره با حضور ۸۵۰ دانش‌آموخته برگزار شد که پس از داوری ۸۵ نفر آنها به عنوان نفرات برگزیده معرفی شدند که در مرحله نهایی داوری، تنها ۳۲ نفر به عنوان سفیران علمی این بنیاد انتخاب شدند.



رئیس بنیاد نخبگان استان فارس با اشاره به اجرای طرح مدرسه فصلی خلاقیت و ایده‌پردازی در ۱۵ شهرستان استان، گفت این طرح از سه سال پیش تاکنون در دستور کار قرار گرفته و در آینده‌ای نزدیک در

همه شهرستان‌های فارس اجرایی می‌شود. حبیب شریف در گفت‌وگو با ایسنا، رویکرد بنیاد ملی نخبگان را هدایت استعداد‌های برتر، نخبه‌پروری، نخبه‌شناسی، نخبه‌گزینی و نخبه‌گماری در راستای سند راهبردی امور نخبگان عنوان کرد. وی با اشاره به اینکه فارس در امر تربیت، آموزش، افزایش مهارت و نخبه‌پروری پیشگام است، افزود: به کمک نخبگان مستقر در بنیاد نخبگان استان طرحی تحت عنوان «مدرسه فصلی خلاقیت و ایده‌پردازی» ویژه دانش‌آموزان استعداد‌های برتر شناسایی در دستور کار قرار گرفت که در این راستا نخستین مدرسه خلاقیت و ایده‌پردازی فارس در شهرستان کارون راه‌اندازی شد. رئیس بنیاد نخبگان استان فارس ادامه داد: با رصد و پایش دانش‌آموزان متوجه وجود ضعف در سیستم گروهی کارآفرینی میان آنها شدیم. دانش‌آموزان

روزهای بارانی اچ‌تی‌سی و افت ۵۳ درصدی فروش

شاهد تغییرات ساختاری شایان توجهی بود و طی این تغییرات، دو بخش موبایل و واقعیت‌مجازی این شرکت با یکدیگر ادغام شدند. هدف تابوایی‌ها از این تغییر، یکپارچه‌سازی بخش مدیریت و کاهش هزینه‌های عملیاتی بود.

جاهطلبی‌های اچ‌تی‌سی در بازار گوشی‌های هوشمند هم به‌تدریج رو به افول گذاشته است؛ گواه این ادعا نیز کاهش مدل‌های عرضه‌شده توسط این شرکت باسابقه تابوایی در سال جاری میلادی است. در ماه جولای، اچ‌تی‌سی خبر از تعدیل نیروی ۱۵۰۰ نفری داد تا بدین شکل تابوایی‌ها با حدود یک‌چهارم از نیروی کاری خود در جهان خداحافظی کنند؛ هرچند که بیشینه افرادی که کار خود را از دست می‌دهند، ساکن تایوان هستند. در ماه ژانویه سال جاری اچ‌تی‌سی مبلغ ۱.۱ میلیارد دلار از گوگل دریافت کرد. این مبلغ می‌تواند افت فروش محصولات اچ‌تی‌سی را جبران کند، اما در مقابل، گوگل می‌تواند دسترسی نامحدودی به پتنت‌های این شرکت تابوایی داشته باشد. یکی دیگر از نکات حائز اهمیت در رابطه با توافق گوگل و اچ‌تی‌سی، مهاجرت صدها مهندس از این شرکت تابوایی به گوگل بود.



افت فروش اچ‌تی‌سی همچنان ادامه دارد و آمار فروش این شرکت در ماه آگوست نشان‌دهنده افت ۵۳ درصدی در مقایسه با سال گذشته است. به گزارش زومیت، کاهش فروش اچ‌تی‌سی در ماه آگوست نیز ادامه داشته

و این شرکت تابوایی افت فروش ۴۵.۲ میلیون دلاری را تجربه کرده؛ رقمی که نشان‌دهنده افت ۵۳ درصدی فروش در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته است. فروش ۴۵.۲ میلیون دلاری اچ‌تی‌سی در آگوست، حتی از فروش این شرکت در ماه پیشین نیز کمتر است؛ شایان ذکر است که ماه گذشته اچ‌تی‌سی کمترین میزان فروش را در ۱۵ سال اخیر فعالیتش تجربه کرده بود. در هشت ماه ابتدایی سال جاری میلادی، فروش اچ‌تی‌سی در مجموع به رقم ۵۹۶ میلیون دلار رسیده که نشان‌دهنده افت سالانه ۵۴ درصدی است. این خبر در حالی منتشر می‌شود که HTC اخیراً گواهی میان‌رده جدیدی با نام یو ۱۲ لایف را برای بازارهای اروپایی و آسیایی عرضه کرده است. این محصول جدید توسط اچ‌تی‌سی به‌تولید نمی‌رسد و احتمالاً نمی‌تواند کمک شایانی برای بهبود اوضاع وخیم این شرکت تابوایی باشد. اچ‌تی‌سی در اوایل سال ۲۰۱۸



استارت‌آپ‌ها در تقویت کسب و کارهای نوین و تجاری شدن ایده‌ها موثرند

مدیرکل فرهنگی و اجتماعی معاونت توسعه روستایی ریاست جمهوری گفت استارت‌آپ‌ها در تقویت کسب و کارهای نوین و تجاری شدن ایده‌های کاربردی نقش کلیدی دارند و باید مورد حمایت قرار گیرند. به گزارش مهر، کامران کلانی در مراسم اختتامیه نخستین رویداد استارت‌آپی روستایی منطقه یک کشور که سه‌شنبه شب در دانشگاه آزاد اسلامی قزوین برگزار شد، اظهار داشت: حرکت به سوی نوآوری و ایجاد تغییر در ترکیب محصولات و خدمات در قلمرو فعالیت‌های کسب و کار نو امروز یک ضرورت است و برگزاری رویدادهای استارت‌آپی می‌تواند ایده‌ها را به کاربرد عملی تبدیل کرده و با هدف هم‌افزایی و ایجاد ارتباط افراد صاحب ایده حرکت رو به جلو را محقق کند.

یادداشت

۱۱ چشم‌اندازی که مدیران با شنیدن نظرات مشتریان به‌دست می‌آورند

می‌شود ارزشی غیرقابل‌وصف دارد، خصوصاً زمانی که از آن‌ها برای گرفتن تصمیمات استراتژیک در مورد مسیر حرکتی شرکت استفاده شود. (Marcus Turner)

۶- ایده‌ها در مفاد مختلف

گاهی اوقات مشتریان مفادی را ارائه می‌کنند که بعضاً با یک حقیقت تلخ و تکان‌دهنده همراه است و یک کارمند هیچ‌گاه قادر به بیان آن نیست. طبیعتاً برای یک میلیارد، فراموش کردن زاویه دید میلیون‌ها مشتری و روتین‌های ساده و شمردن پول خرده‌هایشان و محصولات مرجوعی آسان است. نگهداری ریتم تجارت و مشتریان از اهمیت بالایی برخوردار و بهترین راه آن گفت‌وگو با مشتریان است (Timothy McGuire).

۷- بینش بسیار ارزشمند

درک مشکلات مشتریان در هر سطحی و همچنین در سطح مدیریت، از اهمیت بسزایی برخوردار است. می‌توان از ایمیل‌ها به‌عنوان داده‌های ورودی برای تشخیص مشکلات و فرصت‌هایی که در میان مشتریان اتفاق می‌افتد استفاده کرد. با این روش می‌توان از صحیح بودن روش ارتباطات با مشتریان و رساندن پیام به افراد موردنظر اطمینان کسب کرد و از نکات حرکتی صنف و تکنولوژی‌هایی که بر مشتریان تأثیر می‌گذارد باخبر شد. (Nelson Petracek)

۸- جمع‌آوری دقیق بازخوردها

گرفتن بازخورد مستمر از مشتریان برای یک تشکیلات از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، اما طریقه گرفتن این بازخوردها نیز مهم است. از ایمیل‌های انتقادی مشتریان چشم‌اندازهای مهمی استخراج می‌شوند، اما روشی پیوسته‌تر و سیستماتیک می‌تواند شرکت‌ها را از سبک فکری مشتریان باخبر سازد. با ارائه این نقاط نظر مشتریان به سهامداران، شرکت به‌سمت مشتری‌محوری حرکت خواهد کرد. (Alan Price)

۹- کم شدن سلسله‌مراتب

قطع رابطه با مشتریان یکی از بزرگ‌ترین اشتباهاتی است که توسط مدیران صورت می‌پذیرد؛ مخصوصاً برای مدیران عامل. تجارت شما، مشتریان‌تان هستند، بنابراین اگر آن‌ها را نشناسید، تجارت خود را نخواهید شناخت. هیچ تحقیقی در مورد بازار با شنیدن صدای مشتریان برابری نمی‌کند. در نهایت، مدیران و کارمندان باید دست‌در‌دست یکدیگر برای خدمت به مشتریان تلاش کنند. (Nick Chandi)

۱۰- پالس نیازها و خواسته‌ها

حتی با پیش‌بینی دقیق مشکلات احتمالی، انتقادات مشتریان می‌تواند فرصتی مناسب جهت تصمیم‌گیری در مورد چگونگی رفع مشکلات مشتریان و بهبود تجربه آن‌ها فراهم کند. مدیران سطح بالا با گرفتن پالس نیازها و خواسته‌های مشتریان، می‌توانند سریع‌تر و موفق‌تر مشکلات را حل کنند. (Greg Cruikshank)

۱۱- نظرات طلایی مرتبط با استراتژی

حرف‌های مشتریان خود را بشنویید. آن‌ها در مورد آنچه می‌خواهند و چرایی آن به شما توضیح خواهند داد و در مورد مشکلاتی که می‌توانند به تجارت شما ضربات جبران‌ناپذیری وارد کنند، هشدار خواهند داد. یکی از نکات مهم این است که به‌ازای هر مشتری که زمانی را صرف انتقاد از شرکت شما به‌وسیله ایمیل یا شبکه‌های اجتماعی کرده است، تعداد زیادی مشتری وجود دارند که سخنی را بیان نکرده و تنها از کار با تشکیلات شما صرف‌نظر کرده‌اند. (Anthony Delgado)

منبع: forbes

مترجم: اشکان کوشش
کارشناس کسب‌وکار

هنگامی که شخصی مدیریت بخش مهمی را بر عهده دارد، احتمالاً از جزئیاتی که در اجزای پایین‌تر تجارت اتفاق می‌افتد بی‌خبر خواهد ماند. درحقیقت، شنیدن مشکلات و انتقادات از ترازهای پایین‌تر، نیازمند یک مدیریت خارق‌العاده است. این امر می‌تواند کلید موفقیت در کسب‌وکار باشد. از اعضای شورای تکنولوژی فوربس (Forbes Technology Council) در مورد اهمیت شنیدن انتقادات مشتریان برای مدیران نظرسنجی کردیم. اکثریت قاطع جواب‌ها «بله، این یک امر مهم است» بودند. اما دلایل آن‌ها برای اهمیت شنیدن انتقادات متفاوت بود. در این مقاله به برخی از نکات ذکر شده توسط اعضای این شورا خواهیم پرداخت.

۱- پیشنهادات قدرتمند

یکی از مهم‌ترین کارهایی که یک مدیرعامل باید به آن بپردازد، صحبت مستقیم با مشتریان است. تمامی اعضای تیم مدیریت، مدیران و کارمندان، خط‌مشی خود را از رفتارهای مدیرعامل می‌گیرند. هنگامی که مدیرعامل با مشتریان در تماس نباشد، کل شرکت به این مسئله دچار خواهد شد. با گوش ندادن به بازخوردهای مشتریان، مهم‌ترین پیشنهادات جهت پیشرفت تشکیلاتی از دست خواهند رفت. (Andrew Gazdecki)

۲- زاویه دید دست‌آورد

درک نگرانی‌ها از زاویه دید یک مصرف‌کننده نهایی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مدیران باید نظرات و بازخوردهای مشتری‌ها را مطالعه کنند تا بتوانند یک زاویه دید مناسب و دست‌آورد از مشکلات به‌دست آورند. هنگامی که درک صحیح از مشکلات فعلی به‌وجود آید، حل آن‌ها توسط مدیریت و عدم تکرارشان در آینده بسیار آسان‌تر خواهد بود. (Maria Clemens)

۳- اتکال به حقیقت

یکی از راه‌های قطعی که به شکست منجر خواهد شد، قطع ارتباط از حقیقت مشتریان و کارمندان است. انتقادات، درخواست‌ها، مشکلات و بازنگری‌ها همگی به برقراری و حفظ این ارتباط کمک خواهند کرد. گرفتن بازخورد یک موهبت است. با عدم‌برخورد احساسی با یک بازخورد و تلاش جهت دفاع از شرکت می‌توان از نقاط نظر دقیق یک شخص بیرون از شرکت مطلع شد. هر نکته‌ای می‌تواند شامل حقیقتی باشد که به شما کمک می‌کند (Wade Burgess).

۴- صدای ارزشمند

برای یک مدیرعامل، هیچ صدایی مهم‌تر از صدای مشتری نیست. اهمیت حضور مؤثر یک مدیرعامل در روند تولید محصولات و پیشرفت و حفظ نوآوری با اهمیت نیازهای مشتری و شنیدن حرف‌های آن‌ها و تلاش جهت حل مشکلات‌شان برابری می‌کند. اگر بازخورد گرفته‌شده مربوط به یکی از محصولات فعلی شرکت باشد، اطلاعات بسیار مناسبی را برای انجام یک فرآیند تصحیح محصول فراهم خواهد کرد و اگر نکات ذکر شده توسط مشتریان در مورد آینده باشد، در ایجاد نقشه راه تولید به مدیران کمک شایانی خواهد کرد. (Jim Higgins)

۵- راهنمای رهبری

طبیعتاً بازخورد مشتریان برای یک کمپانی مهم است، اما اهمیت آن برای استراتژی رهبری ترسز C-level (C) دوجندان خواهد بود. مدیران تراز بالا نیازمند حفظ رابطه با مخاطبان و در سطحی فراتر خواندن ایمیل‌های‌شان هستند. چشم‌انداز و بینشی که به‌وسیله مشتریان ارائه

۴۶ درصد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی متقاضی ایجاد کسب و کار جدید هستند

کاردانی و ۲۴ درصد در مقطع تحصیلی کارشناسی و یک درصد کارشناسی ارشد تحصیل می‌کردند و یا فارغ‌التحصیل شده‌اند. وی با اشاره به اینکه در طول اجرای برنامه دو کارگاه هم‌موضوع برگزار شد، بیان کرد: طی

اجرای این پروژه کارگاه انتقال تجربه با حضور پیشکسوتان و کارآفرینان برجسته حوزه صنعت، با هدف الگویی و آشنایی با راه‌اندازی کسب و کار موفق و کارگاه آشنایی با پارک علم و فناوری با هدف آشنایی با خدمات و مزایای استقرار در پارک برگزار شد. شوشتری‌پور در خصوص زمینه‌های مشاوره و هدایت‌های شغلی نیز گفت: ایده‌یابی، تأمین منابع مالی، مشاوره امور مالی، حسابداری، مالیات، بیمه، راهنمای ثبت شرکت و ثبت برند روش‌های راه‌اندازی کسب و کار جدید، مشاوره تأمین منابع انسانی، مشاوره اخذ مجوزهای کسب و کار، مشاوره بازاریابی و تبلیغات، نحوه نگارش طرح کسب و کار، توسعه و بهبود کسب کار داخلی و بین‌المللی و ثبت اختراع موضوعات اصلی مشاوره شغلی در کلینیک بوده است.



معاون پارک علم و فناوری استان قم گفت بیش از ۴۶ درصد از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در قم متقاضی راه‌اندازی کسب و کارهای جدید هستند. حمیدرضا شوشتری‌پور در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، با اشاره به اینکه

فارغ‌التحصیلان دانشگاهی کم‌کم از فرهنگ پشت میز نشینی فاصله گرفته‌اند، گفت: اینکه دانشگاهیان به دنبال راه‌اندازی کسب و کارهای جدید و مبتنی بر حوزه‌های فناوری و خلاقانه هستند نشان قطع امید از فرهنگ کارمندی و پشت میز نشینی است. وی با بیان اینکه پروژه مشاوره شغلی و کارآفرینی طی تفاهم‌نامه‌ای با دانشگاه جامع علمی کاربردی استان قم انجام شد، گفت: بر این اساس در مرحله نخست طی یک دوره شش ماهه با تشکیل دفتر کلینیک مشاوره شغلی و کارآفرینی در محل دانشگاه جامع علمی کاربردی توانستیم با برخوردار از مشاوران صاحب نظر استان مشاوره‌های شغلی عمومی و تخصصی برگزار کنیم. معاون فناوری پارک علم و فناوری استان قم با اعلام اینکه ۶۵ نفر مرد و ۳۵ نفر زن از مشاوره شغلی کلینیک استفاده کرده‌اند، گفت: ۷۵ درصد افراد مشاوره‌گیرنده در مقطع تحصیلی

موسس استارت‌آپ «علی‌بابا» بازنشسته می‌شود

«جک ما» (Jack Ma) کارآفرین و موسس شرکت دانش‌بنیان «علی‌بابا» در مصاحبه با مجله «نیویورک تایمز» (New York Times) اعلام کرد که روز

دوشنبه بازنشسته خواهد شد. به گزارش ایسنا و به نقل از انگجت، «جک ما» (Jack Ma) کارآفرین، صنعتگر و مدیر ارشد اجرایی چینی است، که گروه دانش‌بنیان علی‌بابا را تأسیس کرد. وی در حال حاضر به‌عنوان مدیرعامل و رئیس هیات‌مدیره گروه علی‌بابا فعالیت می‌کند. این کارآفرین چینی در مصاحبه با مجله نیویورک تایمز (New York Times) اعلام کرد که روز دوشنبه بازنشسته خواهد شد و مدیریت ارشد اجرایی «علی‌بابا» را برای همیشه کنار خواهد گذاشت.

تأسیس «علی‌بابا»، «جک ما» را با ثروت ۴۰ میلیارد دلار به ثروتمندترین مرد چین تبدیل کرد. وی روز دوشنبه در جشن تولد ۵۴ سالگی خود مدیریت این شرکت را ترک خواهد گفت.

«ما» در جوانی سه بار در آزمون ورودی دانشگاه چینی رد شد. در نهایت، در موسسه دبیری «هانگژو» که در حال حاضر به عنوان دانشگاه «هانگژو» شناخته می‌شود رفت و در سال ۱۹۸۸ با رشته دبیری انگلیسی فارغ‌التحصیل شد. وی پس از فارغ‌التحصیلی، مدرس انگلیسی و تجارت بین‌المللی در دانشگاه «هانگژو دیانزی» شد. جالب است که این مرد چینی پس از فارغ‌التحصیلی برای فعالیت در ۳۰ شغل مختلف اقدام کرد که در همه آن‌ها رد شد. به عنوان مثال، مجموعه رستوران‌های «کی اف سی» جک ما را در دورانی که به دنبال شغل برای خود بود، به علت قد کوتاه و لاغر اندام بودنش استخدام نکرد.

گروه علی‌بابا در سال ۱۹۹۹ در آپارتمان مدیرعامل امروز این شرکت جک ما در پکن افتتاح شد. جک ما در خصوص تأسیس «علی‌بابا» توضیح می‌دهد: یک روز در «سائفرانسیسکو» در کافی‌شاپ نشسته بودم و فکر می‌کردم که اسم علی‌بابا خوبه و هنگامی که گارسون آمد وی پرسیدم علی‌بابا را می‌شناسی؟ جواب داد بله می‌شناسم، پرسیدم در موردش چه می‌دانی؟ گفت علی‌بابا و دزد و من گفتم آره خودشه! به خیابان رفتم و از عابران که از ملیت‌های مختلفی چون هندی، آلمانی، چینی، ژاپنی و ... بودند همین سؤال را پرسیدم و همگی همان جواب را دادند. علی‌بابا به راحتی تلفظ می‌شود و در همه جهان نیز شناخته شده است.

«گروه علی‌بابا» (Alibaba Group) یک شرکت تجارت الکترونیکی چینی است در زمینه‌هایی چون: فروشگاه اینترنتی، یک سیستم خرده‌فروشی و رایانش ابری فعالیت می‌کند. «علی‌بابا» همواره به «آمازون چین» معروف بوده است. این شرکت برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ به سودآوری رسید. وب‌سایت علی‌بابا جزو معروف‌ترین سایت‌های دنیا است که به ارائه کالا به مردم می‌پردازد.

کاهش ناگهانی و شدید قیمت ارزهای رمزنگاری شده

• از: ۱۵.۴ درصد کاهش، ۲۴۱.۳۰ دلار
• XRP ریبل: ۱۲.۵ درصد کاهش، ۰.۲۸۵۷ دلار
• بیت‌کوین کش: ۱۵.۸ درصد کاهش، ۵۲۷.۲۳ دلار

• لایت‌کوین: ۱۱.۷ درصد کاهش، ۵۹.۵۹ دلار
علت این سقوط هنوز مشخص نیست، اما تانیا آبروسووا از FXStreet معتقد است که معرفی پروژه ثبت‌نام شرکت شیپ شیفت (ShapeShift) که به‌منظور مبادله سریع بیت‌کوین صورت گرفت، احتمالاً برخی از کاربران را وحشت‌زده کرده و بخشی از کاهش قیمت، به همین دلیل اتفاق افتاده است. این در حالی است که پس از سقوط اولیه قیمت ارزهای دیجیتال، گلدمن ساکس اعلام کرده بود که در آینده‌ای نزدیک، برنامه‌هایی را برای راه‌اندازی میز معاملات بیت‌کوین، به مرحله اجرا در می‌آورد. پیش از سقوط روز



روز گذشته قیمت ارزهای رمزنگاری شده پایه در سراسر جهان سقوط کرد و قیمت بیت‌کوین به زیر ۷ هزار دلار رسید. به گزارش زومیت، آخر هفته قبل، قیمت ارزهای رمزنگاری شده به‌طور غیرمنتظره و به‌شدت

سقوط کرد. هنوز هیچ دلیل روشنی برای این موضوع وجود ندارد. در حالی که در اغلب معاملات آسیا و اروپا، قیمت هر سکه بیت‌کوین، روی ۲۳۵۰ دلار ثابت شده بود، صبح روز گذشته از ساعت ۵:۵۰ دقیقه شرقی (ساعت ۱۰:۵۰ به‌وقت بریتانیا) و تنها در عرض چند دقیقه، نرخ این ارز بیش از ۲۰۰ دلار کاهش یافت. تا یک ساعت بعد، این سقوط همچنان ادامه داشت و قبل از غروب آفتاب، قیمت هر بیت‌کوین به ۷ هزار دلار رسید. ساعت ۱:۰۶ صبح، هر سکه بیت‌کوین به‌عنوان مهم‌ترین ارز رمزنگاری‌شده بازار، به قیمت ۶۸۹۴ دلار معامله شد که حاکی از کاهش ۶.۳ درصدی ارزش این ارز طی یک روز بود. گرچه بیت‌کوین سقوط ناگهانی و شدیدی را تجربه کرد، ولی سایر رمزارزهای پایه نظیر اتر، ریبل و بیت‌کوین کش، سقوط بیشتری را شاهد بودند:

داستان آغازین کسب و کار ، ارزشمندترین داستان



آمازون در انتظار درآمد ۸۸ میلیارد دلاری از تبلیغات

شرکت آمازون منبع وسیعی از اطلاعاتی در اختیار دارد که می‌تواند با تحلیل آن مشتری‌های بالقوه محصولات را پیدا کرده و شناس فرود را افزایش دهد. آمازون به طور جدی در حال گسترش فعالیت‌های تبلیغاتی خود است و بسیاری از برندها با اینکه محصولی برای فروش در سایت آمازون ندارند، از طریق این سایت تبلیغ می‌کنند. به‌عنوان مثال وریزن یک اپراتور مخابراتی آمریکایی است که در صد قابل توجهی از پهنای باند جهانی اینترنت را فراهم می‌کند و در زمینه محصول و خدمات بی‌سیم نیز فعالیت دارد. این شرکت موبایل‌ها و طرح‌های وایرلس خود را از طریق سایت آمازون به فروش نمی‌رساند اما در این سایت تبلیغ می‌کند.

در جمعه سیاه سال گذشته یعنی زمانی که میلیون‌ها مشتری آنلاین مشغول خرید از سایت آمازون بودند تبلیغ شرکت وریزن در مورد گوشی پیکسل ۲ گوگل در صفحه اول آمازون درج شده بود. این تبلیغ به خریداران پیشنهاد می‌داد با خرید اولین گوشی پیکسل ۲ گوگل می‌توانند ۵۰ درصد روی خرید دوم این مدل موبایل تخفیف بگیرند. شرکت وریزن در سایر رویدادهای مهم آمازون نیز فعال است و تبلیغات گسترده‌ای در زمینه خدمات نامحدود یا ترکیبی خود برای این رویدادها دارد. شرکت آمازون تا امروز تعریف جدیدی از خرده‌فروشی آنلاین ارائه داده است و حال برای کسب درآمد از روش جدیدی برنامه‌ریزی می‌کند. آمازون قصد دارد درآمد خود را از تبلیغات افزایش داده و با شرکت‌هایی مانند گوگل و فیس‌بوک رقابت کند. این یعنی همه مشتری‌های این غول خرده‌فروشی حتی مشتری‌هایی که سالانه ۱۹ دلار برای حمل‌ونقل رایگان، شنیدن موزیک و تخفیف در تماشای ویدئو پرداخت می‌کنند، شاهد تبلیغ در مکان‌هایی از سایت هستند که پیش از این وجود نداشته است. در اواخر ماه آگوست برخی از طرفداران سرویس استریم Twitch که در سال ۲۰۱۴ توسط آمازون خریداری شد، از این برند بسیار ناراضی بودند. زیرا این شرکت اعلام کرده بود، اعضای پرایم دیگر به نسخه بدون تبلیغ این سرویس دسترسی نخواهند داشتند در صورتی که ماهانه مبلغ ۸۹.۹۹ دلار پرداخت کنند. شرکت آمازون بخش عمده درآمد حجیم امسال خود که پیش‌بینی می‌شود ۲۳۵ میلیارد دلار باشد را از طریق تجارت الکترونیک خود یعنی فروش محصولاتی از کتاب گرفته تا میلمان کسب خواهد کرد. آمازون همچنین از پیشگامان و رهبران کسب‌وکار رایانش ابری است و ۱۱ درصد درآمد شرکت از این خدمات تأمین می‌شود. البته در دسته‌بندی منابع درآمد این شرکت عنوان دیگری با نام «سایر» نیز به چشم می‌خورد که توجه تحلیل‌گران را به خود جلب کرده است.

درآمد حاصل از فروش بنر، نمایش و هدایت از طریق جست‌وجوی کلمات کلیدی که به عنوان محصولات اسپانسر شده شناخته می‌شوند در این دسته‌بندی قرار دارند. این دسته‌بندی حدود ۲.۲ میلیارد دلار در سه ماهه اول سال درآمد برای شرکت داشته که رشد آن نسبت به سال ۲۰۱۷ حدود ۱۳۰ درصد بوده است. البته این اعداد در مقایسه با درآمد شرکت‌هایی مانند گوگل و فیس‌بوک از تبلیغات واقعا ناچیز است، اما به نگرانی بزرگی برای این دو شرکت تبدیل شده است. بخش عمده‌ای از تبلیغات آنلاین به الگوریتم‌های پیچیده‌ای وابسته است که پیام تبلیغاتی را به مشتری نشان می‌دهند و میزان فروش محصول را بالا می‌برند. لازمه استفاده از چنین الگوریتم‌هایی داده است و شرکت آمازون به منبع وسیعی از داده‌ی مشتریان دسترسی دارد. این داده‌ها ثروت آمازون و مزیت رقابتی آن نسبت به سایر برندها هستند که در اختیار تحلیل‌گران قرار می‌گیرد و در نهایت پیشنهادهای شگفت‌انگیزی را به هر مشتری پیشنهاد می‌دهد. شرکت آمازون در حالی فعالیت‌های تبلیغاتی خود را جدی گرفته است که مردم از تبلیغات گوگل و فیس‌بوک اشباع شده‌اند. علاوه بر این بسیاری از تبلیغ‌کنندگان برای بهرمندی از خدمات گوگل باید در کانال‌هایی مانند یوتیوب تبلیغ کنند. کتالی که آگهی‌های شرکت AT&T مبنی بر حمایت از تبعیض نژادی و تروریسم را پخش کرده است.

کالین کالبرن، تحلیل‌گر یک شرکت تحقیقاتی می‌گوید: گوگل و فیس‌بوک در ساخت استانداردهای مورد نظر برای تبلیغ‌کننده کند عمل کرده‌اند. آن‌ها در مورد نوع محتوای تبلیغاتی خود در آینده نگران هستند اما قضیه برای شرکت آمازون فرق می‌کند. آمازون فضای کنترل شده بهتری در سایت تجارت الکترونیک خود داشته و دسترسی چندان زیادی به سایر قسمت‌های شبکه جهانی وب ندارد. آمازون به سال‌های گذشته روش‌های تبلیغاتی متفاوتی مانند نمایش محصولات اسپانسر شده بعد از جست‌وجوی کلمات کلیدی و همچنین تبلیغاتی در سایت‌های تحت مالکیت خود مانند IMDb و Zappos داشته است. این شرکت همچنین تبلیغاتی در پیش زنده مسابقات لیگ فوتبال امسال خواهد داشت. برخی تحلیل‌گرانی که اخیراً آمازون را دقیق‌تر دنبال می‌کنند، معتقدند این شرکت روی تبلیغات تمرکز کرده و در حال استخدام و توسعه قابلیت‌های خود در این زمینه است. برندها نیز آمازون را به عنوان شرکتی می‌شناسند که به بیش از میلیون‌ها مشتری دسترسی دارد.

نتیجه تحقیقات کاتالیست، شرکتی فعال در زمینه بازاریابی نشان داده است تنها ۱۵ درصد از ۲۵۰۰ بازاریاب برندها معتقدند بیشترین استفاده را از پلتفرم آمازون می‌برند و ۶۳ درصد افرادی که در حال حاضر در آمازون تبلیغ می‌کنند قصد دارند در سال آینده بودجه تبلیغات خود را برای این سایت افزایش دهند.

بسیاری از برندهای بزرگی که محصولات خود را در آمازون به فروش می‌رسانند، تبلیغات خود را در سال جاری افزایش داده‌اند. اما خبر جالب این است که شرکت‌هایی مانند وریزن، AT&T و Geico که محصولی را به طور مستقیم در آمازون به فروش نمی‌رسانند نیز تبلیغات خود را در آمازون افزایش داده‌اند. به طوری که شرکت Geico در اوایل سال ۲۰۱۸ تعداد نمایش تبلیغات خود را نسبت به سال گذشته برابر افزایش داده است. وریزون دلیل افزایش تبلیغات خود در سایت آمازون را ساده می‌داند و گفته است آمازون محلی است که خریداران آنجا هستند. معمولاً افرادی به سایت آمازون مراجعه می‌کنند که قصد خرید داشته باشند و این یکی از دلایل اصلی شرکت‌هایی مانند وریزن برای تبلیغ در این سایت است. آمازون اطلاعات فوق‌العاده زیادی از کاربران خود دارد و آگهی‌ها را نه تنها بر اساس جمعیت‌شناسی بلکه به کاربرانی نشان می‌دهد که به احتمال قوی قصد خرید چنین محصولاتی را داشته باشند.

آمازون تنها خدمات تبلیغاتی ارائه نمی‌دهد بلکه برای شرکت‌هایی مانند وریزن با گسترش گروه رسانه‌ای داخلی این غول تجارت الکترونیک فرصت‌های تبلیغاتی بیشتری مهیا می‌شود. به‌عنوان مثال شرکت وریزن به زودی طرح آزمایشی را اجرا خواهد کرد. این شرکت قصد دارد تبلیغات اینترنت خود را در بسته‌بندی محصولات آمازون به آدرس‌هایی قرار دهد که تحت پوشش خدمات وریزن هستند.

منبع: NYTIMES/zoomit

مجتبی معماریان

کارشناس ارشد بازاریابی

نیک مورگان می‌گوید در جهان مردم انتخاب‌های زیادی دارند و داستان می‌تواند عامل تعیین‌کننده‌ای باشد. هر کسب و کاری یک داستان منشا آغازین و اولیه دارد، چرا که یک کسب و کار وجود دارد. بنیان‌گذاران قرار است چه مشکلی را حل کنند و چه راه حلی برای آن اندیشیده یا برای آن تلاش‌هایی کرده‌اند. در واقع می‌خواهم بدانم که داستان اولیه چیست و این شروع داستانتوگویی است. یک سازمان، محصول یا فرد قرار است چه چیزی به مخاطبش ارائه کند و البته فرقی هم نمی‌کند که تولیدکننده لاستیک باشد یا پخچال و یا کفش. داستان بر چگونگی ارزیابی محصول یا خدمات برند و اینکه آیا من می‌خواهم به چشم‌انداز خود ببینم تأثیر می‌گذارد. هنگامی برای مشتریان خود الهام بخش هستیم که بتوانیم آن‌ها را به داخل و درون خود ارتباط دهیم. امروزه کسب و کارها خیلی سریع باید تکامل پیدا کنند زیرا کارکنان به ندرت در یک شغل باقی می‌مانند و تکنولوژی به سرعت در حال رشد است و این واقعیتی است که باید آن را درک کنیم.

برای این‌که دیگران ما را دنبال کنند باید اصولی همچون داستان اولیه (چگونه همه این‌ها آغاز شد)، زبان (لغت‌نامه مشتری)، عادات و سنت‌ها (چگونه جامعه را درگیر کنیم تا اصول ما را تأیید کنند) و پیشنهاد (دلیل ما برای بودن) را رعایت کنیم.

این‌ها سازه‌های جامعه‌ای هستند که برندهای قدرتمند خلق می‌کنند، معنا را ایجاد کرده و بافت هدفمندی برای رشد و پایداری می‌آفرینند.

داستان اولیه چیست؟

داستان اولیه، داستان شرکت است و بیان می‌کند قرار است چه چیزی را به نمایش بگذارد. شامل جزئیاتی مانند این‌که چرا، چه زمانی، چگونه، کجا و ... شروع به کار کرده است.

اساساً، داستان اولیه یا منشاء یک برند، ارزشمندترین داستان است و همه داستان‌ها و رویدادهای آینده بر آن استوار است. داستان اولیه بیوگرافی نیست، «ما سه نفر بودیم که در سال ۱۳۸۵ رستورانی در تهران افتتاح کردیم. امروز ما دو تیم اداری با ۳۰ فرد خلاق، هوشمند و با نشاط داریم که هر روز هر یک برای کار خلاقانه و موثر آماده می‌شوند.» داستان اولیه، موضوعی نیست که به دیگران با کلمات بگویید چگونه هوشمند و باشناط فکر می‌کنید، بلکه آن‌ها باید آن را بدانند و درک کنند. این چیزی است که شما می‌گویید، نه آنچه می‌خواهید مردم فکر کنند شما هستید.

چگونه یک داستان اولیه بنویسید؟

داستان اولیه به شما می‌گوید چه کسی هستید و چه چیزهایی برای افرادی که خارج از شرکت شما هستند انجام می‌دهید. این چیزی بیش از معرفی خودتان است، به اشتراک گذاشتن داستان اولیه ترمینی برای قرار گرفتن در معرض آسیب‌پذیری است، و فرصتی برای برقراری ارتباط از طریق ایجاد اعتماد است، چیزی که هر کسب و کاری

برای آن تلاش می‌کند. به همین دلیل است که داستان اولیه برند شما بسیار مهم است.

حداقل نتیجه داستان اولیه این است که به مردم حسی را می‌دهد بر این اساس که شما چه کسی هستید. در بیشتر موارد عامل تعیین‌کننده‌ای است که مردم می‌خواهند چیزی را بخرند که شما می‌فروشید، با شما کار کنند یا در ایده‌های خود سرمایه‌گذاری کنند. این همان نقل قولی است از نیک مورگان که «در تصمیم خرید» داستان ممکن است عامل تعیین‌کننده باشد، که در بالا ذکر شد.

هنگامی که شما با دیگران برای کسب‌وکار، استعداد یا پول سرمایه‌گذار رقابت می‌کنید، چگونه برقرار می‌مانید. هیچ‌کس داستان شما را ندارد، هیچ‌کس چشم‌انداز منحصر به فرد شما را ندارد، هیچ‌کس کارسجده‌ای را که انجام دادید تا به اینجا برسد را انجام نداده است. داستان می‌تواند مردم را به کسب‌وکار شما جذب کند، آن‌ها بگویند درسته و بلافاصله همه چیز را فراموش کنند. به خاطر داشته باشیم بهترین داستان برنده است.

البته باید به خاطر داشت، داستان اولیه سطحی از وفاداری را در مخاطب ایجاد می‌کند که به طور اتوماتیک در مورد آنچه که در معرض فروش قرار می‌دهیم متعصب باشند. با این حال، اگر داستان اولیه خود را به ماهرانه و با دقت در همه جا بیان نکنیم، ظرفیت پیوستگی و ارتباط با مخاطب را از دست می‌دهیم.

چه کسی باید داستان اولیه خود را بنویسد؟ معمولاً «نوشتن داستان اولیه و طرح آن توسط بانی و یا بنیان‌گذار سازمان اتفاق می‌افتد. در صورتی که بنیان‌گذاران چند نفر باشند از ظرفیت‌ها و حقایق مشترک استفاده می‌کنند. ایده خوب این است که گروهی که اصول داستانتوگویی را می‌دانند و با این حوزه آشنایی دارند در کنار بنیان‌گذاران، داستان را به نحو درستی با رعایت اصول پیش‌برند تا برای مخاطب و شنونده جالب و جذاب به نظر برسد. در هر صورت کار تیم متخصص کمک کردن به درست نوشتن داستان است. هیچ چیزی بدتر از نوشتن یک داستان اولیه بد نیست. چه چیزی باید در داستان اولیه در نظر گرفته شود؟ چند قاعده ساده را همواره رعایت کنید:

۱. حال و هوای داستان را فروتن، صادقانه و معتبر تنظیم کنید

ویژگی‌ها و حال و هوای داستان را فروتن، صادقانه و معتبر تنظیم کنید.

۲. صادق باشید

طوری عمل نکنید که انگار همیشه می‌دانستید همیشه قرار است چه اتفاقاتی بیفتند و شما از قبل پیش‌بینی کرده و آماده بوده‌اید. در مورد اتفاقاتی که افتاده صادقانه بگوییم که فکر می‌کردیم شاید یا احتمالاً می‌تواند درست بوده باشد. طوری القا نکنیم که همه چیز در چنته داشته‌ایم.

۳. در مورد شکست‌ها صحبت کنید

مخاطبان بدانند مسیری که طی شده با تلاطمات و مصائب همراه بوده ولی خود را در آن گیر نیاندازیم.

۴. با بیان اول شخص بنویسید

نیاز ندارید در مورد خودتان با ویژگی سوم شخص بنویسید. در مورد خودتان بنویسید تا مخاطب احساس همراهی بیشتری داشته باشد.

۵. مختصر بنویسید

این به معنا کوتاه نوشتن نیست. اطلاعات دقیق را به گونه‌ای فراهم کنید تا مردم با سفر همراه شوند، از یورش و سقوط. بنابراین باید بدانیم قرار نیست یک رمان نوشته و منتشر کنیم.

۶. آن را جالب کنید

یک لیست از وقایع و تاریخ‌ها داشته باشید. اگر می‌خواهید الهام بخش باشید، سعی کنید از سفر قهرمان‌تان استفاده کنید و داستان خود را بگویید. سفر قهرمان دارای سه مرحله است که هر فرد (یا قهرمان) در یک لحظه در زندگی خود می‌گذراند:

مرحله اول، آغاز

یک فرصت برای حل یک مشکل را دیدید. تصمیم گرفتید که این مشکل را با تمام امید و هیجان فردی که تازه شروع کرده‌اید حل کنید.

مرحله دوم، تضاد یا کشمکش

مشکلات را از طریق راه حل‌ها با اقدامات و فعالیت‌های تان حل و فصل کرده‌اید (و یا شکست‌هایی در طی مسیر راه حل داشته‌اید)، در نهایت در حال توسعه حداقل خدمات قابل اعتماد یا محصول که زندگی مشتریان شما را بهتر ساخته، می‌باشید. در هر رویدادی آنچه باید برجسته باشد استقامت، تلاش و کار سخت است. باید توجه داشت که راه‌اندازی یک کسب و کار همواره سخت است. اگر چیزی که می‌گوییم آسان باشد، مردم نیز همان را می‌بینند.

مرحله سوم، بازگشت

هنگامی که مشکل را حل کردید، در واقع یک نمونه اولیه را راه‌اندازی کرده‌اید، یک خدمت جدید را شروع کرده‌اید و آن پاسخی است به بازار و به دیگران کمک می‌کند از طریق آن مشکلات‌شان را حل کنند.

می‌توانید تصمیم بگیرید که داستان اولیه را از طریق یک پست وبلاگ، ویدئو، پادکست و یا هر جای دیگری که مناسب می‌دانید منتشر کنید. فقط مطمئن شوید هر جایی که داستان‌تان را منتشر می‌کنید، دقیقاً همان جایی است مردم به راحتی می‌توانند به آن دسترسی پیدا کنند. همچنین یک چارچوبی را انتخاب کنید که فکر می‌کنید برای افرادی که می‌خواهید به آن‌ها دسترسی پیدا کنند، به خوبی کار می‌کند.

به یاد داشته باشید همیشه می‌توانید با داستان‌های کوچک شروع کنید. چیزی که مردم بیشتر در مورد آن اهمیت می‌دهند، محتوای داستان است، بنابراین در تلاش برای ساخت داستانی حماسی نباشید. داستان‌های اصیل، ساده و صریح همیشه برنده می‌شوند و این همان چیزی است که داستان اولیه بر مبنای شکل می‌گیرد.

داستان‌ها، روایت‌های تلخی و شیرینی، تلاش‌ها و ناکامی‌ها هستند، ولی همواره بهترین داستان‌ها برنده می‌شود.

ایستگاه بازاریابی

۴ استراتژی بازاریابی آفلاین برای تجارت‌های کوچک

مترجم: اشکان کوشش

میزان زیادی از تمرکز بازاریابی مدرن حول محور اینترنت می‌چرخد. با وجود موقعیت مهم بازاریابی محتوا، تبلیغات فیس‌بوک، SE، شبکه‌های اجتماعی و یا راه‌های دیگر بازاریابی آنلاین، نباید خود را به این روش‌ها محدود کرد. در حالی‌که بسیاری از شرکت‌ها بر این روش‌های آنلاین تمرکز می‌کنند، با استفاده از روش‌های خلاقانه آفلاین، می‌توان نسبت به آن‌ها وجه تمایز قابل توجهی ایجاد کرد. در همین راستا و در ادامه به بهترین راه‌های بازاریابی برای تجارت‌های کوچک که نیازی به اینترنت ندارند اشاره خواهیم کرد.

پست مستقیم

پست‌مستقیم یکی از قدیمی‌ترین تکنیک‌های بازاریابی است که در دنیای دیجیتال امروزی، منسوخ‌شده به نظر می‌رسد. با این حال، ارسال کوپن‌ها و کارت پستال به افراد می‌تواند همچنان تأثیرگذار باشد. همچنین اگر به دنبال تمرکز بر روی یک بازار مناسب هستید، می‌توانید یک لیست پستی هدف خریداری کنید. یافته‌های من حاکی از این است که پست مستقیم در کنار استفاده از روش‌های آنلاین یک روش مناسب است. برای مثال، می‌توانید افراد را به سایت و یا صفحه فیس‌بوک و به صورت همزمان برای حضور در مغازه خود دعوت کنید.

بازاریابی پیامکی

با توجه به تخصص شرکت خودم در زمینه بازاریابی پیامکی (SMS)، طبیعتاً آن را پیشنهاد می‌کنم. از آنجایی‌که پیامک یک روش مدرن و نیازمند به تکنولوژی محسوب می‌شود، مردم آن را شیوه آفلاین بازاریابی به حساب نمی‌آورند. اما استفاده از پیامک برای برقراری ارتباط با مردم، یک جایگزین بسیار مناسب برای ایمیل و شبکه‌های اجتماعی است. یکی از مزیت‌های اصلی این روش، خواندن بیشتر SMS توسط مردم نسبت به ایمیل‌هاست. با استفاده از بازاریابی پیامکی با اجازه قبلی، می‌توان مشتریان را در جریان محصولات جدید، حراج‌ها و تمامی آنچه به تجارت شما مرتبط است، قرار داد. همچنین می‌توان از این روش در کنار روش‌های دیگر بازاریابی استفاده کرد.

ملاقات برای صحبت

برخی افراد به صورت طبیعی می‌توانند به صحبت‌کردن در جمع بپردازند و بعضی دیگر حتی از فکر کردن به آن نیز می‌ترسند. در حقیقت یک ارائه زنده می‌تواند روشی بسیار قدرتمند برای معرفی خود و به‌دست‌آوردن مشتریان جدید باشد. ممکن است این ایده در ابتدا هولناک به نظر برسد، اما توجه داشته باشید که در ابتدا تنها مقابل تعداد کمی از افراد صحبت می‌کنید. مکان‌هایی مانند کتابخانه‌های محلی، مراکز عمومی و گردهمایی‌های تجاری را انتخاب کنید. همچنین می‌توانید ملاقاتی را با افراد محلی خود ترتیب دهید.

به مباحثی فکر کنید که می‌توانند برای آموزش و جلب‌توجه مشتریان مهم باشند. در هر صنفی که فعالیت می‌کنید، یقیناً می‌توانید مبحثی را پیدا کنید. اگر صاحب یک رستوران هستید و یا در زمینه مواد غذایی فعالیت دارید، می‌توانید در مورد دستورالعمل و یا تاریخچه یک غذای به‌خصوص صحبت کنید. اگر در زمینه سلامت فعالیت می‌کنید، می‌توانید پیشنهاد‌های رژیم و یا برنامه‌ غذایی را عنوان کنید.

شبکه‌سازی یا نتورکینگ

شبکه‌سازی یک ایده آشناست و امروزه عموم افراد را به یاد شبکه‌های اجتماعی و دیگر روش‌های آنلاین می‌اندازد. هیچ‌گاه شبکه‌سازی در جامعه خود را فراموش نکنید. این کار شامل حضور در انجمن‌های تجاری، شرکت در رویدادهای صنفی و پخش کردن کارت تجاری می‌شود. یکی دیگر از روش‌های مؤثر شبکه‌سازی شراکت با دیگر تجارت‌ها جهت سرمایه‌گذاری مشترک است. همچنین همکاری با افرادی که محصولات و یا خدمات مربوط با کار شما را ارائه می‌کنند نیز می‌تواند سودمند باشد. برای مثال، ماموران امورملکی می‌توانند با تجارت‌هایی که در زمینه ارتقاء خانه‌ها و یا محوطه‌سازی فعالیت می‌کنند، همکاری داشته باشند. حتی می‌توانید با رقیبا برای سازماندهی یک رویداد شراکت کنید.

علامت‌ها، اعلامیه‌ها و بیلبوردها

توجه مردم را هنگامی که در حال پیاده‌روی و یا رانندگی، استفاده از وسایط حمل‌ونقل عمومی و یا نگاه کردن به بیلبوردهای تبلیغاتی هستند جلب کنید. برای هر شرکت حقیقی، یک علامت و نشانه جذاب می‌تواند تفاوت‌های زیادی را ایجاد کند. این‌گونه موارد تبلیغاتی قدیمی، اما همچنان کاربردی هستند. همانند پست مستقیم، می‌توانید با استفاده از علامت‌ها و اعلامیه‌ها افراد را به سمت وب‌سایت و یا مغازه خود هدایت کنید. من همواره به افراد درج کد پیامکی بر روی علائم و اعلامیه‌ها را گوشزد می‌کنم. هنگام صحبت با بازاریابی آفلاین، هیچ‌گاه نباید از روش‌های امتحان‌شده و موفق چشم‌پوشی کرد.

راهنمای بازاریابی آفلاین

اگر از روش‌های مختلف بازاریابی آفلاین استفاده می‌کنید، همواره نکات زیر را به خاطر داشته باشید:
ثبات برسد را در تمامی کانال‌های بازاریابی حفظ کنید. اگر در وب‌سایت خود به صورتی رسمی و حرفه‌ای مطالب را ارائه می‌کنید، نباید در اعلامیه‌ها و یا بیلبوردها از شخصیت‌های کارتونی خیالی استفاده کنید.

همواره به دنبال اتصال پلتفرم‌های مختلف بازاریابی باشید. به خاطر داشته باشید که مشتریان شما با سبک زندگی امروزی همواره بین دنیای آنلاین و آفلاین جابه‌جا می‌شوند. آن‌ها همچنین از چندین دستگاه مختلف استفاده می‌کنند. باید از این قابلیت برای تبلیغات چندمنظوره استفاده کرد.

از هر فرصتی برای شناساندن خود استفاده کنید. هیچ‌گاه پخش کردن کارت تجاری و یا اعلامیه به ضرر شما نخواهد بود. تبلیغات آفلاین یک روش بسیار خوب برای همراهی و تأثیربخشی بیشتر استراتژی‌های آنلاین است. هر اندازه زمانی‌که افراد در فضای مجازی صرف می‌کنند زیاد باشد، باز هم آنها نیازمند فعالیت در دنیای حقیقی هستند. امروزه بهترین راه بازاریابی، یک روش چندکاناله است، به این مفهوم که راهی برای ارتباط با مخاطبان خود، خواه آفلاین باشند و یا آنلاین، پیدا کنید.

منبع: forbes

چطور کار در تیم فروش باعث تغییر اساسی و بنیادی دیدگام شد



مترجم:نیماجوادی

چنانچه در انجام این کار موفق نباشید محتوای شما نیز بی فایده خواهد بود.

(مگر اینکه در یک شرکت آموزش آنلاین رایگان کار کنید و احتیاجی به درآمد و فروش نداشته باشید که در این صورت واقعا خوش شانس هستید)

این مسئله‌ای است که تمام بازاریابان از آن آگاه هستند ولی در عمل هرگز به آن توجهی ندارند.

پس چه باید بکنید؟

شما باید تمرکز خود را بر روی خدمات قرار دهید و از این زوایه به محتوای خود نگاه کنید.

حتی عجیب‌ترین و پیچیده‌ترین محتوا نیز در تجارت قابل استفاده خواهد بود و شما باید از آن برای طراحی پروژه‌های بعدی خود استفاده کنید و به یاد داشته باشید که چنانچه واقعا به فروش نیاز نداشتیم، تکنولوژی و اینترنت سال‌ها پیش آن را کاملا ریشه کن می‌کردند، ولی بعدا به این مسئله خواهیم پرداخت...

۲. نمایندگان فروش مظلوم‌ترین افراد شرکت شما هستند

به دلیل تنفر بازاریابان از گفت‌وگوهای تجاری و به خصوص مسئله فروش، این افراد و به طور کلی تیم‌های بازاریابی در حبابی بسیار تنگ و کوچک زندگی می‌کنند.

البته این به معنی بی‌نقص بودن مفهوم فروش نیست، ولی باید صادق باشیم: بازاریابان به کار در چنین فضایی عادت دارند و به ندرت حاضر به ترک منطقه امن خود خواهند شد.

البته، صحبت با بازاریابان و کسب اطلاعات و دستیابی به اسرار آن‌ها موضوعی است که بعدا به آن خواهیم پرداخت.

من در جایگاهی قرار داشتم که باید خود را با شرایط وقف می‌دادم و خیلی سریع یاد گرفتم که ذهن تک تک افراد حاضر در تیم فروش ایمکت ملو از ایده‌ها و طرح‌هایی است که وظایف به ظاهر دشوار من به عنوان یک بازاریاب را به شدت ساده خواهند کرد.

منظور من این است:

آن‌ها از فکر و سخن خریداران کاملا آگاه هستند

ابتدا بازاریابان باید ساعت‌ها خود را در یک اتاق حبس و به تفکرات مشتریان شما فکر کنند و تصویری از مشکلات و اهداف آن‌ها در ذهن خود به وجود آورند. نمایندگان فروش از این موارد کاملا مطلع هستند. آن‌ها هر روز با مشتری زیر می‌دانند که برای فروش به چه محتوایی نیاز آن‌ها کاملا باخبر می‌باشند.

آن‌ها ماشین ایده محتوا هستند

دوم، بازاریابان معمولا هنگام شناسایی شکاف‌ها یا فرصت‌های ساخت محتوای مراحل بررسی و تصمیم‌گیری با مشکل مواجه خواهند شد.

ولی از سوی دیگر، نمایندگان فروش به صورت غریزی با کمبودها و نقص‌ها آشنا هستند زیرا می‌دانند که برای فروش به چه محتوایی نیاز دارند (ولی متأسفانه آن را در اختیار ندارند).

من مطمئنم که اعضای تیم فروش شما نیز درست مانند تیم فروش شرکت ما ایده‌ها و طرح‌های بکر و عالی بسیاری در سر دارند و منتظر فرصتی برای ارائه آن هستند. آیا هرگز این فرصت را در اختیار آن‌ها قرار داده اید؟

آن‌ها پیش از شما متوجه مشکلات خواهند شد

در نهایت تیم فروش شما مانند یک گوی بلورین، تمام مشکلات، موانع و استراتژی‌های ناقص را پیش از تیم فروش پیش‌بینی و ارائه خواهد کرد.

برای مثال، فرض کنید که شما چند نوع خدمات به مشتریان خود ارائه می‌کنید و هر ماه نیز درآمد بسیار خوبی به دست می‌آورید.

ولی چنانچه آمار و ارقام را با دقت بیشتری بررسی کنید، متوجه خواهید شد که یک یا دو بخش به اهداف مورد نظر شما دست پیدا نمی‌کنند و عملکرد خوبی ندارند.

(شاید عملکرد عالی بخش دیگری باعث خنثی شدن تاثیر این بخش‌ها شده باشد.)

شما باید به تیم فروش توجه داشته باشید و در صورت بروز هرگونه مشکل آن را سریعاً و با کمک بخش بازاریابی حل و فصل کنید.

پس کار شما چیست؟

با تیم فروش خود صحبت کنید. زمان و تاریخی را به گفت‌وگوهای انفرادی و جلسات بحث و تبادل نظر اختصاص دهید. با حفظ این رابطه بر مشکلات غلبه کرده و استراتژی قدرتمندی جهت تحقق اهداف خود به دست خواهید آورد.

نحوه کار ما در ایمپکت بدین ترتیب است:

•تیم فروش و بازاریابی ماهی یک بار جلسه خواهند داشت.

•من هر ماه جلسات بحث و تبادل نظری با نمایندگان فروش برگزار

خواهم کرد.

•در نهایت هفته‌ای یکبار با مدیرعامل در رابطه با روند پیشرفت، مشکلات و نقشه‌ها صحبت می‌کنم.

به علاوه، من وظیفه انتقال ایده‌های محتوای تیم فروش و دریافت بازخورد سایرین را نیز بر عهده دارم.

(گرچه من به تیم بازاریابی بازگشتم، نقشم کمی تغییر کرده و هم اکنون باید به نحوه ارائه خدمات در بازار، مشورت با تیم فروش و تضمین نظم کار توجه داشته باشم. فوق العاده است!)

۳. آن‌ها منتظر درخواست کمک شما هستند

این بهترین و بدترین و در عین حال ساده‌ترین درس بود.

نمایندگان فروش، حتی در برترین فضاهای تجاری که همه آن‌ها را به عنوان محرکان و دلیل اصلی موفقیت شرکت‌ها می‌شناسند، هرگز فرصتی برای اعلام نظرات خود ندارند و همه با این دیدگاه که فروش اهمیت سناقی را ندارد و فروشندگان از دانش تجاری کافی برخوردار نیستند، آن‌ها را نادیده می‌گیرند و متأسفانه فروشندگان به این وضعیت عادت کرده‌اند.

این اتفاق به دو دلیل خوب نیست. ابتدا، نظر آن‌ها مهم است. آن‌ها تجربه زیادی دارند و باید مورد توجه قرار گیرند. دوم، من مطمئنم که چنانچه با نمایندگان فروش خود صحبت کنید، این جمله را بارها از زبان آن‌ها خواهید شنید:

«من منتظر چنین سوالی بودم!»

«مشکرم که نظر مرا پرسیدید. اتفاقا ایده‌های زیادی در این زمینه دارم...»

«البته! با کمال میل به شما کمک خواهم کرد. باعث افتخار است که در این زمینه با شما همکاری داشته باشم!»

پس کار شما چیست؟

درست مانند بخش قبل، با تیم فروش خود صحبت کنید. از آن‌ها سوال بپرسید. جلسات بحث و تبادل نظر داشته باشید. بازخورد آن‌ها را دریافت و حتما بررسی کنید.

مطمئنا با افراد بسیار باهوش و خلاقی آشنا خواهید شد که تنها منتظر یک فرصت برای ارائه ایده‌ها و طرح‌های بی‌نظیر خود هستند. ایده‌هایی که شرکت شما را در مسیر موفقیت قرار خواهند داد.

۴. در نهایت بازاریابان باید با تیم فروش همکاری کنند

من معتقدم که چنانچه بازاریابان زمانی را به کار بسا تیم فروش اختصاص دهند، نیاز به «تلاش برای فروش» و «فروش اجباری» کاملا از بین خواهد رفت.

فروش و بازاریابی ذاتا با یکدیگر در ارتباط هستند و این مسئله‌ای ثابت شده است. این یک رابطه بسیار مفید و جذاب است و حضور در هر یک از دو تیم بسیار هیجان انگیز خواهد بود و من اصلا شوخی نمی‌کنم. من هر بار که به محل کار می‌روم و یا با یکی از اعضای تیم فروش صحبت می‌کنم به شدت هیجان زده می‌شوم.

در واقع من به دنبال بهانه‌ای برای صحبت با آن‌ها هستم زیرا هر گفت‌وگو یک کلاس درس است: چه به صورت یک ایده برای تولید محتوایی جدید و چه به صورت یک چالش که باید با کمک یکدیگر بر آن غلبه کنیم.

پس کار شما چیست؟

این مورد ساده است. شما باید به عنوان یک بازاریاب یا تیم بازاریابی فعلیاتی کاملا متفاوت انجام دهید: توجه به فروش!

هم اکنون یک چالش یک دقیقه‌ای برای شما دارم!

گرچه مواردی که من در این مقاله به آن‌ها اشاره داشتیم در عرض عماء کار و تحقیق به دست آمده بودند، ولی شما می‌توانید با یک گام ساده و موثر به نتایج چشم‌گیری دست پیدا کنید.

آن یک گام چیست؟

چند ایده دارم:

•یک نظرسنجی ساده با یک سوال: «چنانچه بخش بازاریابی می‌توانست تنها با ارائه یک محتوا کار شما را ساده‌تر سازد، به نظر شما آن محتوا چه بود؟»

•جلسات ماهانه با نمایندگان فروش داشته باشید. محتوای این جلسه باید به توضیح دلیل برگزاری جلسه (برای دریافت بازخورد و ایده‌های بخش فروش)، ایجاد فرصت برای تیم فروش جهت ارائه مشکلات و ایده‌ها و همکاری با بخش بازاریابی اختصاص یابد.

•یکی از محتواهای اخیر خود را برای تیم فروش بفرستید و بازخورد دریافت کنید.

این‌ها فقط چند مثال بودند، ولی من از شما می‌خواهم که همین امروز گامی مفید و موثر در جهت پیشرفت و ارتقای کسب و کار خود بردارید.

منبع:impactbnd

رهبری

رقابت بیش از اندازه میان کارمندان باعث نابودی تجارت شما خواهد شد

مترجم:نیماجوادی

من هر چند هفته یک بار جلسهای با کارمندان جدید برگزار می‌کنم. در این جلسه، علاوه بر شفاف سازی اهداف، ماموریت و ارزش‌های اصلی شرکت، به نحوه زندگی و کار بر اساس این ارزش‌ها در محیط شرکت نیز می‌پردازم. در انتها از کارمندان می‌خواهم که احساس و تجربه حضور چند هفته‌ای خود در شرکت و تفاوت آن با سایر شرکت‌ها را با سایرین به اشتراک بگذارند. اخیراً یکی از کارمندان گفت که تمام اعضای این شرکت به دنبال کمک به یکدیگر هستند. او گفت که تمایل اعضای شرکت به مشارکت و ارائه اطلاعات بسیار استثنایی است و نظیر آن در هیچ شرکتی وجود ندارد: «اگر شما در آن شرکت‌ها اطلاعاتی به دست آورید، باید آن را به عنوان یک «مزیت رقابتی» برای خود حفظ کنید.»

این برای من بسیار جالب بود. این عمل باعث نابودی شرکت از درون خواهد شد و کارمندان با یکدیگر خواهند جنگید. چطور چنین اتفاقی رخ خواهد داد؟ به نظر من رهبری بی‌تاثیر نیست. شما به عنوان یک رهبر، مسئول تمام اتفاقات شرکت خود هستید.

«آتش دوستانه» اصطلاحی نظامی است که به معنای شلیک اتفاقی به یکی از نیروهای خودی در جنگ می‌باشد. این اشتباه مرگبار زمانی رخ خواهد داد که سرباز، در نتیجه پیام‌ها و ارتباطات اشتباه و ضعیف، نیروهای خودی را به عنوان دشمن شناسایی می‌کند.

تیم‌های زمینی، هوایی و دریایی نیروی دریایی آمریکا این اصطلاح را با نام «آبی بر علیه آبی» می‌شناسند (به دلیل رنگ لباس نظامیان آمریکایی). جوکو ویلینک (Jocko Willink) و لیف بابین (Leif Babin) در کتاب فوق‌العاده مالکیت شدید: نحوه رهبری و پیروزی نیروی دریایی آمریکا به توصیف چند موقعیت «آبی بر علیه آبی» پرداختند و توضیح دادند که چطور سربازان تا مرز کشتن دوستان و هم‌زمان خود پیش می‌روند. این تجربه وحشتناک نشان‌دهنده وظیفه خطیر رهبر است. رهبر باید تفاوت میان دوست و دشمن را به افراد و کارمندان خود آموزش دهد. برخلاف میدان جنگ، که دود و انفجار باعث گمراهی سرباز می‌شود، آتش دوستانه در تجارت هرگز اتفاقی نیست و نتیجه مستقیم رهبری اشتباه است. رهبران غالباً به صورت آگاهانه جنگ و دعوا و جدل را در تیم‌های خود تحمل می‌کنند و واکنشی نشان



نمی‌دهند. به اعتقاد من اکثر تجارت‌ها نه به دلیل رقابت و بازار، که به دلیل مشکلات درون سازمانی ورشکست و نابود می‌شوند. البته، در تجارت نتیجه «آبی بر علیه آبی» دادگاه نظامی و مرگ و زندان نیست. با این حال، یکی از مهم‌ترین نشانه‌های یک رهبر ضعیف، محیط کاری مسموم و شرکتی در معرض نابودی است.

چطور از بروز شرایط «آبی بر علیه آبی» جلوگیری کنیم؟ راه‌های مختلفی وجود دارد. تیم و کارمندان باید درک کنند که رقابت نه در درون شرکت، که در خارج آن است.

رهبران نباید اجازه دهند که افراد اطلاعات مهم و حیاتی را صرفاً جهت کسب قدرت بیشتر به صورت محرمانه و سری حفظ کنند. اجازه ندهید که مدیران یا کارمندان یکدیگر را به دلیل شکست و ناکامی سرزنش و مواخذه کنند. تمرکز تمام افراد باید بر شناسایی و حل مشکل و درس گرفتن از اشتباهات قرار گیرد.

مهم‌ترین نکته: ما به عنوان رهبر نباید اجازه دهیم که مشکلات شخصی بر اهداف و ارزش‌های شرکت ارجحیت یابند. چنانچه افراد به صورت یکپارچه با کار نمی‌کنند و کارمندان به دنبال تخریب یکدیگر هستند، مقصر ما هستیم. ما باید میزان اهمیت شرکت و اهداف آن را برای تمام افراد تشریح کنیم و طرح‌هایی برای گسترش همکاری و تشویق کار گروهی داشته باشیم.

من در شرکت‌م به تیم‌ها و افرادی که با دیگران همکاری می‌کنند پاداش می‌دهم. ما حتی یک جایزه سالانه هم داریم که نشان‌دهنده یکی از ارزش‌های اصلی شرکت است: «برای روابط ارزش‌قائل باشید.» همچنین تمام کارمندان اهداف فصلی دارند و این اهداف کاملاً در راستا اهداف اساسی شرکت می‌باشند. به این ترتیب همه به صورت یکپارچه کار خواهند کرد و در مسیری مشترک گام بر خواهیم داشت.

تاکنیک موثر بعدی، تشویق ثبت و به اشتراک‌گذاری اشتباهات و شکست است. هدف از این کار تمسخر یا تخریب شخصیت افراد نیست بلکه همه باید از این اشتباهات درس بگیرند. برای مثال، ری دالیو (Ray Dalio) در سازمان بریج واتر (Bridgewater) یک دفترچه شکست دارد که تمام افراد اشتباهات و آموخته‌های خود را در آن ثبت می‌کنند. سیاست شرکت بر این باور استوار است که اشتباه بخشی از کار است، ولی همه باید از آن درس بگیرند. چنانچه از این نکات برای ایجاد یک فرهنگ و ارزش مشترک استفاده کنید، مطمئن باشید که کارمندان نیز در کنار یکدیگر با دشمنی مشترک، یعنی رقیب خارجی، خواهند جنگید. بدون وجود یک فرهنگ قدرتمند شما رهبر تعدادی سرباز مزدور خواهید بود که در اولین فرصت به یکدیگر حمله خواهند کرد.

هیچ اتفاقی دردناک‌تر از نابودی یک شرکت از درون نیست. از بروز این اتفاق جلوگیری کنید..

منبع: **inc**



یادداشت‌های دقیقی برداشتم و هر جا ابهام داشتم، سوال پرسیدم تا در نهایت صفحات متعددی از اطلاعات باارزشی را جمع کردم که می‌توانستم از آنها برای تعریف کدهای فرهنگی استفاده کنم.

با افراد باسابقه صحبت کنید

افراد باسابقه و قدیمی می‌توانند درباره احساسات کارکنان در مراحل مختلف شکل‌گیری شرکت و از فراز و نشیب‌های آن صحبت کنند. دیدگاه مدیران و کارکنان درباره اتفاقات گذشته همواره یکسان نیست، بنابراین بهتر است جریان را از نقطه نظرهای گوناگون بررسی کنید.

با افرادی که در جریان روزمرگی‌ها هستند، صحبت کنید

در پایان برای این که دیدی کامل و صحیح از فرهنگ جاری در شرکت و فرهنگی به دست بیاورید که معرف تجربیات کارکنان باشد، لازم است که با افرادی که در جریان روزمرگی‌ها هستند، صحبت کنید. شکی نیست که مدیرعامل شرکت می‌تواند پیش‌بینی‌ها و تصورات خود را شرح دهد، اما واقعیت این است که فرهنگ چیزی است که حتی در غیاب روسا نیز برقرار است.

افرادی که در جریان روزمرگی‌های شرکت قرار دارند، چه جزء کارکنان قدیمی باشند، چه جدید، می‌توانند بازخورد و اطلاعات ارزشمندی را درباره حس و حال کار کردن در این شرکت ارائه دهند. اطمینان حاصل کنید که حداقل یک نفر با چنین خصوصیاتی در ایجاد و نهایی‌سازی کد فرهنگی شرکت داشته باشد.

دلیل انجام دادن کارهایی را که انجام می‌دهید، توضیح دهید.

هدف

صبح‌ها با چه انگیزه‌ای از خواب بیدار می‌شوید؟ نیروی محرکه کسب‌وکارتان چیست؟ هدف شرکت‌تان چیست؟

مردم پس از خواندن کد فرهنگی‌تان باید متوجه دلیل فعالیت‌تان در این حوزه بشوند و فراتر از آن بفهمند که چگونه به این هدف جامه عمل پوشانده‌اید.

درک کردن هدف متقاضیان را هیجان‌زده می‌کند، کارکنان را راهنمایی می‌کند و مشتریان را ترغیب می‌کند که بخواهند بخشی از شرکت‌تان باشند.

برای مثال هدف ما این است که «به مردم و سازمان‌های‌شان کمک کنیم که به موفقیت برسند.» ما هدف‌مان را به روش‌های زیر در کد فرهنگی‌مان گنجانیدیم:

•رسالت‌مان را بیان کردیم.

•توضیح دادیم که به چه گروه‌هایی از مردم کمک می‌کنیم.

•درباره گذشته‌ای که در راه تحقق بخشیدن به رسالت‌مان پشت سر گذاشته بودیم و مشکلاتی که در این راه با آن مواجه شده بودیم، صحبت کرده‌ایم.

•سه روش اصلی را که در حال حاضر از طریق آن‌ها به مردم کمک می‌کردیم، یعنی آموزش، اجتماع و شفافیت شرح دادیم.

•تاثیرگذاری و مفید بودن ارزش محوری و اهمیت آن را برای کارکنان‌مان را دادیم.

•توضیح دادیم که چگونه در آینده می‌خواهیم به مردم کمک کنیم. تمامی این مثال‌ها نشان می‌دهد که ما با چه انگیزه‌های برای تحقق رسالت‌مان تلاش می‌کنیم.

به حرف زدن اکتفا نکنید، در عمل ثابت کنید!

چنانچه روش‌های مختلف اجرایی کردن مسائلی را که در کدهای فرهنگی خود به موعظه کردن درباره آن پرداخته‌اید، به مخاطبین خود نشان دهید، اعتماد و تفاهم آن‌ها را جلب خواهید کرد.

برای مثال ما در نسخه جدید کد فرهنگی‌مان، نقل‌قول‌هایی از مشتریان و صاحبان شرکت‌های دیگر را بیان کرده‌ایم، نمونه‌هایی از تصدیق‌هایی را که کارکنان برای اثبات ارزش‌های محوری به دست آورده‌اند، در معرض دید قرار داده‌ایم و عکس‌هایی واقعی از گروه‌مان را در حال فعالیت منتشر کرده‌ایم.

افرادی را که در سازمان کار می‌کنند، توصیف کنید

دلیل اهمیت معرفی همکاران

افرادی که کد فرهنگی‌تان را مطالعه می‌کنند، باید دقیقاً بدانند که چه افرادی در گروه‌تان وجود دارند. مزایای معرفی همکاران عبارت است از:
•به این وسیله می‌توانید کارکنان‌تان را در زمینه رفتارهایی که از آن‌ها

انتظار می‌رود، راهنمایی کنید و این رفتارها را به آن‌ها یادآوری کنید.
•می‌توانید متقاضیان فعالیت در شرکت را با افرادی که در آینده همکار آن‌ها خواهند شد، آشنا کنید. به این ترتیب آن‌ها با علم از محیطی که در آن قرار خواهند گرفت، برای درخواست شغل ترغیب می‌شوند یا خود را مناسب نمی‌بینند و کنار می‌کشند.

•می‌توانید به مشتریان آینده‌تان، افرادی را معرفی کنید که با آن‌ها همکاری خواهند داشت و امیدوار باشید که این معرفی ایشان را به شروع همکاری تشویق خواهد کرد.

نقطه شروع

اگر مرحله بالا را انجام داده و هدف خود را توضیح داده‌اید، تبریک می‌گوییم که توانسته‌اید شالوده محکمی را پی بریزید. اکنون زمان آن است که به ارزش‌های محوری بپردازید.

ارزش‌های محوری نقش کلیدی در استخدام کردن یا نکردن استعدادها دارد و پیش‌نیاز تمامی اعضاء گروه‌های مختلفی است که در شرکت فعالیت دارند.

هنگام پرداختن به ارزش‌های محوری باید به نکات زیر نیز توجه کنید:

•ارزش‌های محوری کدام‌ها هستند.

•معنای هر کدام از آن‌ها چیست.

•دلیل مهم بودن آن‌ها برای شرکت چیست.

•نمونه‌هایی از شیوه عمل کردن به این ارزش‌ها را بیان کنید.

درباره چشم‌انداز صحبت کنید

تبیین چشم‌انداز شرکت در آینده بخش مهم دیگری از کد فرهنگی است. مردم دوست دارند که سبهمی در پیش‌برد اهداف شرکت محبوب‌شان داشته باشند و در کنار شما هدفی را محقق کنند که تاکنون برآورده نشده است. مردم می‌خواهند دقیقاً بدانند که شرکت‌تان در کدام نقطه ایستاده است و به کجا می‌رود، تا بهتر بتوانند آینده خود را در ارتباط با شرکت تصور کنند.

کارکنان، متقاضیان شغل و مشتریان‌تان را با به تصویر کشیدن آینده مطلوب شرکت هیجان‌زده کنید، تا آن‌ها نیز با شور و اشتیاق در این سفر همراه شما باشند.

۵- صادق باشید

همانطور که می‌دانید، صداقت بهترین سیاست است، این عبارت در هیچ کجا به اندازه کد فرهنگی صادق ندارد.

ما در جدیدترین نسخه کد فرهنگی آگاهانه تصمیم گرفتیم که چند مورد منفی از گذشته شرکت‌مان را در کد فرهنگی بگنجانیم و صادقانه بگوییم که حتی هنوز هم از همه چیز سر درنیاورده‌ایم. در واقع اقرار کردن به شکست‌ها و ناکامی‌ها و توضیح متواضعانه این که در نهایت چطور توانسته‌ایم به امور سر و سامان بدهیم، یکی از دلایل مهمی است که مردم محتوا ما را مطالعه می‌کنند و برای دریافت توصیه و شغل به ما مراجعه می‌کنند.

هر چه هنگام توضیح دادن فرهنگ‌تان صادق‌تر و شفاف‌تر باشید، بیشتر می‌توانید اعتماد مخاطبین را جلب کنید.

۶- مطمئن شوید که کد فرهنگی نمودی از حال و هوای

شرکت‌تان است

پس از ایجاد کد فرهنگی باید مطمئن شوید که کد فرهنگی نمایان‌گر حال و هوا و برند شرکت‌تان است. تصاویری از کارکنان شرکت را در محیط فعالیت‌شان منتشر کنید و لحنی را برای نگارش انتخاب کنید که به خوبی بیانگر شیوه واقعی برقرار کردن ارتباط با مخاطبین باشد. اطمینان حاصل کنید، فردی که کد فرهنگی را می‌نویسد و طراحی می‌کند، جو شرکت را به خوبی می‌شناسد و می‌تواند آن را در کد فرهنگی پیاده کند.

برای کد فرهنگی اولویت قائل شوید

در شرایطی که انبوهی از کارهای مختلف احاطه‌تان کرده است، ممکن است به راحتی وسوسه شوید که ایجاد چنین سندی را به تأخیر بیااندازید. از آنجایی که ما تبیین کد فرهنگی را به عنوان یکی از اهداف فصلی شرکت تعریف کرده بودیم، طبعاً بازنویسی کد فرهنگی برای‌مان در اولویت قرار داشت.

منبع: **impactbnd**

توافق نامه مشارکتی احداث مجتمع بزرگ رفاهی، تفریحی، فرهنگی اهواز امضا شد



اهواز - شنبم قچاوند - توافق نامه مشارکتی احداث مجتمع بزرگ رفاهی، تفریحی، فرهنگی اهواز میان شهرداری اهواز و صندوق ذخیره بسیجیان کشور امضا شد. در جلسه ای با حضور کتابفای شهردار اهواز، سنواتی رئیس و فلسفی، لطفعلی زاده و موسوی نژاد اعضای شورای اسلامی شهر اهواز و تنی چند از معاونین و مدیران شهرداری و دکتر اسفندیاری رئیس هیات مدیره و مدیرعامل صندوق ذخیره بسیجیان کشور و هیات همراه توافق نامه مشارکتی احداث مجتمع بزرگ رفاهی، تفریحی، فرهنگی اهواز میان شهرداری اهواز و صندوق ذخیره بسیجیان کشور امضا شد. در این جلسه شهردار اهواز با اشاره به فرآیند قانونی این توافقنامه اذعان کرد: با استناد این توافقنامه، صندوق ذخیره بسیجیان کشور نقشه های فاز صفر و فاز اول را آماده می کند و پس از تایید نقشه ها، طبق مصوبه ی اخیر شورای عالی سرمایه گذاری، قرارداد نهایی حداکثر سه ماهه منعقد می شود و عملیات اجرایی آغاز خواهد شد. برآورد اولیه این پروژه حداقل یکصد میلیارد تومان است که از سوی صندوق ذخیره بسیجیان کشور تامین می شود. کتابفای ادامه داد: طبق برنامه ی پیش بینی شده، به جز این توافق نامه، چند تفاهم نامه دیگر نیز در آستانه ی نهایی شدن است که با انعقاد قرارداد نهایی با آنها به هدف خود در بودجه سال ۹۷ دست پیدا می کنیم.

مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان البرز:

تعداد واحدهای صنعتی تحت تملک بانکها در استان البرز کاهش می یابد



کرج - خبرنگار فرصت امروز - مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان البرز گفت: با برنامه ریزی های انجام شده تعداد واحدهای تحت تملک بانکها در استان البرز روند نزولی گرفته و کاهش می یابد. محمدامین بزازپوری فرشی در جلسه صادق نجفی معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با کارکنان شرکت شهرک های صنعتی استان البرز که ظهر امروز در محل این شرکت برگزار شد، اظهار داشت: با برنامه ریزی های انجام شده تعداد واحدهای تحت تملک بانکها در استان البرز روند نزولی گرفته و کاهش می یابد. وی افزود: ۱۵۳ واحد صنعتی در استان البرز تحت تملک بانکها قرار دارد که بنا داریم که این تعداد تا پایان سال به کمتر از ۱۰۰ واحد کاهش یابد. مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان البرز با بیان اینکه اعطای تسهیلات به واحدهای صنعتی و صنایع کوچک ادامه دارد، بیان کرد: برای افرادی که قصد راه اندازی واحد تولیدی در استان البرز داشته باشند که واردات آن محصولات به کشور ممنوع شده متفق هایی از جمله اینکه این سرمایه گذاران می توانند ۵ درصد از ارزش زمین خود را به صورت نقدی و مابقی را به صورت اقساط ۴۸ ماهه بعد از یک سال تنفس پرداخت کنند، در نظر گرفته می شود.

گازرسانی به ۸۳ روستای حاشیه مشهد در دولت تدبیر و امید



مشهد - صابر ابراهیم بای - استاندار خراسان رضوی گفت: از ابتدای دولت تدبیر و امید اهالی ۸۳ روستای حاشیه شهر مشهد از نعمت گاز طبیعی بهره مند شده اند. علی رضا رشیدیان در بازدید از پروژه های حاشیه شهر مشهد افزود: در واقع طی سال های اخیر برای ساماندهی حاشیه شهر مشهد اقدامات قابل توجهی انجام شده است که در این حوزه شرکت های خدماتی اقدامات ارزشمندی انجام داده اند. وی با بیان اینکه حاشیه شهر مشهد که امروز از آن با عنوان سکونتگاه های غیر رسمی یاد می شود و محصول چندین دهه گذشته است، افزود: امروز جمعیت آن با چندین استان کشور برابری می کند و بیش از یک میلیون و ۲۰۰ نفر جمعیت را در خود دارد. رشیدیان با اشاره به اینکه این رقم معادل ۳۶ درصد و بیش از یک سوم جمعیت ۳،۵ میلیون نفری مشهد را تشکیل می دهد، گفت: با توجه به ضرورت خدمات رسانی به این ساکنان، با همه تنگناهای مالی و اعتباری فقط طی دو سال اخیر بالغ بر ۱۳ هزار میلیارد ریال اعتبار بانکد دستگاه های اجرایی مختلف برای بازسازی و بهسازی این مناطق هزینه شده است. وی با بیان اینکه در این خدمات دهی، تلاش برساماندهی و توانمندسازی حاشیه نشینان است، اظهار کرد: در این راستا در تمامی حوزه های روستایی و زیربنایی تلاش شده تا شرایط زندگی این مناطق هم ارتقا یابد.

معاون مالی و اقتصادی شهردار ارومیه:

شهرک ویلایی اسپبورو در دست ساخت است



ارومیه - خبرنگار فرصت امروز - حسین اشرفی در دیدار جمعی از شهرداران و اعضای شورای اسلامی شهرهای استان قزوین به تشریح اجرای پروژه های سرمایه گذاری در سطح شهر پرداخت. وی در این دیدار اظهار کرد: در حال حاضر چندین پروژه سرمایه گذاری چون مجتمع تجاری و خدمتی اورپاد، اسپبورو رزت(استادیوم) ، پل های عابر پیاده، سالن های ورزشی چند منظوره، سیستم جامع حمل و نقل و بار مسافران، نوسازی مجتمع ۵۰۰ دستگاه، کارخانه تولید انرژی از بسماندهای شهری و کمربندی دوم در سطح شهر ارومیه در دست اجراست. معاون مالی و اقتصادی شهردار ارومیه گفت: پروژه سرمایه گذاری تولید انرژی از بسماند های شهری در فاز دو بصورت پروژه سرمایه گذاری BOT با سرمایه گذاری ترکیه و تکنولوژی آلمان در دست اجراست که ۱۵ الی ۲۰ سال زمان بهره برداری آن پیش بینی شده است. وی ادامه داد: مجتمع تجاری رزت(اسپبورو) در فازهای A و B در فضای ۲۱۲ هزار مترمربع با سرمایه گذاری ۸ هزار میلیارد ریال در دست اجراست که سهم شهرداری ارومیه از این پروژه سرمایه گذاری ۳۰ درصد است. معاون مالی و اقتصادی شهردار ارومیه تصریح کرد: پروژه اورپاد در سه فاز به صورت روش مشارکت مدنی و با سرمایه گذاری چهار هزار میلیارد ریال در دست اجراست.

از برترینهای شورای همیاری و مشارکت گاز گلستان در سال ۹۶ تجلیل شد

گران - خبرنگار فرصت امروز - با هماهنگی شورای همیاری و مشارکت شرکت گاز استان گلستان، طی مراسمی با حضور مهندس رحیمی مدیرعامل شرکت و اعضای هیئت مدیره از برترینهای حوزه پیشنهادها در سال ۹۶ در محل سالن اجتماعات تجلیل شد. به گزارش روابط عمومی، در این مراسم مدیرعامل گاز گلستان ضمن تقدیر از همیاری خوب همکاران با نظام مشارکت درخواست داشت تا همه کارکنان با حضوری فعالتر در ارائه پیشنهادها بتوانند بیش از پیش در بهبود فرآیند سازمان سهیم باشند. مهندس رحیمی با اشاره به نقش ارزنده و تاثیر گذار شورای مشارکت در تعالی سازمان در این خصوص بر ضرورت بهره گیری بیشتر از توانایی های فکری و خلاقیت سرمایه انسانی و تلاش در زمینه استفاده موثر از ظرفیتهای موجود در راستای پیشبرد اهداف سازمان تاکید کرد. دشایان ذکر است در پایان مراسم نیز پیشنهاد دهندگان برتر در شاخه های مختلف شامل سود صرفه بیشتر، پیشنهاد مصوب، بیشترین پیشنهاد ارائه شده، بالاترین نرخ پیشنهاد واحدهای ستادی و شهرستانی، بالاترین سرانه پیشنهاد توسط رؤسا ستادی و شهرستانی مورد تقدیر قرار گرفتند.

معاون استانداری کرمانشاه:

توسعه کرمانشاه نیازمند تغییر سبک زندگی است

کرمانشاه - منیر دشتی - معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار کرمانشاه گفت: برای شکوفایی شدن ظرفیت های استان و توسعه آن باید رفتارها و سبک زندگی را تغییر دهیم. محمدابراهیم الهی تبار در مراسم اختتامیه هشتمین دوره جشنواره کتابخوانی رضوی استان کرمانشاه در سراسر اجتماعات کلون پرورش فکری استان، افزود: اگر جشنواره های فرهنگی مختلفی که در استان برگزار می شود در این تغییر رفتار موثر نباشند برپایی آنها کاری بیهوده است. وی تاکید کرد که باید همه اقدامات و برنامه های ما هدفمند باشد و بدینمان باید از کجا به کجا برسیم؛ چنانچه ما در حوزه کتابخوانی تفاهم نامه ای را با وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امضا کرده ایم و حمایت از مولفان، برگزاری جشنواره ها و توجه به فرهنگ غنی کرمانشاه از محورهای اصلی آن است. الهی تبار به تنوع اقوام، مذاهب، جغرافیا، آب و هوا، زیبایی طبیعت و سوابق تاریخی و تمدنی استان کرمانشاه اشاره کرد و اظهار داشت: اگر شهروندان و خانواده ها نقش خود را به درستی ایفا کنند، تصویر استان کرمانشاه به عنوان سینه ستبر و چهره زیبای ایران اسلامی بیشتر هویدا می شود. معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار کرمانشاه همچنین با تقدیر از برگزار کنندگان جشنواره کتابخوانی رضوی گفت: باید همگی تلاش کنیم تا در پیروی از رفتار و منش عملی بزرگان دین گام برداریم. بیش از ۲۰ هزار نفر در جشنواره کتابخوانی رضوی استان کرمانشاه شرکت کردند و در مراسم اختتامیه از برگزیدگان در سه گروه سنی تجلیل شد.

تقدیر از ورزشکاران برتر سمنان در آیین اختتامیه مسابقات ورزشی



سمنان - مهسازبازی: سرپرست سازمان فرهنگی اجتماعی و ورزشی شهرداری سمنان گفت: آیین اختتامیه مسابقات ورزشی با حضور دکتر سیادت ریاست محترم شورای اسلامی شهر سمنان و اعضای شورای شهر و مدیران شهرداری در سالن این سینما برپا شد. عباس بابایی اظهار داشت: در اختتامیه مسابقات ورزشی از ۲۲۱ نفر از برترین های رشته های فوتبال آقایان، والیبال بانوان و آقایان و تنیس روی میز بانوان با اهداء لوح تقدیر و هدایا، تقدیر و تشکر شد.

در این مراسم دکتر بابایی سرپرست سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری سمنان با اشاره به اینکه همگانی شدن و عمومی شدن ورزش از سیاست های شهرداری و شورای اسلامی شهر سمنان است اظهار داشت: در عصر ماشینی کنونی که بیشتر مردم دچار کم تحرکی هستند، همگانی شدن ورزش و شرکت همه در ورزش های همگانی ضرورتی اجتناب ناپذیر برای سلامت تن و روان است و با گسترش فرهنگ ورزش می توان جامعه ای با انسان های سالم، تندرست و با نشاط داشت. در پایان این مراسم از تیم های مقام آور تجلیل شد و مدال ها و جام قهرمانی به آنها اهدا شد.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان شرقی:

شیوه هایی که در جام باشگاه های کتابخوانی به کار گرفته می شود کارآمد است



به کتاب با روش های متفاوت است. وی در ادامه، سرانه مطالعه در کشور و استان را نامطلوب ارزیابی کرد و گفت: وضعیت سرانه مطالعه در ایران خوب نیست و با نقطه مطلوب فاصله داریم و برای بالا بردن سرانه مطالعه باید یک خیزش ایجاد شود. محمدپور با اشاره به پایین بودن آمار مطالعه در ایران و لزوم توجه به بحث مطالعه به عنوان یکی از شاخص های فرهنگی، این طرح را برای ترویج کتابخوانی در کودکان و نوجوان مؤثر خواند. محمدپور افزود:

تبریز - اسد فلاح - مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان شرقی در کارگاه آموزشی ویژه جام باشگاه های کتابخوانی کودک و نوجوان در تبریز، نهادینه شدن فرهنگ مطالعه را عاملی برای تسریع روند توسعه در جامعه عنوان کرد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، محمد محمدپور گفت: راه اندازی باشگاه های کتابخوانی حرکت خوبی است که در طول سالهای گذشته از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آغاز شده و شیوه ای که در این کارگاهها برای ترویج فرهنگ کتابخوانی به کار گرفته می شود تاثیر گذار و مطلوب است. وی افزود: جام باشگاه های کتابخوانی عنوان طرحی پیشرو و بویا برای راه اندازی و فعال کردن باشگاه های کتابخوانی کودک و نوجوان در سراسر کشور است، این برنامه حاصل مشاهده فعالیت کودکان و نوجوانان و رسیدن به شناختی از روش ها و علایق فردی و اجتماعی آنان است. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان، تاکید کرد: هدف از این طرح همه گیر کردن کتاب و کتابخوانی به ویژه در کودکان و نوجوانان است و وظیفه اصلی باشگاه های کتابخوانی، بسترسازی برای جذب کودکان و نوجوانان

اگر ما مطالعه ی روشمند را بلد باشیم و با شیوه ها و فنون مطالعه آشنا باشیم، مطالعه ی ما بازدهی خوبی خواهد داشت. وی گفت: متأسفانه تجاری سازی آموزش باعث شده کتابهای گسترده ای در موضوعات متعدد در اختیار فرزندان ما باشد اما چون مطالعه ی روشمند آموزش داده نمی شود، این قشر از جامعه درگیر استرس در مطالعه هستند، مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تاکید کرد: شیوه هایی که در جام باشگاه های کتابخوانی به کار گرفته می شود کارآمد است و اساتید توانمندی که در این باشگاهها فعالیت می کنند می توانند شیوه های صحیح مطالعه را به کودکان بیاموزند. وی برگزاری دور اول جام باشگاه های کتابخوانی در استان را مطلوب ارزیابی و اظهار امیدواری کرد تا این طرح همچون شجره ی طبیعی جامعه را به سمت مطلوب در حوزه کتاب و کتابخوانی رهنمون شود. لازم به ذکر است کارگاه آموزشی ویژه سرگروه های جام باشگاه های کتابخوانی کودک و نوجوان با حضور اساتید ملی و دانشگاہی در روزهای ۱۴ و ۱۵ شهریورماه با حضور ۵۰ نفر از سرگروهان این طرح در کتابخانه مرکزی تبریز برگزار شد.

مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب روستائی استان قم

با خانواده شهیدان غلامعلی و محمد علی رحیمی بیدهنی دیدار کرد



پس از پیروزی انقلاب اسلامی از ابتدا تا کنون از آن پاسداری می نمایند. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستائی استان قم در بخشی دیگر از سخنان خود با اشاره به برخی خصوصیات شهید جاوید الاثر غلامعلی رحیمی بیدهنی اظهار داشت: خانواده

قم - خبرنگار فرصت امروز - دکتر محمد احمدی جبلی مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستائی استان قم در دیدار با خانواده شهیدان غلامعلی و محمد علی رحیمی بیدهنی، از شهدای گرانقدر دوران هشت سال دفاع مقدس گفت: دیدار خانواده شهدا توفیق بزرگی بوده و باعث افتخار ما است که در خدمت این عزیزان باشیم. دکتر احمدی جبلی در این دیدار مدعوی کرد که با حضور نمایندگان بنیاد شهید استان قم و جمعی از معاونین و مدیران شرکت برگزار شد، با تجلیل از ایثار خانواده های معظم شهدا گفت: ولایت مداری بعنوان یک اصل اساسی، نیاز ضروری جامعه امروز در عبور از بحران ها و مشکلات جامعه می باشد و در صورتیکه این اصل برای همه پذیرفته شده و اجرا گردد به راحتی می توان از مشکلات و مسائل عبور نمود و خانواده شهدا مصداق بارز ولایت مداری بوده و این ارزش را به خوبی درک نموده و در طول سالهای

شهیدان رحیمی بیدهنی هرچه داشتند در راه مهین عزیزمان فدا نمودند و دو شهید و سه جانباز از یک خانواده نشان دهنده عظمت و فداکاری این خانواده می باشد و این کار روحیه ایثارگری بالایی را می طلبد. وی با اشاره به این که یاد و نام شهدا هیچگاه فراموش نمی شود گفت: زنده نگهداشتن خاطره شهدا و پامردی های ایثارگران و شهیدان، وظیفه ای همگانی است و امیدواریم بتوانیم دینی که این عزیزان بر گردن ما دارند را به خوبی ادا نماییم. این مقام مسئول اظهار داشت: یقیناً پدران و مادران شهدا پشتوانه گرانقدر نظام بوده و در دوران دفاع مقدس، به پشتوانه این عزیزان بود که فداکاریهای مثال زدن شهدا و ایثارگران انجام گرفت. دکتر احمدی جبلی در پایان این دیدار با اهداء کارت هدیه و لوح تقدیر از خانواده معظم شهیدان غلامعلی و محمد علی رحیمی بیدهنی تقدیر نمود.

کلنگ زنی نیروگاه خورشیدی ۷ مگاواتی با سرمایه گذاری خارجی در آذربایجان غربی



ارومیه - خبرنگار فرصت امروز - همزمان با بزرگداشت هفته دولت، کلنگ نیروگاه ۷ مگاواتی تولید برق در ارومیه بر زمین زده شد. به گزارش فرصت امروز، در مراسمی که به همین مناسبت در محل اجرای طرح با حضور معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استانداری آذربایجان غربی، مدیر کل امور اقتصاد و دارائی و جمعی از مسئولان شرکت توزیع برق استان و مجریان طرح انجام شد، مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب روستائی آذربایجان غربی گزارشی از فعالیت های این شرکت را ارائه داد. مهندس اکبر حسن بکلو به گزارش خود با اشاره به برنامه های این شرکت اعلام کرد: توسعه و تعمیم کیفیت خدمات دهی و حمایت از تولیدکنندگان انرژی برق در آذربایجان غربی در اولویت برنامه های شرکت توزیع نیروی برق استان قرار دارد. وی گفت: صدور مجوز برای تولید برق تا ظرفیت ۷ مگاوات توسط شرکت های توزیع انجام می گیرد و بیش از ۲۵ مگاوات نیز با شبکه های فوق توزیع می باشد. مهندس حسن

۱۴۰ میلیارد ریال هزینه صرف شده است. ایشان در سخنان خود تعداد مشترکین برق را بیش از یک میلیون و ۲۶ هزار مشترک در آذربایجان غربی ذکر کرد. در این مراسم معاون هماهنگی امور اقتصاد و توسعه منابع استانداری آذربایجان غربی نیز سرمایه گذاری در بخش تولید انرژی برق در استان را با اهمیت توصیف کرد و با تاکید بر اینکه آذربایجان غربی از شرایط و پتانسیل بالایی در جهت سرمایه گذاری در بخش های مختلف اقتصادی به ویژه تولید برق برخوردار است گفت تلاش مسئولان در استان، هموار نمودن فضا برای جذب سرمایه گذاران داخلی و خارجی در زمینه های مختلف می باشد. حسینی مشارکت ۳۰ میلیون دلاری بخش خصوصی در تولید آب میوه طبیعی در آذربایجان غربی را نمونه ای از جذب سرمایه گذاری خارجی در فعالیت های اقتصادی منطقه نام برد و افزود در زمینه تولیدات باغی و خرید سیب استان نیز برنامه هایی در دست انجام است.

مدیر عامل شرکت توزیع برق شهرستان اصفهان:

خشکسالی، علیت خاموشی های سال جاری ست



اصفهان - قاسم اسد - پیرپیران در نشست خبری با اصحاب رسانه با اشاره به علت خاموشی های سال جاری گفت: با توجه به اینکه ۱۷ درصد از تولید برق کشور را نیروگاه های برق - آبی تشکیل می دهند به دلیل خشکسالی امسال ۵۰٪ در صد از ظرفیت تولید را در زمان پیک نداشتیم، و با توجه به اینکه خاموشی ها بیشتر در فصل تابستان رخ میدهد، پیک بار کشور نسبت به زمان کم باری حدود ۴۰ درصد اختلال دارد و در بعضی روزهای زمستان این عدد به ۵۰ درصد می رسد. در استان اصفهان اختلاف بین پیک و کم باری حدود ۳۵ درصد است و در استان خوزستان و استاهای شمالی به ۳ برابر می رسد و دلیل اینکه این عدد در تابستان افزایش پیدا میکند سیستم های سرمایشی ست. همچنین با توجه به اینکه شاخص رشد مصرف انرژی برق در کشور ما در سالهای اخیر بالای ۵ درصد و در دنیا ۲/۵ درصد بوده است. وی خاطر نشان کرد شاخص دیگر درصد افزوده شدن تعداد مشترکین است که به همان اندازه

با حضور مدیر کل بهزیستی استان مازندران برگزار شد:

مراسم اختتامیه سیزدهمین جشنواره فرهنگی ورزشی فرزندان بهزیستی سراسر کشور



ویژه دکتر محسنی سرپرست محترم وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به برگزاری این رقابت ها و نیز مساعدت های دکتر پورشعبانان جانشین ریاست محترم بهزیستی کشور شرایطی را ایجاد کرد تا در طول برگزاری مراسم لحظات به یاد ماندنی برای

ساری - دهقان - دکتر آرام با بیان اینکه حضور در این جشنواره علاوه بر لذت های رقابت شیرینی راقت را رقم میزند خاطر نشان کرد: حضور شما عزیزان از سراسر کشور در کنار یکدیگر منجر به این میشود تجربیات یکدیگر بهره مند شوید و شعار امسال جشنواره که توانمند شدن است را به شکل واقعی تجربه کنید و به آن دست پیدا کنید. با حضور دکتر سید سعید آرام، مدیر کل بهزیستی استان، مراسم اختتامیه سیزدهمین جشنواره فرهنگی ورزشی فرزندان بهزیستی سراسر کشور برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی بهزیستی مازندران دکتر آرام ضمن تقدیر از دست اندرکاران برگزاری جشنواره، سعی کردیم شرایطی فراهم شود تا علاوه بر رقابت های ورزشی ساعات دلپذیری را در خطه مهربان مازندران سپری کنید. وی افزود: نگاه

شما شکل بگیرد. مدیر کل بهزیستی استان مازندران با تبریک عید قربان و عید غدیر گفت: باعث خوشحالی ماست که افتخار میزبانی این رقابت ها با مازندران است و طی چند سال گذشته همواره مازندران میزبان این جشنواره فرهنگی و ورزشی است. دکتر آرام با بیان اینکه حضور در این جشنواره علاوه بر لذت های رقابت، شیرینی راقت را رقم میزند خاطر نشان کرد: حضور شما عزیزان از سراسر کشور در کنار یکدیگر منجر به این میشود که از تجربیات یکدیگر بهره مند شوید و شعار امسال جشنواره که توانمند شدن است را به شکل واقعی تجربه کنید و به آن دست پیدا کنید. وی در پایان تصریح کرد: مهمتر از ورزش، اخلاق مداری است و قطعا شما آینده سازان کشور با توجه ویژه در مسیری گام بر میدارید که برای سازمان و این مرز و بوم افتخار آفرینی خواهید کرد.

افتتاح پل بزرگ بانر حمان در محور مهران - ملکشاهی

پل ۶۳ متر و دو دهانه به صورت رفت و برگشت است که وزن این سازه ۱۱۰ تن می باشد. وی افزود: این اداره کل در هفته دولت بیش از ۱۱ پروژه را با حضور مقامات استانی در سطح استان افتتاح کرده است که از جمله آنها می توان به افتتاح پروژه روشنایی کمربند شرقی به طول ۹ کیلومتر، روکش آسفالت محورهای زرنه-سومار در شهرستان ایوان به طول ۸ کیلومتر، تعریض و بهسازی محور

سرتنگ-لومار به طول ۱۵ کیلومتر در شهرستان سیروان و بیش از پنج پروژه دیگر را به طور صردصد به پایان رسانده است. وی اضافه کرد: با توجه در پیش بودن ایام اربعین این اداره کل حذف نقاط حادثه خیز، آسفالت پروژه راهپاروکش آسفالت، اعلام و خط کشی محورهای منتهی به پایانه مرزی مهران را تا قبل از اربعین ۹۷ در دستور کار خود قرار داده است.

چگونه بازده تیم بازاریابی خود را افزایش دهید؟

مترجم: اشکان کوشش

تنها افراد خاص می‌توانند رهبران موفق باشند. یک رهبر موفق می‌تواند الهام‌بخش تیم خود باشد و به بهترین شکل ممکن با آن‌ها ارتباط برقرار کند و منظور خود را به وضوح انتقال دهد. یک رهبر خوب با صداقت و شفاف صحبت می‌کند و هیچ‌گاه نکته‌ای را به گونه‌ای رها نمی‌کند که تیمش مجبور باشند به حدس و گمان متوصل شوند. هر کسی می‌تواند رئیس باشد، اما هر کسی قابلیت رهبری را ندارد. اهمیت این خصوصیات زمانی مشخص می‌شود که به دنبال ایجاد انگیزه در تیم بازاریابی خود هستید و رهبری درست در این شرایط بازده تیم شما را افزایش داده و روحیه فردی در محیط کار شما را افزایش می‌دهد.

آزادانه و به صورت شفاف ارتباط برقرار کنید

یکی از مهم‌ترین خصوصیات یک رهبر گروه عالی، توانایی او در برقراری ارتباط با دیگران است. شفافیت با اعضای تیم باعث اطمینان آنها به شما خواهد شد، بنابراین از شفافیت ارتباطات در محیط کاری‌تان و در تمامی اوقات مطمئن شوید. در صورت ارتباطات نامفهوم، بازده تیمی شما تحت تاثیر قرار گرفته و اعضای گروه شما، احساس سردرگمی و آزدگی خواهند داشت. یکی از راههایی که به شما در این زمینه کمک می‌کند، برگزاری جلسات هفتگی است که در آن افراد گروه بازاریابی شما بتوانند سوالات و نظرات خود را بیان کنند. این جلسات به شما اجازه خواهند داد که بازخوردها را آنالیز کنید. در عین حال، افراد تیم‌تان برای برگزاری این جلسات قدرتان شما خواهند بود.

سطح توقعات را مشخص کنید

توقعات مشخص به اندازه ارتباطات شفاف اهمیت دارند، بنابراین مطمئن شوید که افراد تیم‌تان در مورد کاری که باید انجام دهند اطلاع داشته و از توقعات شما آگاه هستند. بدون وظایف و توقعات روشن، کارمندان احساس سردرگمی خواهند کرد. برگزاری یک جلسه در ابتدای هفته و گفت‌وگو در مورد اهداف و وظایف هر یک از افراد گروه به شما در این زمینه کمک خواهد کرد. علاوه بر آن و با استفاده از نرم‌افزارهای آنلاین برای موسسات، می‌توانید با پیگیری تمامی وظایف و پروژه‌های تیم‌تان از روند کارها مطلع شده و از پیشرفت صحیح برنامه‌ها مطمئن شوید.

به سخت‌کوشی پاداش دهید

گرفتار شدن در جنب و جوش یک هفته سخت کاری آسان است و توانایی شما در تشخیص تلاش‌هایی که افراد تیم شما انجام می‌دهند، از اهمیت بالایی برخوردار است. همه افراد، مزایا و تشویق را دوست دارند و مزایا برای یک کارمند خوب می‌تواند باعث افزایش انگیزه تیم شما برای تلاش مضاعف شود. چیزهایی مانند تعطیلات طولانی، روزهای دورکاری و میان‌وعده‌های سالم در طول ساعات کاری، روش‌هایی هستند که قدردانی شما از افراد تیم‌تان را نشان داده و کارمندان شما نیز قدردان آن خواهند بود. شرکت‌هایی مانند گوگل، همچنان به دلیل رفتار بسیار خوب با کارمندان شناخته شده‌اند، بنابراین تلاش خود را برای شبیه‌سازی فرهنگ شرکت‌هایی که محیط کاری بسیار خوبی دارند به کار بگیرید و در مورد راهایی که می‌توانید این شیوه کاری را برای تیم خود پیاده‌سازی کنید، فکر کنید.

منبع: **marketinginsidergroup**

مدرسه مدیریت



چرا باید از انتقاد نسبت به شرکت‌های باز و بدون اتاق دست بکشیم؟

نویسنده: تام گیمبر (Tom Gimber)

مترجم: صهباصمدی

مدیران اجرایی دهه‌هاست که می‌دانند شرکت‌های باز برای کارکنان بخش فروش و تجار بسیار کارآمد هستند، اما چرا بقیه از این نوع شرکت‌ها بهره نبرند؟ به تازگی مقاله‌ای در این باره خواندم که شرکت‌های باز (یا شرکت‌های بدون اتاق) یک تب زودگذر هستند و این نوع شرکت‌ها، احمقانه‌ترین مُد دنیای تجارت امروز هستند. امروز تصمیم گرفته‌ام در مورد نادرستی این باور توضیحاتی ارائه دهم. ابتدا باید گفت که محیط‌های اداری باز یک تب زودگذر نیستند سازمان‌های فروش، سهامداران و مؤسسات تجاری مدت‌هاست از این روش سود می‌برند. این امر ممکن است به دلیل کاهش هزینه‌ها (به عقیده نوسنده) یا ارتقای فرهنگ سازمانی باشد. شرکت‌های باز چیز جدیدی نیستند. شرکت‌ها و مدیران اجرایی دهه‌هاست که می‌دانند شرکت‌های باز برای کارکنان بخش فروش و تجار بسیار کارآمد هستند، اما چرا بقیه از این نوع شرکت‌ها بهره نبرند؟
ظاهراً گزارشی که در دانشگاه هاروارد انجام شده نشان می‌دهد که افرادی که در محیط‌های اداری باز کار می‌کنند بیش از کارکنان سایر شرکت‌ها از خدمات پیام‌رسان‌ها و ایمیل‌های درون‌سازمانی استفاده می‌کنند. با تجربه اداره شرکتی با بیش از ۲۵۰ کارمند، می‌توانم به شما بگویم که کارکنان ما قطعاً از این روش‌های ارتباطی استفاده می‌کنند، اما این ارتباطات صرف نظر از شکل چینش اداره نیز به هر حال در جریان خواهند بود. نویسنده گزارش مذکور بر این عقیده است که اگر شرکت‌ها واقعاً می‌خواهند در هزینه‌ها صرفه‌جویی کنند، باید سعی کنند کارکنان خود را به کار از منزل تشویق کنند. این روش باعث کاهش نیاز به فضای اداری شده و به‌رهوری کارمندان را افزایش می‌دهد، اما به عقیده من پذیرش این نظریه باعث ایجاد چند مشکل می‌شود:

۱- اگر کسی را مستقیماً پس از فارغ‌التحصیلی از دانشگاه استخدام کنیم، چگونه آن فرد میانی «کار» را می‌آموزد؟ چیزهای کوچکی مثل بررسی یک ایمیل، صحبت کردن با یک همکار، زبان بدن یا همکاری گروهی، تجارب کاری ما را تشکیل می‌دهند. یکی از بهترین چیزها درباره داشتن یک اداره باز این است که ممکن است کسی که بخشی از یک جلسه نبوده، بدون برنامه‌ریزی قبلی وارد جلسه شده و ذهنیت و دیدگاه جدیدی به جلسه اضافه کرده و یا باعث حل یک مشکل شود.

۲- فرهنگ سازمانی مهم در دیدن یکدیگر ایجاد می‌شود. برای ارتقای فرهنگ همکاری، افزایش درآمد قطعاً ضروری است، اما کافی نیست. فرهنگ سازمانی از سهیم شدن در تجارب کاری یکدیگر، شناخت اشخاص و زندگی‌های دیگر، توجه نشان دادن به دیگران و علاقه به همکاری با آنها ناشی می‌شود؛ یعنی از کار گروهی.

۳- صرفه‌جویی در هزینه‌های سازمانی هیچ ایرادی ندارد. هدف از داشتن و مدیریت یک شرکت ابتدا یافتن راه حل برای یک مشکل و سپس پول درآوردن است. (این ترتیب مهم است، زیرا اگر قادر به حل یک مسئله نباشید، پول درآوردن کار سختی است).

۴- هیچ‌وقت تنهایی جشن گرفتن را تجربه کرده‌اید؟ تجربه چندان دلپذیری نیست.

۵- کسانی که از منزل‌شان دورکاری انجام می‌دهند، بیشتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، زیرا این دسته افراد، شبکه‌های اجتماعی را جایگزین روابط درون‌سازمانی می‌کنند. می‌توان گفت که تکنولوژی‌زدگی امروز که اغلب ما از آن شکایت داریم، دقیقاً با دور کاری و آزادکاری (freelancing) ارتباط مستقیم دارد. افرادی که فرصت ارتباطات سازمانی ندارند، بخش عظیمی از فرصت زندگی اجتماعی را از دست می‌دهند.

روزانه مقالات زیادی درباره نقاط ضعف و مشکلات کار اداری نوشته می‌شود. این نوشته‌های انتقادی اغلب خواننده‌ها را جذب کرده و دیدگاهی منفی نسبت به شرکت‌ها ایجاد می‌کنند، اما اگر تاریخ یک چیز به ما آموخته باشد، این نکته است که راه‌های زیادی برای شروع، ساخت و رشد یک کسب و کار وجود دارد و هیچ راهی احمقانه نیست، بلکه هر فرد راه مخصوص به خود را دارد. من همیشه در این زمینه به تئوری گوگل استناد می‌کنم؛ اگر شما در حال انجام کاری هستید، پس آن کار نمی‌تواند چندان احمقانه باشد. ضمناً شرکت‌های باز همیشه آشنی‌خانه‌های بسیار بزرگی دارند!

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه ۱۸ شهریور ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۵۵ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

آدرس: میرزای شیرازی- نبش کوچه چهارم - پلاک ۶۸- واحد ۴

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

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

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین نامه اخلاقی حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت



چطور برای شرکت در جلسه‌ای که در تسخیر مردان است آماده شوید

مترجم: نسیم حسینی

وقتی در یک جلسه کاری کسی را شبیه به خودتان پیدا نمی‌کنید، اهمیت مشارکت و نشان دادن مهارت‌های‌تان بیشتر می‌شود. بنا بر یافته‌های یک پژوهش منتشرشده در «آمریکن پلیتیکال ساینس ریویو» (American Political Science Review)، در

جلساتی که هم مردان و هم زنان در آن‌ها حضور دارند، زنان به طور میانگین ۲۵درصد کمتر از مردان صحبت می‌کنند. زنان به طور کلی در میان همتایان حرفه‌ای خود در اقلیت هستند، حقیقتی که می‌تواند علت سکوت نسبی آن‌ها را توضیح دهد. براساس پژوهش مؤسسه «مک‌کنزی» تنها ۲۷درصد از مدیران و ۱۸درصد از مدیران اجرایی ارشد را زنان تشکیل می‌دهند. وقتی جزئی از یک گروه اقلیت باشید ممکن است با محیط پرامون احساس بیگانگی کنید، خصوصاً اگر آقایان همکاران سنن یا مقام بالاتری از شما داشته باشند. این پدیده زنان را با هر شغل و حرفه‌ای تحت‌تأثیر قرار می‌دهد؛ حتی مادالین آلبرایت، وزیر امور خارجه سابق، که به عنوان یک دیپلمات به سراسر دنیا سفر کرده است نیز با این مشکل درگیر بوده است. برخی در تلاش برای کمک به زنان برای آنکه رویشان باز شود و بیشتر صحبت کنند به فناوری روی آورده‌اند. یک گروه از توسعه‌دهندگان شرکت‌کننده در جالش «مد زن» شبکه بی‌بی‌سی برای اندازه‌گیری میزان مشارکت زنان در جلسات، دست به ابداع یک اپلیکیشن تشخیص صدا به نام «Allain» (ally) زدند. این اپلیکیشن تجزیه و تحلیل‌هایی از قبیل درصد اظهارنظرهای کاربر و نوع لحن صدای او ارائه می‌دهد. به گفته جیل فلین (Jill Flynn) یکی از بنیانگذاران سازمان «فلین هیث هولت لیدرشپ» (Flynn Heath Holt Leadership)، واقع در شهر شارلوت کارولینای شمالی، که بر تربیت و پرورش رهبران زن تمرکز دارد، جلسه‌های کاری فرصت مهمی برای زنان هستند تا توجه‌ها را به سوی خود معطوف کنند. این بدین معنا نیست که زنان باید خود را به عنوان باهوش‌ترین آدم‌های جمع به اثبات برسانند، بلکه این حضور اقلیتی آن‌هاست که آن‌ها را در مرکز توجه و اگر بخواهیم صراحتاً بگوییم، در معرض قضاوت بیشتری قرار می‌دهد. فلین می‌گوید: «پس به تعبیری، این اقلیت شانس شما برای درخشیدن است.» فلین به زنانی که خواهان برقراری ارتباط و دستیابی به موقعیت آشنا و خودی در یک محیط کاری مردانه هستند توصیه‌های گوناگونی دارد.

۱- آمادگی قبل از جلسه را از یاد نبرید

توصیه فلین این است که قبیل از هر کاری برای جلسه خود برنامه‌ریزی و مطالعه کنید. «با جلسه پیش‌روی‌تان طوری برخورد کنید که انگار می‌خواهید از یک کشور خارجی دین کنید» و تا جایی که می‌توانید در موردش اطلاعات زمینه‌ای کسب کنید، اطلاعاتی از این قبیل که هدف جلسه چیست؟ یا آیا قرار است در جلسه تصمیمی اتخاذ شود؟ و ... اگر از قبل کسی را می‌شناسید که قرار است در جلسه شرکت کند، با او درباره انتظارات‌تان قبل از شروع جلسه صحبت کنید، خصوصاً اگر در گذشته در جلسات مشابهی شرکت داشته است. اگر می‌توانید، کمی از سبک و سیاق

رهبر جلسه پرس‌وجو کنید؛ مثلاً آیا او به طور کلی مباحث جلسه را به روش خاصی تنظیم می‌کند؟ فلین به عنوان نکته آخر می‌گوید

اگر جلسه موردنظر یک جلسه عادی و روزمره است که اغلب در آن شرکت می‌کنید، باز هم آن را دست نگمیرید. نحوه تعامل افراد با یکدیگر در این جلسات را زیرنظر بگیرید و بعد پرسش‌ها و نظرات خود را بر همان اساس آماده کنید.

۲- برای یک مکالمه کوتاه آماده باشید

تا جایی که برای‌تان امکان دارد زود سر جلسه حاضر شوید و قبل از شروع جلسه مدت زمانی را برای صحبت با دیگران کنار بگذارید. خودتان را معرفی کنید، در این صورت شاید کسی هم شما را به دیگران معرفی کند. این کار به شما کمک می‌کند حال و هوای جلسه دست‌تان بیاید، سر صحبت را باز کنید و احساس آسودگی داشته باشید. اگر نگرانید که هیچ نقطه اشتراکی با مردی که ۲۰ سال از شما بزرگ‌تر است نداشته باشید، فلین بر روش دیگری پافشاری می‌کند. با پرسیدن سوالاتی مثل «قبلاً هم در این کمیته بوده‌اید؟» یا اشاره به شرکتی که قبلاً در آن کار می‌کرده‌اید، شروع کنید. ممکن است متوجه شوید طرف مقابل‌تان کسی را در آن شرکت می‌شناسد، یا حتی خودش در آن شرکت کار می‌کرده است. فلین توصیه می‌کند که خودمانی باشید، زیرا مردان تمایل دارند به این صورت ارتباط برقرار کنند. حتی می‌توانید حرف خانواده یا سفر را پیش بکشید، اما هر کاری که می‌کنید به این هشدار فلین توجه کنید «براره آب و هوا حرف نزنید. این یک موضوع همیشگی، اما بوج و بی‌معنا است.» علاوه بر این، ارتباطی هم با خود شما ندارد.

۳- توجه‌تان را نشان دهید

گذشته از چیزهایی که در یک جلسه می‌گویید یا نمی‌گویید، زبان غیرکلامی بدن شما نیز حرف‌های زیادی برای گفتن دارد. سر تکان دادن، لبخند زدن و برقرار تماس چشمی با فردی که در حال صحبت است از این دسته هستند. به گفته فلین، این یعنی اینکه نباید حین جلسه یادداشت بردارید. اگر لازم است چیزی را یادداشت کنید تا بعداً از یادتان نرود اشکالی ندارد، اما اگر بخواهید همه چیز را بنویسید، دیگران به احتمال زیاد فکر می‌کنند شما دستیار اجرایی یا یکی از اعضای تازه‌کار تیم هستید. فلین از توصیه‌ای که او و همکارانش اغلب در مورد یادداشت‌برداری دلسردکننده دارند، چنین می‌گوید «همیشه وقتی از این مسئله حرف می‌زنیم، خانم‌ها با ما مخالفت می‌کنند، اما انجام دادن هم‌زمان چند کار در جلسه به معنای بی‌توجهی شمامت، این یک علامت است.» از چشم دوختن به تلفن همراه یا لپ‌تاپ خودتان نیز خودداری کنید. حتی اگر هم دیگران در حال نگاه کردن به گوشی و لپ‌تاپ‌های‌شان هستند، شما باید توجه‌تان نسبت به جلسه را حفظ کنید تا از مشغول شدن به ایمیل‌های رسیده یا حواس‌پرتی‌های دیگر جلوگیری کنید.

۴- فراتر از تخصص خود مشارکت کنید

فلین می‌گوید: «یک خانم فقط زمانی در جلسه صحبت می‌کند که بخواهد درباره حوزه تخصص خودش حرف بزند، اما این واقعا کاری نیست که رهبران انجام می‌دهند. رهبران دید وسیعی از کسب‌وکار خود دارند» برای مثال اگر در دایره بازاریابی کار می‌کنید، فقط

درباره بازاریابی صحبت نکنید. از دایره‌های دیگر سوالاتی بپرسید یا پیشنهادی در اختیار آن‌ها یا به طور کلی سازمان بگذارید، فلین دوباره اطمینان می‌دهد با اینکه لازم نیست همین حالا در این کار خیره شوید، اما مهارتی است که باید به تدریج فراگیرید.

۵- خودتان را ثابت کنید

با زبانی پویا و مقتدر صحبت کنید و ارزش چیزهایی را که می‌گویید نه بیشتر و نه کمتر از آنچه هست نشان دهید. به کارگیری زبانی که فلین و همکارانش از آن با عنوان «زبان نیرومند» یاد می‌کنند، منظور شما را به دقت و با اطمینان به مخاطب می‌رساند. ابزار موافقت خود بگویید «من کاملاً موافقم چون...» و سپس شرح و جزئیاتی ارائه دهید که نشان دهد کار‌تان را بلدید. عبارتهایی مانند «شاید» و «اگر... چه می‌شود؟» را از صحبت‌های‌تان حذف کنید و صریح باشید. به گفته فلین، یکی دیگر از ابعاد جسور بودن این است که اگر افراد حاضر در جلسه از سابقه و پیشینه شما خبر ندارند، اطمینان حاصل کنید که از مدارک و سوابق‌تان مطلع می‌شوند. اگر نگران هستید که مغرور یا ناشی به نظر برسید، راهی پیدا کنید که بتوانید اطلاعات‌تان را به طور غیرمستقیم ارائه دهید. مثلاً به گفته فلین، نباید بگویید «من مدرک دکتر دارم» بلکه باید داستان و خاطره کوتاهی پیدا کنید که تعریف کردنش در حین مکالمات مناسبت داشته باشد، چیزی شبیه به این: «وقتی روی رساله دکترا کار می‌کردم...»

۶- یادتان باشد کار‌تان با اتمام جلسه به پایان نمی‌رسد

به پیشنهاد فلین اگر برای‌تان مقدور است بعد از تمام شدن جلسه کمی بیشتر بمانید. تقویم کاری خود را آنقدر پر نکنید که مجبور باشید سریع محل جلسه را ترک کنید، تصور نکنید که مکالمات بعد از جلسه وقت تلف کردن است. فلین می‌گوید: «زنان به‌شدت معتقدند که کار واقعی در نشستن پشت میز، ارسال ایمیل و صحبت با کارمندان خلاصه می‌شود. پس از جلسه بمانید، زیرا حالا دیگر با شرکت در جلسه نقاط مشترک بیشتری با افراد دارید که در موردشان صحبت کنید.» می‌توانید برای راهنمایی گرفتن درباره یک مسئله یا صحبت بیشتر درباره موضوعی خاص با آن‌ها ارتباط برقرار کنید. همچنین می‌توانید به آن‌ها نشان دهید که صحبت‌های‌شان در جلسه برای شما جالب بوده و دلایلش را برای‌شان توضیح دهید. با این کار احتمالاً به نظر دیگران درباره جلسه پی می‌برید، مثلاً ممکن است کسی بگوید که این جلسه برایش چیزی جز وقت تلف کردن نبوده است. می‌توانید این واکنش‌ها را ببینید و به درک بهتری از نحوه تفکر افراد دست پیدا کنید، امری که در برقراری ارتباطات غیررسمی به کمک‌تان خواهد آمد. چه بلافاصله بعد از جلسه یا افسرد صحبت کنید و چه صحبت نکنید، همواره می‌توانید به خاطر خود بسپارید که می‌خواهید با چه کسی برای یک جلسه رودررو یا داوطلب شدن برای کار با او ارتباط داشته باشید. به گفته فلین «هی‌شود مثل یک غریبه یا به جلسه بگذارید، اما مثل یک غریبه از آن بیرون نیایید.»

منبع: **entrepreneur**