

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شاخص بورس از مرز ۱۴۶ هزار واحد گذشت

شگفتی سازی بورس

فرصت امروز: تخت گاز شاخص کل در مسیر صعود! این تیتری است که می توان برای رشد این روزهای شاخص بورس تهران برگزید، چنانچه بورس تهران از ابتدای این هفته تاکنون ۹ بار کانال شکنی کرده و شاخص بورس دیروز برای نخستین بار در عمر ۵۰ساله...

۵

یادداشت

اوپک بر سر دوراهی



رضا پدیدار
رئیس کمیسیون
انرژی و محیط زیست
اتاق تهران

از اجلاس ۱۷۱ تا ۱۷۴ اوپک، این طرح فریز نفتی بود که مطرح شده و میزان پایبندی کشورها به آن مورد بحث قرار می گرفت. کشورها در این اجلاس کنترل بازار نفت و رساندن قیمت به سطحی متعادل را در اولویت قرار دهند تا اقتصادهای ۲۵ کشور اوپکی و غیر اوپکی در جهان که هر کدام به اندازه ای وابسته به نفت است، دچار مشکل نشود. سهم اتکای اقتصاد عربستان به نفت ۹۰ درصد است، در روسیه این سهم به ۴۸ درصد می رسد و اقتصاد کشورهای حاشیه خلیج فارس بیش از ۷۰ درصد به نفت وابستگی دارد. این سهم در مورد ایران هر چند در اسناد بالادستی ۲۴ درصد تعیین شده اما در عمل اقتصاد ما بیش از ۵۰ درصد به نفت و درآمدهای حاصل از آن وابستگی دارد. براساس طرح فریز نفتی هر یک از کشورها سهم مشخصی از تولید دارند اما اگر بر اثر تحریم ها و فشار سیاسی سهم ایران کاهش پیدا کند...

۳

چند سناریو برای کنترل و هدایت نقدینگی

مقابله با نقدینگی ۱۶۰۰ تریلیون تومانی

اقتصاددانان همواره درباره افزایش نقدینگی هشدار می دهند؛ جریان نقدینگی که به هر جایی وارد شود، ویرانگر خواهد بود. مانند وضعیت فعلی اقتصاد ایران که بازار ارز، طلا، مسکن و خودرو با نوسانات و هیجانات زیادی مواجه شده است. به همین خاطر اقتصاددانان معتقدند بهترین راه برای هدایت جریان نقدینگی، بازار سرمایه و بازارهای مولد است؛ اقدامی که البته تا به حال انجام نشده است. در حالی که بر حجم نقدینگی کشور لحظه به لحظه افزوده می شود و امروز در نقطه ای در حدود ۱۶۰۰ هزار میلیارد تومان قرار گرفته...

۲

بخشنامه هم دوی بازار نشد

در بازار سکه دوباره ورق برگشت

۵

مدیریت و کسب و کار



سرویس ویدئویی اپل
تا سال ۲۰۲۵ به درآمد
۴ میلیارد دلاری دست می یابد

- همسویی فروش و بازاریابی در توفان
- اشتباه مالی که نباید در تجارت کانابیس اتفاق بیفتد
- نکته برای بهبود خدمات مشتریان
- چگونگی خلق فرهنگ کارآیده آل برای بازارهای خلاق
- اقدام در راستای ایجاد برندی موفق
- نقش نقاط اثبات کننده در هویت برند

۱۶ تا ۸



رئیس کل بیمه مرکزی از سهم ۱۴.۴ درصدی بیمه زندگی در کل بازار بیمه ای خبر داد

وضعیت نامطلوب ایران در بیمه زندگی

۴

معاون اول رئیس جمهور در نشست روسای دانشگاه ها و پارک های علم و فناوری:

اگر امید مردم را افزایش دهیم، شرایط سخت زودتر پایان می یابد

وجود داشت اما همه جناح ها و مسئولان مختلف سیاست شان این بود که موضوع جنگ از دستور کار خارج نشود.

وی گفت: امروز نیز در شرایطی هستیم که نیازمند مقاوم کردن مردم در مقابل طراحی های دشمن هستیم تا بتوانیم از این پیچ خطرناک به خوبی عبور کنیم. ملتی که تعداد بسیاری دانشمند و نخبه دارد حتما می تواند کاری کند تا امید به جامعه بازگردد و مشکلات برطرف شود.

معاون اول رئیس جمهوری با بیان اینکه به هر مقدار که بتوانیم اعتماد را در داخل کشور ایجاد و کشور را در وضع خوبی اداره کنیم که آمریکایی ها احساس کنند شکست خورده اند، زمان دوران سختی که در آن قرار داریم کوتاه خواهد شد، اظهار کرد: می توانیم با خود ادا کردن کشور و همچنین اتخاذ راهکارهای مناسب از سوی دولت و پای کار آمدن دانشگاهیان دوران سختی که امروز در آن قرار گرفته ایم را کوتاه کنیم. این دوران با انجام اقدامات لازم حتی در همین سال ۹۷ نیز می تواند پایان یابد.

جهانگیری به برخی ابرچالش های پیش روی کشور اشاره و خاطر نشان کرد: امروز کشور با ابرچالش هایی نظیر آب، مسائل محیط زیستی، تأمین هزینه های اداره کشور و بودجه و همچنین صندوق های بازنشستگی مواجه است. برای حل این ابرچالش ها دانشگاهیان می توانند و باید پای کار بیایند و به دولت کمک کنند. دانشگاه ها با پایان نامه های دانشجویان باید به سمت حل چالش ها و ابرچالش های اصلی پیش روی کشور حرکت کنند.

وی همچنین با تأکید بر لزوم همدلی و همراهی بخش خصوصی با مردم به انتقاد از اقدامات برخی از فعالان بخش خصوصی پرداخت و گفت: کجای دنیا این گونه بوده که عده ای به اسم بخش خصوصی زمانی که احساس می کنند مردم در شرایطی سخت قرار گرفته اند، از شرایط سوء استفاده کنند تا به سود بیشتر دست یابند. در چنین شرایط سختی که کشور با آن مواجه است بخش خصوصی سالم باید به دنبال انجام اقداماتی باشد که از نتایج آن خدمت بهتری به مردم ارائه شود.

معاون اول رئیس جمهور با اشاره به معیارهای رتبه بندی دانشگاه ها گفت: یکی از معیارهایی که باید در رتبه بندی و شناسایی دانشگاه های برتر مورد توجه قرار بگیرد، میزان مشارکت دانشگاه ها و مراکز علمی در حل و فصل مسائل جامعه است. قطعا اگر به دنبال حل مسائل جامعه هستیم، دانشگاه ها باید محور قرار بگیرند تا انسجام ملی در جامعه تقویت شود و امید مردم به آینده افزایش یابد.

ببیند، اما ما در مقابل آن ها حتما قدرت نرم مهم و تأثیرگذاری خواهیم داشت که بتوانیم از چالش های ایجاد شده عبور کنیم.

رئیس ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی ادامه داد: زمانی که آن ها اقتصاد ما را مورد هدف قرار می دهند این گونه نیست که تصمیمات اقتصادی ما بتواند آن ها مقابله کند؛ آن ها می گویند باید منابع درآمدهای نفتی ایران را مورد هدف قرار دهند. در این شرایط ما نیز به عنوان دولت باید به گونه ای رفتار کنیم و نفت خود را بفروشیم که نیازهای خود را تأمین نماییم. گرچه راهکارهای اتخاذ شده از سوی ما در این زمینه ممکن است پیچیده و پرهزینه باشد، اما باید این کار را انجام دهیم. ما باید فکرمان را به کار بیندازیم و راهکارهایی برای تأمین منابع مورد نیاز خود اتخاذ کنیم.

جهانگیری با اشاره به مورد هدف قرار دادن سیستم حمل و نقل دریایی جمهوری اسلامی ایران از سوی ایالات متحده آمریکا اظهار کرد: با توجه به اینکه بسیاری از کالاهای مورد نیاز ما از طریق سیستم حمل و نقل دریایی وارد کشور می شود، آمریکایی ها نیز به دنبال آن هستند تا این سیستم را از پای بیندازند. در این شرایط ما باید با اقدامات خود تلاش کنیم تا مانع این گونه کارشکنی ها شویم.

وی با بیان اینکه تلاش بعدی آمریکا ترسیم آینده ای نامطمئن برای مردم ایران است، خاطر نشان کرد: آمریکایی ها به دنبال آن هستند که شرایطی در کشور ایجاد شود و به مردم بگویند که اگر فلان کالا را در خانه خود نگهداری نکنید، ممکن است چند وقت دیگر پیدا نشود. در مجموع قدرتی به کار برده می شود تا بتواند منجر به انجام اقداماتی در کشور شود تا نتایج مورد نظرشان حاصل گردد.

معاون اول رئیس جمهوری تصریح کرد: در مقابله با این اقدامات ما نیز باید به گونه ای عمل کنیم تا نتایج مورد نظرمان حاصل شود. در این زمینه بیش از دولت و مسئولان، نخبگان و دانشگاهیان وظایف مهمی برعهده دارند؛ اگر دشمن به سمت به مخاطره انداختن اعتماد مردم به مجموعه نظام و دولت و آینده شان است، ما نیز باید برعکس آن ها عمل کنیم و این کار تنها از نخبگان و صاحب نظران کشور برمی آید.

جهانگیری با تأکید بر اینکه به همین دلیل است که می گوئیم راهکار مسائل اقتصادی، سیاسی است، ادامه داد: اینکه می گوئیم راهکار مشکلات کشور سیاسی است به معنای آن نیست که یک گروه برون و گروه دیگر بیایند بلکه منظورمان همانی است که در دوران جنگ نیز تحقق یافت: در آن زمان همه راهکار پایان جنگ را سیاسی می دانستند. گرچه در همان مقطع نیز انتخاباتها برگزار می شد و رقابت های سیاسی

معاون اول رئیس جمهور با بیان اینکه به هر میزانی که امید مردم به آینده را افزایش دهیم، دوره شرایط سخت امروز کاهش می یابد، اظهار کرد: اگر در زمینه افزایش امید مردم به آینده به خوبی عمل کنیم، شرایط سخت در همین سال ۹۷ پایان می یابد.

به گزارش ایسنا، اسحاق جهانگیری صبح دوشنبه در نشست روسای دانشگاه ها، مراکز آموزش عالی، پژوهشگاه ها و پارک های علم و فناوری سراسر کشور که در دانشگاه علم و صنعت برگزار شد، با تأکید بر اینکه کشور در مقطع خاصی قرار گرفته و دست نیاز همه جامعه به سمت دانشگاه ها دراز است، گفت: امروز کشور در شرایط خطیر و دشواری قرار دارد البته این به معنای آن نیست که همه عوامل موجود تهدید هستند بلکه به آن معناست که می توان در همین شرایط سخت نیز فرصت های خوبی ایجاد و از آنها استفاده کرد.

او با تأکید بر اینکه اگر به دنبال توسعه همه جانبه و پایدار هستیم باید بدانیم که محور این توسعه، توسعه درونزا است، خاطر نشان کرد: در سیاست های ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری درباره اقتصاد مقاومتی، مهمترین و اصلی ترین نقطه کانونی توجه به ظرفیت های داخلی کشور است، بنابراین در مقطع فعلی توسعه ملی و توسعه درونزا، مهم ترین موضوع مورد توجه کشور است و در این توسعه مدار اصلی برعهده نیروی انسانی، دانش و فناوری های داخلی و به طور کلی دانشگاه ها است.

معاون اول رئیس جمهوری با اشاره به رویکردهای سیاست های ابلاغی اقتصاد مقاومتی گفت: یکی از رویکردهای اقتصاد مقاومتی، رویکرد دانش بنیان است. توسعه داخلی کشور که کانون آن دانشگاه ها هستند، ضامن اصلی بقای ماست و ما باید به صورت جدی به آن بپردازیم. امروز دیگر کسی به دانشگاه ها به عنوان یک مجموعه فیزیکی نگاه نمی کند بلکه همگان دانشگاه ها را به عنوان کانون های فکری و نقادی جامعه می دانند.

جهانگیری ادامه داد: بنابراین انتظارمان از دانشگاه ها که مرکز نقادی و توسعه علم و فناوری کشور هستند آن است که نخبگان این مراکز علمی نسبت به مسائل پیرامون خود، جامعه و همچنین منطقتی که در آن قرار گرفته ایم و موقعیت جهانی ما بسیار حساس باشند.

معاون اول رئیس جمهوری گفت: دهه کانون فکر در آمریکا طی سال های گذشته با اقدامات، رصدها و پژوهش های خود به دنبال راهی برای زمین گیر کردن جمهوری اسلامی ایران بودند و به این نتیجه رسیدند که این اقدام باید از طریق جنگ نرم به وقوع

بانک پاسارگاد از کشتی گیران مدال آور در بازی های آسیایی ۲۰۱۸ تقدیر کرد



بانک پاسارگاد به عنوان تنها حامی ورزش کشتی کشور، از مدال آوران کشتی آزاد و فرنگی ایران در مسابقات آسیایی ۲۰۱۸ تقدیر کرد. در این مراسم که در خانه کشتی عبدالله موحد و با حضور رسول خادم، رئیس فدراسیون کشتی، مجید قاسمی مدیرعامل بانک پاسارگاد، جمعی از مدیران فدراسیون کشتی و بانک پاسارگاد برگزار شد، از مدال آوران کشتی آزاد و فرنگی ملی مسابقات آسیایی ۲۰۱۸ با اهدای جوایز نقدی و لوح یادبود، قدرتی شد.

بانک پاسارگاد به عنوان تنها حامی ورزش کشتی کشور، از مدال آوران کشتی آزاد و فرنگی ایران در مسابقات آسیایی ۲۰۱۸ تقدیر کرد. در این مراسم که در خانه کشتی عبدالله موحد و با حضور رسول خادم، رئیس فدراسیون کشتی، مجید قاسمی مدیرعامل بانک پاسارگاد، جمعی از مدیران فدراسیون کشتی و بانک پاسارگاد برگزار شد، از مدال آوران کشتی آزاد و فرنگی ملی مسابقات آسیایی ۲۰۱۸ با اهدای جوایز نقدی و لوح یادبود، قدرتی شد.

خانواده بزرگ بانک پاسارگاد، حامی کشتی در روزهای سخت

رسول خادم، رئیس فدراسیون کشتی در این مراسم، ضمن قدرانی از دکتر قاسمی و سایر مدیران بانک پاسارگاد به عنوان حامیان صمیمی ورزش ملی کشور گفت: بنده به عنوان مسئول فدراسیون کشتی گواهی می دهم در روزگار سخت و پرفراز و نشیبی که خانواده کشتی تجربه کرده است، به ویژه در روزهای اخیر، خانواده بزرگ بانک پاسارگاد که با وجود جمع عظیمی از مردم عزیزمان یک خانواده چند میلیونی است، لحظه به لحظه کنار کشتی بودند و حمایت خود را از ورزش ملی کشور دریغ نکردند. از طرف جامعه کشتی از این حمایت صمیمانه و خالصانه کمال تشکر را دارم.

رئیس فدراسیون کشتی در این مراسم، ضمن قدرانی از دکتر قاسمی و سایر مدیران بانک پاسارگاد به عنوان حامیان صمیمی ورزش ملی کشور گفت: بنده به عنوان مسئول فدراسیون کشتی گواهی می دهم در روزگار سخت و پرفراز و نشیبی که خانواده کشتی تجربه کرده است، به ویژه در روزهای اخیر، خانواده بزرگ بانک پاسارگاد که با وجود جمع عظیمی از مردم عزیزمان یک خانواده چند میلیونی است، لحظه به لحظه کنار کشتی بودند و حمایت خود را از ورزش ملی کشور دریغ نکردند. از طرف جامعه کشتی از این حمایت صمیمانه و خالصانه کمال تشکر را دارم.

گفتنی است بانک پاسارگاد در این مراسم به قهرمانان کشتی آزاد و فرنگی ایران که در بازی های آسیایی جاکارتا موفق به کسب مدال طلا شده بودند، هر کدام مبلغ ۱۲۰ میلیون تومان، به ۳ مدال آور برنز کشتی آزاد و فرنگی ایران در این بازی ها، هر کدام مبلغ ۵۰ میلیون تومان و به هر یک از مربیان تیم مبلغ ۸۰ میلیون تومان اهدا کرد. به اعضای کادر فنی تیم ملی کشتی نیز جوایزی اهدا شد. همچنین احد پازج، مدیر تیم ملی کشتی فرنگی به نمایندگی از فدراسیون کشتی و کشتی گیران با اهدای مدال و تندیس از تنها حامی مالی کشتی کشور تقدیر کرد.

گفتنی است بانک پاسارگاد در این مراسم به قهرمانان کشتی آزاد و فرنگی ایران که در بازی های آسیایی جاکارتا موفق به کسب مدال طلا شده بودند، هر کدام مبلغ ۱۲۰ میلیون تومان، به ۳ مدال آور برنز کشتی آزاد و فرنگی ایران در این بازی ها، هر کدام مبلغ ۵۰ میلیون تومان و به هر یک از مربیان تیم مبلغ ۸۰ میلیون تومان اهدا کرد. به اعضای کادر فنی تیم ملی کشتی نیز جوایزی اهدا شد. همچنین احد پازج، مدیر تیم ملی کشتی فرنگی به نمایندگی از فدراسیون کشتی و کشتی گیران با اهدای مدال و تندیس از تنها حامی مالی کشتی کشور تقدیر کرد.

نگاه

لطمه سیاست‌های اخلاگر ترامپ به تجارت جهانی

بوق بلند جنگ‌های تجاری

آیا دونالد ترامپ فقط یک پدیده کوتاه‌مدت و اخلاگر در تجارت جهانی است یا تأثیرش روی مناسبات بین‌المللی بیشتر از تصور ماست؟ واقعیت آن است که رئیس‌جمهور آمریکا ظرف چند روز جنگ‌های تجاری به راه انداخت، به رهبران بسیاری از کشورهای متحد آمریکا توهین کرد، پیمان ناتو را دچار شوک شدیدی کرد، اتحادیه اروپا را دشمن آمریکا نامید و از همه جالب‌تر، در جریان کنفرانس مطبوعاتی مشترک با ولادیمیر پوتین به جای اینکه راجع به موضع آمریکا حرف بزند، موضع روسیه را توضیح داد.

اینها دلایلی هستند برای اینکه باور کنیم تأثیر ترامپ روی نظم جهانی خیلی درازمدت‌تر از انتظار ماست. از یک سو می‌دانیم که اقدامات او دارد اعتماد بین متحدان و حتی رقبای او را از بین می‌برد. وقتی اعتماد از دست رفت، برگرداندن آن بسیار سخت خواهد بود، اما از سوی دیگر، این را هم می‌دانیم که او دارد یک تخته‌سنگ بزرگ را به سمت پایین تپه هل می‌دهد و آن تخته‌سنگ هم ناسیونالیسم آمریکایی است. مثل سیاستمدارانی که پشت کمپین حمایت از برگزیت قرار داشتند، ترامپ هم دارد از احساسات قدرتمندی که کشورها را دچار تفرقه می‌کند سوءاستفاده می‌کند. لارنس لو، اقتصاددان دانشگاه چینی هنگ‌کنگ می‌گوید: «احساسات پوپولیستی برای انزوای ملی و پروتکشنیسم در آمریکا توسط دونالد ترامپ تولید نشده‌اند. او فقط دارد به موثرترین شکل از آنها استفاده می‌کند.»

این یعنی که ترامپ مشکل بزرگی در راه کسب و کارهای بزرگ است. رهبران شرکت‌های بزرگ آمریکایی در گذشته انتقاد خود از سیاست‌های تجاری او را با حالت نرم‌تری بیان می‌کردند چون امید داشتند که او متوجه دیدگاه و منافع آنها بشود و البته آنها هم از بابت حمایت ترامپ از برخی اولویت‌های اصلی شرکت‌های بزرگ مثل کاهش مالیات‌ها قدرشناس او بودند، اما حالا حتی آنها هم فهمیده‌اند که انتظار برای گذشتن توفان منطقی نیست چون ممکن است خیلی سریع خسارت به بار بیاورد.

بازارهای مالی آمریکا اکثراً هراس‌ها در خصوص جنگ تجاری را جدی نگرفته‌اند چون می‌گویند میزان کالاهایی که تعرفه سنگین به آنها می‌خورد زیاد نیست. برخی اقتصاددانان هم پیش‌بینی کرده‌اند که تعرفه‌هایی که تاکنون اعمال شده‌اند چیزی بیش از یک‌دهم درصد روی نرخ رشد تأثیر نخواهند گذاشت.

با وجود این، تهدیدها و ضدتهدیدها نوعی بی‌اطمینانی به وجود می‌آورند که ممکن است باعث شود کسب و کارها در مورد سرمایه‌گذاری در کارخانه‌ها و تجهیزات جدید دست نگه دارند. اصولاً اگر جنگ‌های تجاری خیلی شدید شوند، همه چیز بهم می‌ریزد.

این بدبختی‌ترین و نزدیک‌ترین ریسک موجود است. در درازمدت، موانع تجاری حتی باعث خواهند شد که اقتصاد جهانی دائماً ناکارآمدتر شود. علتش این است که اقتصادهای محافظت‌شده، کالاهایی را تولید خواهند کرد که نسخه ارزان‌ترش می‌تواند در کشورهای دیگر تولید شده باشد. اخیراً سازمان همکاری و توسعه اقتصادی تخمین زده که اگر کشورها نرخ تعرفه را به سطح سال ۱۹۹۰ میلادی برگردانند، متوسط استانداردهای زندگی در سال ۲۰۶۰ حدود ۱۴ درصد پایین‌تر از سناریوی اصلی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی خواهد بود.

اما حالا بازگشت به دوران تعرفه‌های سنگین چندان هم دور به نظر نمی‌رسد. جوزف نای ۸۱ ساله، استاد علوم سیاسی دانشکده کندی در دانشگاه هاروارد اخیراً این سؤال را در مقاله‌اش مطرح کرد که آیا دوران ریاست جمهوری ترامپ فقط یک انحراف از مسیر در امور جهانی به شمار می‌رود یا نه. از نظر او پاسخ می‌تواند مثبت باشد. نای که در دوران ریاست جمهوری کلینتون رئیس شورای اطلاعات ملی بود ادامه می‌دهد: «اولش می‌شد استدلال کرد که برخی از رفتارهای انفجاری ترامپ بخشی از هارت و پورت‌های معمول او در چانه‌زنی‌های روزمره‌اش است، اما بعد از سفر او به اروپا و نیز جنگ‌های تجاری که راه انداخت، این‌طور به نظر می‌رسد که ترامپ فقط قصدش این است که نهادهای نظم لیبرال بین‌المللی را نابود کند.»

اگر ترامپ واقعاً چنین قصدی داشته باشد، راحت می‌تواند آن را عملی کند و نهادهایی را که از زمان پس از جنگ جهانی دوم در دنیا شکل گرفته‌اند از بین ببرد. علتش این است که آمریکا خودش رکن اصلی این نهادها بوده؛ از سازمان تجارت جهانی گرفته تا سازمان ملل متحد، ناتو، صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی.

یک نشانه از اینکه نفوذ ترامپ در آینده ادامه‌دار خواهد بود این است که دیدگاه خارجی نسبت به آمریکا به شدت منفی شده است. این نسبت‌ها حالا دیگر فقط نسبت به رئیس‌جمهور آمریکا نیستند؛ بلکه نسبت به کل آمریکاست. بنا بر نظرسنجی گالوپ، تمایل جهانی به پذیرش رهبری آمریکا از ۵۴٫۸ درصد در سال ۲۰۱۶ میلادی به ۳۰ درصد در سال ۲۰۱۷ رسید. این رقم فقط اندکی از محبوبیت روسیه بهتر بود و البته چین در جایگاهی بالاتر از آمریکا قرار گرفته بود. این همان وضعیتی است که در آن فرق چندانی بین کشور و رهبر آن گذاشته نمی‌شود. جنگ لی، رئیس مرکز چین جان تورنتون در انیستیتو بروکینگز در این خصوص می‌گوید: «ما باید این سؤال را مطرح کنیم که چرا آمریکا ترامپ را انتخاب کرده و چرا محبوبیت او بالاست.» اما اینکه دونالد ترامپ تا چه حد بتواند برنامه ناسیونالیستی خود را بر جهان تحمیل کند، بستگی به این دارد که او تا چه مدت در کاخ سفید باقی بماند. جوزف نای معتقد است که اگر دوره ترامپ فقط همین دوره چهارساله اول باشد، بسیاری از کارهای او در آینده فراموش خواهند شد، اما اگر او هشت سال در کاخ سفید باقی بماند، اوضاع فرق خواهد کرد.

داگلاس ایروین، تاریخ‌نگار اقتصاد آزاد و اقتصاددان کالج دارتموت نیز معتقد است که فرمان‌های اجرایی مثل تعرفه فولاد و آلومینیوم را رئیس‌جمهور بعدی آمریکا می‌تواند به آسانی لغو کند، اما اگر ترامپ مثلاً خروج آمریکا از پیمان تجارت آزاد آمریکای شمالی (فتتا) را عملی کند، حتی رئیس‌جمهور بعدی آمریکا نیز قادر نخواهد بود که به آسانی آن را لغو کند. البته مجموعه این شرایط همگی حاکی از آن هستند که ترامپ رویکرد انزواطلبی مورد علاقه برخی از رأی‌دهندگان آمریکایی را به خوبی اجرا کرده و بنابراین آنها هم او را برای دوره بعدی در کاخ سفید نگه خواهند داشت.

✽ **برگرفته از مقاله «پیتر کوی» در «بیزینس ویک» منبع: آینده‌نگر**

چند سناریو برای کنترل و هدایت نقدینگی

مقابله با نقدینگی ۱۶۰۰ تریلیون تومانی



هدایت این نقدینگی، شرایط موجود را رقم زده است. دولت نه‌تنها نتوانست با اتخاذ سیاست‌های درست در حوزه ارز و سکه آرامش این بازار را تأمین کند، بلکه با اعلام نرخ‌های دستوری و اعمال سیاست‌های نادرست موجب شد میزان نقدینگی افزایش یابد. افزایش نقدینگی از یک سو و ناامنی اقتصادی از سوی دیگر زمینه‌های فراهم کرد تا نقدینگی به سمت بازار سکه و ارز سوق پیدا و بازار را با التهاب مواجه کند، بنابراین وقتی دولت در گام نخست و در شرایط عادی قادر به تصمیم‌گیری درست نباشد، واضح است که در زمان بحران نیز نمی‌تواند با تصمیم‌گیری صحیح کنترل بازار را به دست گیرد و حتی با اعمال سیاست‌های اشتباه، بحران بازار را نیز تشدید می‌کند.

تقی ترائی، کارشناس اقتصادی: باید این واقعیت را مبتنی بر علم اقتصاد بپذیریم که آنچه امروز در شیب شتابان قیمت کالاهای مصرفی و خدمات شاهد هستیم، علتی جز حجم نقدینگی نداشته است. براساس مبنای نظری اقتصاد افزایش نرخ ارز، سکه و... و نشانه‌های آن است نه عامل تورم. درخصوص حجم نقدینگی بحث میزان پول و شبه‌پول وارونه‌کردن محتوای اصلی ماجراست؛ آنچه حجم نقدینگی را بحران‌زا می‌کند پایه پولی و ضرب فزاینده است. سه اتفاق هم این دو متغیر را جابه‌جا می‌کند؛ کسری بودجه، بدهی دولت به بانک‌ها و دارایی‌های خارجی، بنابراین پول و شبه‌پول تعریف نقدینگی است و نقدینگی از اتحاد این دو تشکیل شده و پایه پولی و ضرب فزاینده عوامل آثار تورمی نقدینگی است. ثروت یعنی تولید کالا، نه پول و اسکناس. روزی فکر می‌شد با سیاست انبساطی می‌توان اقتصاد ایران را نجات داد، همین رویکرد کار را به جایی رساند که حجم نقدینگی به هزار و ۶۰۰ هزار میلیارد تومان رسید. تا زمانی که این حجم نقدینگی به صورت نامولد و بدون هدایت به سمت بخش تولید وجود دارد، آثار تورمی خواهد داشت.

امیر جعفرزاده، مدرس و پژوهشگر اقتصادی: برای جلوگیری از افزایش بیشتر نقدینگی و اثرات تورمی فزاینده آن، باید بانک مرکزی تمام تلاش خود را برای جلوگیری از ایجاد نقدینگی جدید به کار گیرد. دلایل اصلی افزایش نقدینگی در سال‌های اخیر، مشکلات سیستم بانکی و شکل‌گیری بازی بانکی در این سیستم، عدم نظارت بر خلق معضلات تبدیل شده است. اگر نقدینگی درون بانک‌ها آرام بگیرد و پارک شود، با نرخ سودی که به آن تعلق می‌گیرد خود باعث رشد شدید نقدینگی می‌شود و در صورتی که این نقدینگی از بانک‌ها خارج شود، آثار زیانبار دیگری که برهم خوردن سامان سایر بازارهاست به‌دنبال خواهد داشت. در واقع به راه‌حل‌های متعارف نمی‌توان این معضل را حل کرد. متأسفانه عده‌ای در داخل کشور در حال سوداگری در بازارها هستند و هدف آنها از مقابله با دولت فراتر است. این افراد با در اختیار داشتن منابع مالی زیاد سود خود را در نابسامانی بازارها می‌دانند و در همین راه نیز تلاش می‌کنند.

بهرروز هادی‌نوزو، اقتصاددان: به نگاه به آمارهای بانک مرکزی درمی‌یابیم که در یک‌سال اخیر رشد نقدینگی کم و بیش بالا بوده و دولت توفیقی در کنترل نقدینگی نداشته است؛ پس علت اصلی کاهش نرخ رشد تورم را می‌توان اینگونه برشمرد؛ نخست اینکه در یک‌سال گذشته سرعت گردش پول کم شده که خود این موضوع از تعدیل‌شدن انتظارات تورمی ناشی می‌شود. در عین حال رکود تورمی از قدرت خرید مردم کاسته و تقاضای مردم کم شده است. از سوی دیگر تقاضای دولت نیز در این یک‌سال کاسته شده است. همچنین با تثبیت نرخ ارز، فشارهای ناشی از کنترل ارزش پول ناچیز بوده است.

علی قنبری، اقتصاددان: شرایط فعلی کشور برآیند دو اتفاق مهم است. افزایش حجم نقدینگی در کشور و ناتوانی دولت در کنترل و

شرایط فعلی بسیار دشوار است؛ چراکه اساساً نقدینگی به سمتی حرکت خواهد کرد که جذاب‌تر باشد، اما این میزان نقدینگی به گفته کارشناسان اقتصادی در صورت سرمایه‌گذاری در بخش تولید می‌تواند بخش عمده‌ای از مشکلات اقتصادی کشور را حل کند.

البته اثر هم‌زمان و فزاینده نرخ ارز که به عقیده برخی کارشناسان، خود متأثر از رشد نقدینگی بوده، روی شاخص قیمت در ماه‌های اخیر نیز حائز اهمیت است. کارشناسان، همگی افزایش تورم را قطعی و اجتناب‌ناپذیر می‌دانند و معتقدند دولت با پذیرش این موضوع و واقعی‌کردن آمار تورم، باید به فکر طراحی برنامه‌های سیاستی برای کاهش فشار تورمی باشد.

در این مسیر به گفته کارشناسان نوع دیپلماسی اقتصادی ایران بسیار مهم است و بر تورم انتظاری تأثیر مستقیمی خواهد گذاشت. در ادامه، سناریوهای پیشنهادی اقتصاددانان برای مهار نقدینگی را می‌خوانید که در کنار برآورد وضع آتی، هر کدام توصیه‌ها و راهکارهای سیاستی خود را نیز مطرح کرده‌اند.

کارمن ندری، کارشناس پولی و بانکی: برای مهار نقدینگی باید شبکه بانکی را مهار کرد. هم‌اکنون در صورت‌های مالی بانک‌ها شاهد ناترازی زیادی بین مصارف و منابع هستیم که به نقدینگی فشار می‌آورد. بهترین راه برای مهار نقدینگی، پرداخت بدهی‌های دولت به سیستم بانکی و همچنین بیمانکاران است. بهترین روش برای تسویه بدهی‌های دولت، انتشار اوراق است که این اقدام هم باعث تعمیق بازار اوراق می‌شود و هم عملیات بازار باز را اجرایی می‌کند.

لطیفعلی بخشی، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی: از آنجا که حجم نقدینگی غول‌آسا شده است، فرقی نمی‌کند که درصد رشد آن چقدر است؛ چراکه این حجم بالا آثار زیانباری در اقتصاد خواهد داشت. تا پیش از کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی به ۱۵ درصد بخش عمده‌ای از نقدینگی در بانک‌ها حبس شده بود، ولی پس از آن این نقدینگی برای کسب سود بیشتر راهی بازارهای مختلف مانند ارز و طلا شد. مهم‌ترین عامل رشد نقدینگی، بدهی دولت است. هم‌اکنون بانک‌ها در اصطلاح از جیب می‌خورند و منابع و مصارف آنها همخوانی ندارد. در این میان، نحوه مهار نقدینگی به یکی از معضلات تبدیل شده است. اگر نقدینگی درون بانک‌ها آرام بگیرد و پارک شود، با نرخ سودی که به آن تعلق می‌گیرد خود باعث رشد شدید نقدینگی می‌شود و در صورتی که این نقدینگی از بانک‌ها خارج شود، آثار زیانبار دیگری که برهم خوردن سامان سایر بازارهاست به‌دنبال خواهد داشت. در واقع به راه‌حل‌های متعارف نمی‌توان این معضل را حل کرد. متأسفانه عده‌ای در داخل کشور در حال سوداگری در بازارها هستند و هدف آنها از مقابله با دولت فراتر است. این افراد با در اختیار داشتن منابع مالی زیاد سود خود را در نابسامانی بازارها می‌دانند و در همین راه نیز تلاش می‌کنند.

بهرروز هادی‌نوزو، اقتصاددان: به نگاه به آمارهای بانک مرکزی درمی‌یابیم که در یک‌سال اخیر رشد نقدینگی کم و بیش بالا بوده و دولت توفیقی در کنترل نقدینگی نداشته است؛ پس علت اصلی کاهش نرخ رشد تورم را می‌توان اینگونه برشمرد؛ نخست اینکه در یک‌سال گذشته سرعت گردش پول کم شده که خود این موضوع از تعدیل‌شدن انتظارات تورمی ناشی می‌شود. در عین حال رکود تورمی از قدرت خرید مردم کاسته و تقاضای مردم کم شده است. از سوی دیگر تقاضای دولت نیز در این یک‌سال کاسته شده است. همچنین با تثبیت نرخ ارز، فشارهای ناشی از کنترل ارزش پول ناچیز بوده است.

علی قنبری، اقتصاددان: شرایط فعلی کشور برآیند دو اتفاق مهم است. افزایش حجم نقدینگی در کشور و ناتوانی دولت در کنترل و

اقتصاددانان همواره درباره افزایش نقدینگی هشدار می‌دهند؛ جریان نقدینگی که به هر جایی وارد شود، ویرانگر خواهد بود. مانند وضعیت فعلی اقتصاد ایران که بازار ارز، طلا، سکه، مسکن و خودرو با نوسانات و هیجانات زیادی مواجه شده است. به همین خاطر اقتصاددانان معتقدند بهترین راه برای هدایت جریان نقدینگی، بازار سرمایه و بازارهای مولد است؛ اقدامی که البته تا به حال انجام نشده است.

در حالی که بر حجم نقدینگی کشور لحظه به لحظه افزوده می‌شود و امروز در نقطه‌ای در حدود ۱۶۰۰ هزار میلیارد تومان قرار گرفته، این سؤال بیش روی بسیاری از تحلیلگران و اقتصاددانان قرار دارد: راهکار کنترل و هدایت نقدینگی چیست؛ آن هم در شرایطی که نقدینگی به طور معمول در مسیری حرکت می‌کند که جذاب‌تر است.

به گزارش خبرآنلاین، نقدینگی دقیق‌ه به دقیقه و ثانیه به ثانیه بالا می‌رود. این حجم افزایش، نقدینگی در کشور را تبدیل به غولی کرده که سامان اقتصاد را بهم ریخته است. به باور بسیاری از تحلیلگران اقتصادی، از جمله مهم‌ترین عوامل بهم‌ریختگی‌های اقتصاد در بازارهایی همچون ارز، طلا، سکه، مسکن و خودرو، نقدینگی است و هر روز در یکی از این بازارها خلل ایجاد می‌کند.

گزارش‌ها نشان می‌دهد حجم نقدینگی طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۶ به‌طور میانگین سالانه ۲۸ درصد رشد داشته است و براساس آخرین گزارش‌های بانک مرکزی، حجم آن در حدود ۱۶۰۰ هزار میلیارد تومان ارزیابی می‌شود؛ رقم سرسام‌آوری که اهمیت مدیریت آن را چند برابر کرده است. این در شرایطی است که ارقام نقدینگی و تولید ناخالص داخلی به مآخذ بانک مرکزی گویای عبور حجم نقدینگی از تولید ناخالص داخلی است.

چندی پیش، بانک مرکزی آمار نقدینگی خردامه امسال را اعلام کرد که در این مقطع حجم نقدینگی به بیش از یک‌هزار و ۵۸۲ هزار میلیارد تومان رسیده که ۳۴ درصد بیش از اسفند سال قبل و ۲۰۴ درصد بیشتر از خرداد سال گذشته است. نقدینگی از حدود یک‌هزار و ۵۳۰ هزار میلیارد تومان در پایان اسفندماه سال گذشته، رشدی حدود ۵۰ هزار میلیارد تومان تا پایان خردادماه داشته است. نقدینگی در فروردین‌ماه به یک‌هزار و ۵۲۷ هزار میلیارد تومان رسیده که نسبت به فروردین ۱۳۹۶، حدود ۲۱۶ درصد افزایش داشته است. این رقم در اردیبهشت‌ماه با رشد حدود ۱۳ هزار میلیارد تومانی به یک‌هزار و ۵۵۱ هزار میلیارد تومان افزایش پیدا می‌کند که بیانگر رشد ۲۴۱ درصدی در مقایسه با اردیبهشت ماه سال گذشته است. برای خردادماه نیز میزان افزایش نسبت به اردیبهشت‌ماه حدود ۳۰ هزار میلیارد تومان بوده و رقم یک‌هزار و ۵۸۲ هزار میلیارد تومانی را ثبت می‌کند که نشان می‌دهد نسبت به خردادماه سال گذشته ۲۴۴ درصد افزایش دارد.

نقدینگی ۱۶۰۲ هزار میلیارد تومان شد

اما تازه‌ترین آماري که بانک مرکزی درباره نقدینگی اعلام کرده به تیرماه امسال برمی‌گردد. بر این اساس، نقدینگی در تیرماه ۹۷، ۱۶۰۲۲۵ هزار میلیارد ریال بوده است. زیرمجموعه نقدینگی، پول و شبه پول است. پول در تیرماه امسال به ۱۲۴۹۰۱ هزار میلیارد ریال رسیده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته، رشد ۳۴۷ درصدی و نسبت به اسفند ۹۶ رشد ۱۰۴ درصدی را تجربه کرده است. شبه‌پول هم در این تیرماه امسال رقم ۱۳۸۷۲۴ هزار میلیارد ریال را نشان می‌دهد. این قسمت از نقدینگی نسبت به اسفند سال گذشته، رشد ۳۹ درصدی و نسبت به تیر سال ۹۶ رشد ۱۸۱ درصدی داشته است.

در این بین، اظهارنظرهای مختلفی در رابطه با هدایت نقدینگی به سمت تولید مطرح می‌شود که به ادعان بسیاری از کارشناسان در

یادداشت

اوپک بر سر دوراهی

رضا پیدار

رئیس کمیسیون انرژی و محیط‌زیست اتاق تهران

از اجلاس ۱۷۱ تا ۱۷۴ اوپک، این طرح فریز نفتی بود که مطرح شده و میزان پایبندی کشورها به آن مورد بحث قرار می‌گرفت. کشورها در این اجلاس کنترل بازار نفت و رساندن قیمت به سطحی متعادل را در اولویت قرار دهند تا اقتصادهای ۲۵ کشور اوپکی و غیر اوپکی در جهان که هر کدام به اندازه‌های وابسته به نفت است، دچار مشکل نشود. سهم اتکالی اقتصاد عربستان به نفت ۹۰ درصد است، در روسیه این سهم به ۴۸ درصد می‌رسد و اقتصاد کشورهای حاشیه خلیج فارس بیش از ۷۰ درصد به نفت وابستگی دارد. این سهم در مورد ایران هر چند در اسناد بالادستی ۳۶ درصد تعیین شده اما در عمل اقتصاد ما بیش از ۵۰ درصد به نفت و درآمدهای حاصل از آن وابستگی دارد.

بر اساس طرح فریز نفتی هر یک از کشورها سهم مشخصی از تولید دارند اما اگر بر اثر تحریم‌ها و فشار سیاسی سهم ایران کاهش پیدا کند، اوپک بر سر دوراهی قرار می‌گیرد. با کاهش میزان تولید نفت ایران دیگر کشورها بیش از سهم خود تولید خواهند کرد که این برخلاف مصوبات اوپک و تعریف سبد نفتی برای هر کشور است. سهم ایران از تولید نفت خام ۲.۲ میلیون بشکه در روز است که با احتساب معیانات گازی به ۲.۶ میلیون بشکه در روز می‌رسد. اگر ایران کمتر از این سهم تولید کرده و دیگر کشورها بیشتر تولید کنند، در عمل تصمیمات اوپک که طی چهار اجلاس به‌طور جدی دنبال شده، زیر سؤال می‌رود. پیامد این رخداد، مخدوش شدن روابط اوپکی‌ها و غیر اوپکی‌هاست چراکه این کشورها با رسیدن به تفاهمی تلاش کردند ضمن رعایت حقوق خود نیاز مالی مصوب در بودجه‌های‌شان به درآمدهای نفتی را هم تأمین کنند. کاهش و افزایش سهم هر یک از اعضا به از بین رفتن این تفاهم و در نهایت بهم ریختن بازار نفت منجر می‌شود چراکه هر نوع آشفتگی در تولید و صادرات سقف ۳۲ میلیون بشکه‌ای تولید نفت را هم مخدوش می‌کند.

اجلاس بعدی اوپک قرار بود در پایان ماه نوامبر یعنی در آذرماه سال جاری برگزار شود، اما به دلیل شرایط حساس کنونی بارکیندو دبیر کل اوپک تصمیم برگزاری اجلاس الجزایر را پیش‌بینی کرده تا در این اجلاس کشورها به زبان مشترک برسند. سوال‌های زیادی در ارتباط با آینده بازار نفت وجود دارد که در این اجلاس باید برای آن پاسخی پیدا کرد. آیا طرح فریز نفتی باید شکسته شود؟ آیا کشورها بیانیه‌ای که بر آن توافق کرده و زیر آن را امضا کرده‌اند را تغییر می‌دهند؟

پیش‌بینی من این است که اگر طرح فریز نفتی بشکند، اوپک به شکل ظرف شیشه‌ای پر ترکی در خواهد آمد که هر آن احتمال فروپاشی آن وجود دارد. ایران کشوری تعیین‌کننده در اوپک و از مؤسسان، سردمداران و هدایت‌کنندگان این سازمان است. ایران به‌جز سال‌های تحریم دومین تولیدکننده نفت در اوپک بوده است و از نظر منابع غنی نفتی در رتبه چهارم در جهان قرار می‌گیرد. حذف ایران و مخدوش کردن سهم آن در سبد نفتی اوپک ضربه این سازمان به خودش است. تصمیم اشتباه امروز اوپک عدم تأمین حقوق اعضا در سال‌های آینده را رقم می‌زند و با یک تصمیم اشتباه، سازمانی بزرگ و تأثیرگذار در صحنه اقتصادی کشورها دچار مشکل خواهد شد.

درباره سخنان عجیب این روزهای یک اقتصاددان

روایت راغفر از آینده قیمت دلار



سناریو دیده شده و او خود متهم به نفع بردن از وضعیت فعلی اقتصاد کشور شود؟

اظهارات راغفر به گونه‌ای است که گویا قصد دارد مانند مدیران فوتبالی و جنجال‌ساز مشهور ما، هر روز یک «بمب» بترکاند؛ به راستی کدام یک از اقتصاددانان کشور ادعاهای او و ارقام عجیب و غریب ارائه‌شده توسط او را می‌پذیرند؟ چه کسی می‌تواند به این راحتی بر موضوعاتی فراتر از شایعات فعلی که اساسا تا پیش از این وجود خارجی نداشته‌اند (مانند دلار ۴۰ هزار تومانی)، چنین ماهرانه دامن بزند؟

و راهی انگلیس شد تا در دانشگاه اسکس شهر کولچستر درس اقتصاد بخواند. او پس از بازگشت، در دانشگاه الزهرا مشغول تدریس شد و مسئولیت‌هایی از مشاوره در وزارت رفاه و علوم گرفته تا معاونت در سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی برعهده گرفت.

نظرات او در یکی دو سال گذشته و به ویژه ماه‌های اخیر، تفاوت محسوس با گذشته دارد. تلاش کرده تا به زعم خود نوعی صراحت را چاشنی سخنانش کند. او برخلاف بسیاری از دیگر اقتصاددانان از بیان اعداد و ارقام و هرگونه پیش‌بینی، ابایی ندارد. مجموعه این ویژگی‌ها باعث شده تا نظرات وی رنگ و بوی پوپولیستی هم پیدا کند. به طور مثال در شرایطی که بسیاری از اقتصاددانان در پیش‌بینی اوضاع اقتصادی کشور با اعمال تحریم‌های نفتی از آبان ماه، و از آن حساس تر، نرخ دلار به شدت جانب احتیاط را پیش می‌گیرند، راغفر بی‌توجه به اثرات مخرب اظهار نظر خود در اقتصاد، از دلار ۴۰ هزار تومانی صحبت می‌کند.

راغفر فرد ناشناخته‌ای در میان فعالان اقتصادی نیست. او حتی سابقه حضور در دستگاه‌های اقتصادی تصمیم‌گیر را نیز دارد. از همین رو، عجیب است که به برخی اولویات این حوزه بی‌توجه است. در شرایطی که یک اظهار نظر مسئولان فعلی و حتی گذشته کشور می‌تواند بازار را دگرگون کند، چگونه راغفر به این بعد «روانی» از اقتصاد و بازار بی‌توجه است و به طور مثال هر رقمی را برای دلار به زبان می‌آورد؟ اسناد و مدارکی که او از آن‌ها صحبت می‌کند و به زعم خود قرار است با آن‌ها حرفش را درباره دلار ۴۰ هزار تومانی به اثبات برساند، دقیقا چه اسنادی هستند که بعد «روانی» تحولات اقتصادی و بازار، آنهم در شرایط ملتهب فعلی کشور از نظر وضعیت بین‌الملل را نادیده گرفته‌اند؟

راغفر بارها از تلاش‌هایی در خارج از کشور برای ایجاد نارضایتی در کشور صحبت کرده است، اما سوالی که اینک به ذهن هر مخاطبی می‌رسد این است: مگر کاری که خود راغفر در ماه‌های اخیر در حال انجام آن بوده و هست، چیزی به جز تسهیل و زمینه‌سازی برای همین ناآرامی‌هاست؟ مگر دامن زدن به بازار شایعات و ارائه ارقام موهومی مانند دلار ۴۰ هزار تومانی و بلافاصله مطالبه برای بازگشت دلار به زیر ۴ هزار تومان، غیر از زمینه‌سازی برای نارضایتی بیشتر است؟

راغفر مدعی شده که منتقدان او از وضعیت فعلی بازار سود می‌برند، اما بد نیست به تجارب و سوابق کشور در این خصوص هم نگاهی بیندازد. در موارد متعددی، آنها که از التهاب بازار و بالا رفتن قیمت‌ها سود می‌برند در یک سناریوی طراحی شده، ابتدا شروع به اعتراض نسبت به وضع موجود می‌کنند، سپس دست به پیش‌بینی می‌زنند و با پیش‌بینی‌های غیرعادی، جو بازار را بیش از پیش به هم زده و با ایجاد جو روانی، منتظر تحقق همان پیش‌بینی‌های غیرمعتول می‌مانند. آیا راغفر تاکنون فکر نکرده که اظهارات شگفت‌آورش در قالب همین

این روزها حسین راغفر، استاد اقتصاد دانشگاه الزهرا با اظهار نظرها و حرف‌های غیرمنتظره خود درباره دلار ۴۰ هزار تومانی، نه تنها اعتراض بازار و بسیاری از فعالان اقتصادی، بلکه شگفتی بسیاری از اقتصاددانان را هم برانگیخته است. راغفر پنجشنبه هفته گذشته در کنگره حزب مردم‌سالاری با انتقاد از شرایط اقتصادی کشور گفته بود: «ما محاسبه کردیم اگر این وضع ادامه یابد ارز تا پایان سال ۴۰ هزار تومان خواهد شد که پیامدهای بسیار مخربی خواهد داشت.»

در واکنش به این سخنان راغفر، انجمن اقتصاددانان ایران در ابتدای این هفته بیانیه‌ای منتشر کرد و نوشت: «اعلام نرخ‌های نادرست و همچنین پیش‌بینی‌های اغراق‌آمیز نرخ ارز و طلا از سوی دوستانی که به عنوان اقتصاددان در جامعه شناخته می‌شوند، موجب تاسف بسیار است.» این انجمن در بیانیه‌اش با غیرعلمی دانستن چنین نرخ‌هایی برای ارز تصریح کرد: «اعلام نرخ‌های موهوم ارز و طلا، آسیب‌رسانی به اقتصاد ایران را تشدید می‌کند.»

نکته جالب اما در این میان، واکنش راغفر به بیانیه انجمن اقتصاددانان ایران بوده است. به گزارش «انتخاب»، او در پاسخ به انتقادها نه تنها از مواضع خود کوتاه نیامد بلکه منتقدانش را به نفع بردن از وضعیت کنونی متهم کرد. این اقتصاددان نهادگرا گفت: «آقایانی که از بنده انتقاد کردند، خود از شرایط موجود منتفع می‌شوند. حملاتی که به بنده می‌شود از باب دفاع از دولت نیست، بلکه صرفا از باب انتفاع از ساختار فاسد کنونی است.»

راغفر ادامه داد: «به زودی جواب منتقدین را با آمار و ارقام علمی معتبر می‌دهم تا مشخص شود حرف من با سند و مدرک است. منتقدین بنده معتقد هستند حرف‌های من هیچ توجیه علمی ندارد، در صورتی که خودشان این وضعیت اقتصادی را ایجاد کردند. منتقدین بنده کسانی هستند که در این شرایط اخیر دست داشتند، لیکن من به زودی جواب مفصلی خواهم داد.»

او همچنین بار دیگر اظهارات پیشین خود درباره تلاش برای کودتا در کشور را تکرار کرد. او پیشتر بارها از تحولات بازار ارز با عنوان اقدامی برای «کودتای اقتصادی» نام برده بود. راغفر در عین حال، با تثبیت دلار روی رقمی مانند ۹ هزار تومان مخالفت کرده و آن را زمینه‌ساز «تعطیلی تولید داخلی» خوانده بود. در همین راستا، راغفر اخیرا قیمت منطقه‌ای دلار را زیر ۴ هزار تومان عنوان کرده است.

راغفر کیست؟

حسین راغفر، در اواخر دهه ۴۰ و نیز دهه ۵۰ فوتبالیست بود و به سطح ملی هم رسید، اما خیلی زود و در ۲۵ سالگی فوتبال را کنار گذاشت. او سپس در سال ۶۰ و در حالی که ۲۸ سال بیشتر نداشت، با رفاقتی که میان او و مصطفی داودی، رئیس وقت سازمان تربیت بدنی وجود داشت، رئیس فدراسیون فوتبال شد. در این پست هم زیاد نماند

روایت بانک مرکزی از افزایش بدهی دولت به شبکه بانکی

بدهی دولت به بانک‌ها ۲۸۳ هزار میلیاردی شد

بدهی دولت به بانک‌ها در سال‌های گذشته همواره رو به رشد حرکت کرده و با وجود تبصره‌هایی که در قانون بودجه در دو سال اخیر برای تسویه این بدهی قرار گرفت کاهش خاصی دیده نمی‌شود. این در حالی است که دولت بعد از مدت‌ها بحث و بررسی در مجلس، در نهایت در بودجه ۱۳۹۵ تبصره‌ای قرار گرفت تا دولت بتواند از محل آن نسبت به این موضوع اقدام کند. طبق تبصره (۳۵) قانون بودجه سال ۱۳۹۵ بخشی از بدهی دولت به بانک‌ها از محل منابع ۴۵ هزار میلیاردی ناشی از تسعیر نرخ ارز تسویه می‌شود؛ به طوری که در سال گذشته اعلام شد که حدود ۱۳ هزار میلیارد تومان از این منبع برای تسویه این بدهی می‌شد، صرف شده است.

البته دولت حجم بدهی که در صورت‌های مالی بانک‌ها ثبت‌شده را قبول نداشته و همواره تاکید کرده که با انجام حسابرسی و مشخص شدن رقم واقعی نسبت به تسویه آن اقدام خواهد کرد.

با ادامه روند افزایشی بدهی دولت به شبکه بانکی مجموع رقم آن به حدود ۲۸۳ هزار میلیارد تومان رسیده است. تازه‌ترین آمار بانک مرکزی از ارقام مالی بانک‌ها نشان می‌دهد که بدهی دولت به سیستم بانکی به حدود ۲۸۳ هزار میلیارد تومان در پایان تیرماه رسیده که ۹.۷ درصد در مقایسه با اسفندماه سال قبل و تا ۲۲.۴ درصد نسبت به تیرماه سال گذشته رشد دارد. به گزارش ایسنا، این در حالی است که در تیرماه ۱۳۹۶ نسبت به اسفند سال قبل از آن ۵.۴ درصد و نسبت به تیرماه در سال ۱۳۹۵ تا ۱۷.۹ درصد رشد ثبت شده بود. این نشان‌دهنده سرعت گرفتن افزایش بدهی دولت به بانک‌ها در سال جاری است.

بدهی ۲۸۳ هزار میلیاردی، حدود ۳۵ هزار میلیارد نسبت به اسفند سال گذشته و در مقایسه با تیرماه سال گذشته تا ۵۷ هزار میلیارد تومان رشد داشته است. از بدهی دولت به بانک‌ها ۲۵۱ هزار میلیارد تومان مربوط به خود دولت و ۳۲ هزار میلیارد تومان به شرکت‌ها و موسسات دولتی اختصاص دارد.

خونه و محل کار جدید
تلفن و اینترنت
همون یک همیشگی!

راغفر بارها از تلاش‌هایی در خارج از کشور برای ایجاد نارضایتی در کشور صحبت کرده است، اما سوالی که اینک به ذهن هر مخاطبی می‌رسد این است: مگر کاری که خود راغفر در ماه‌های اخیر در حال انجام آن بوده و هست، چیزی به جز تسهیل و زمینه‌سازی برای همین ناآرامی‌هاست؟ مگر دامن زدن به بازار شایعات و ارائه ارقام موهومی مانند دلار ۴۰ هزار تومانی و بلافاصله مطالبه برای بازگشت دلار به زیر ۴ هزار تومان، غیر از زمینه‌سازی برای نارضایتی بیشتر است؟

راغفر مدعی شده که منتقدان او از وضعیت فعلی بازار سود می‌برند، اما بد نیست به تجارب و سوابق کشور در این خصوص هم نگاهی بیندازد. در موارد متعددی، آنها که از التهاب بازار و بالا رفتن قیمت‌ها سود می‌برند در یک سناریوی طراحی شده، ابتدا شروع به اعتراض نسبت به وضع موجود می‌کنند، سپس دست به پیش‌بینی می‌زنند و با پیش‌بینی‌های غیرعادی، جو بازار را بیش از پیش به هم زده و با ایجاد جو روانی، منتظر تحقق همان پیش‌بینی‌های غیرمعتول می‌مانند. آیا راغفر تاکنون فکر نکرده که اظهارات شگفت‌آورش در قالب همین

دارای مجوز FCP به شماره ۱۶-۹۶-۱۱ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

۱۵۴۴
asiatech.ir

آیاتک

دریچه



کنترل بحران ارزی با افزایش نرخ ارز یا با افزایش نرخ بهره؟

۴ دهه غفلت از مشکلات ارزی

در روزهایی که بازار ارز هر روز با رکوردشکنی تازه‌ای رو به‌رو است و قیمت دلار از ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان گذشته و یورو نیز مرز ۱۵ هزار تومان را رد کرده است، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در گزارشی این پرسش را مطرح کرده که «کنترل بحران ارزی با افزایش نرخ ارز ممکن است یا با افزایش نرخ بهره؟» و در پایان گزارش، این‌طور نتیجه‌گیری کرده که این دو همزمان با هم باید اجرا شوند. همچنین در گزارش این موسسه به نکته مهمی اشاره شده و آن، غفلت و درس نگرفتن از تجربه‌های ۴ دهه گذشته است.

در ماه‌های اخیر بازار ارز در کشور عمدتاً به دلایل ناشی از تلاطم‌های سیاسی در داخل و خارج و احتمال خروج آمریکا از برجام و نیز شکنندگی سیستم بانکی و خروج سرمایه از کشور، با بحران روبه‌رو بوده است. واکنش دولت نسبت به این بحران، همانند چهار دهه اخیر، در قالب افزایش قیمت رسمی ارز و اعمال مقررات و محدودیت‌های ارزی ظاهر شد.

به گفته موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، «تک‌نرخ شدن قیمت دلار در نرخ ۴۲۰۰۰ ریال در مقایسه با نرخ‌های رایج در سال ۱۳۹۶ به مفهوم افزایش نرخ موثر واقعی دلار است که با ثابت فرض کردن سایر شرایط می‌تواند به افزایش صادرات غیرنفتی، کاهش واردات، افزایش تورم، افزایش تولید و افزایش درآمدهای دولت از محل فروش ارز منتهی شود. سرمایه‌گذاری به دلیل امکان افزایش سرمایه‌گذاری دولتی می‌تواند افزایش یابد اما به دلیل گرانی ماشین‌آلات وارداتی این افزایش می‌تواند خنثی شود. افزایش تورم زمینه‌ساز افزایش آتی قیمت دلار خواهد شد.»

در ادامه این گزارش به بررسی دو سناریو پرداخته شده و آمده: «اگر به جای افزایش قیمت دلار، نرخ بهره افزایش پیدا می‌کرد، به دلیل کاهش سرمایه‌گذاری و افزایش پس‌انداز، نرخ تورم و رشد تولید کاهش می‌یافت و احتمالاً صادرات غیرنفتی و واردات نیز تقلیل پیدا می‌کرد. دولت درآمد کمتری به دست می‌آورد و هزینه‌های عمرانی دولت نیز کاهش می‌یافت. در مقابل، خروج سرمایه از کشور تقلیل پیدا می‌کرد و با کاهش نرخ تورم، زمینه کمتری برای افزایش آتی قیمت دلار به وجود می‌آمد.»

در این گزارش به نکات مهمی هم اشاره شده و آمده است: «اهداف دولت در اعمال سیاست‌های ارزی جدید، به کنترل بازار ارز محدود نمی‌شود و اهداف دیگری مانند کنترل تورم، رشد تولید و صادرات غیرنفتی، جلوگیری از خروج سرمایه و مدیریت واردات را نیز تعقیب می‌کند. به عنوان نمونه برای کنترل تورم، پرداخت مابه‌التفاوت نرخ ارز برای واردات کالاها اساسی در نظر گرفته شده و برای مدیریت واردات و جلوگیری از خروج سرمایه نیز سامانه ارزی نیما راه‌اندازی شده است. به دلیل اثرات متفاوت سیاست‌های فوق بر اهداف مورد نظر، اعمال همزمان این سیاست‌ها می‌تواند از شدت اثرات منفی هر یک از آنها بکاهد و دستیابی به اهداف مورد نظر را تسهیل کند. دیگر کشورهای جهان نیز در شرایط مشابه از هر دو سیاست بهره گرفته‌اند. تجربه ترکیه در دهه‌های گذشته نمونه‌ای از این مدعا است.»

اما چگونه می‌توان این دو سیاست را همزمان پیش برد؟ موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در پاسخ به این سوال، نوشته است: «چگونگی ترکیب این دو سیاست و میزان افزایش در هر یک از آنها، تابع شرایط و اهداف مورد نظر است. به عنوان نمونه، اگر اهداف اصلی کنترل تورم و نرخ ارز و جلوگیری از خروج سرمایه باشد، افزایش نرخ بهره نقش اصلی را خواهد داشت، اما اگر رشد صادرات غیرنفتی و تولید و مدیریت واردات مدنظر باشد، افزایش نرخ ارز نقش اصلی را ایفا خواهد کرد. ترکیب این دو سیاست، کارآمدتر از به کارگیری انفرادی هر یک از آنها خواهد بود. این نکته‌ای است که در بحران‌های ارزی چهار دهه گذشته مورد غفلت واقع شده است.»

بانکنامه



مجمع تشخیص مصلحت نظام اعلام کرد

لوايح مربوط به FATF را رد نکردیم

مجمع تشخیص مصلحت نظام با صدور بیانیهای، در خصوص برخی گمانه‌زنی‌ها و برداشتهای پیرامون نظرات ابلاغی هیات عالی نظارت مجمع توضیحاتی ارائه کرد.

به گزارش «انتخاب»، در این اطلاعیه که دیروز دوشنبه منتشر شد، آمده است: هیات عالی نظارت مرکب از ۱۵ نفر از اعضای منتخب دوره جاری مجمع تشخیص مصلحت، به منظور اعمال نظارت بر حسن اجرای سیاست‌های کلی نظام تشکیل شده است و از جمله روال‌های این هیات بررسی انطباق و عدم مغایرت طرح‌ها و لوايح با سیاست‌های کلی ابلاغی در حوزه‌های مختلف می‌باشد.

با عنایت به برخی گمانه‌زنی‌ها، برداشته‌ها و اظهار نظرها در فضای رسانه‌ای و برای تنویر افکار مردم شریف و مزید آگاهی نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی و اعضای محترم هیات دولت، تاکید می‌گردد:

ابلاغ مصوبات هیات عالی نظارت مجمع به شورای نگهبان و مجلس شورای اسلامی، به معنای رد لوايح یا طرح‌ها نیست و این هیات پس از احصای موارد مغایرت یا عدم انطباق، در قالب یک تعامل مطلوب با برگزاری نشست‌های مشترک با کمیسیون‌های مجلس محترم شورای اسلامی، اصلاح طرح‌ها و لوايح را به نحوی که منطبق بر سیاست‌های کلی نظام باشد دنبال می‌کند، بنابراین گمانه‌زنی‌ها و انتشار اخباری مبنی بر رد لوايح مجلس شورای اسلامی در هیات عالی نظارت، برداشتی نادرست از این فرآیند قانونی و گردش کار معمول در چارچوب وظایف مجمع تشخیص مصلحت نظام است.

رئیس کل بیمه مرکزی از سهم ۱۴.۴ درصدی بیمه زندگی در کل بازار بیمه‌ای خبر داد

وضعیت نامطلوب ایران در بیمه زندگی



به گفته ضمیری، تا پایان سال ۱۳۹۶ حدود ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار بیمه توسط بیمه پاسارگاد صادر شده که ۸۵ درصد از این بیمه‌نامه‌ها در حال حاضر فعال هستند. به طوع کلی از نظر صدور بیمه‌نامه براساس سن مشتریان، حدود ۸۴ درصد از تولید بیمه‌نامه‌ها مربوط به افراد زیر ۴۰ سال است که نشان می‌دهد در کشور ما بیمه‌شده‌های جوان داوطلب خرید بیمه‌های زندگی هستند چرا که در آنها تمایل به سرمایه‌گذاری بیشتر است.

مدیرعامل بیمه پاسارگاد در پایان گفت: ما اصلاً خود را رقیب سیستم بانکی نمی‌بینیم چرا که محصولی که می‌فروشیم، محصولی است که بانک نمی‌تواند آن را طراحی کرده و در اختیار مردم قرار دهد.

بازنگری آیین‌نامه‌ها

خلیل حسن‌زاده کمند، مدیرعامل بیمه خاورمیانه نیز در سمینار «توسعه بیمه‌های زندگی» بر گسترش شرکت‌های بیمه تخصصی و بازنگری آیین‌نامه‌ها متناسب با این شرکت‌ها تاکید کرد و با اشاره به عوامل تاثیرگذار بر روی توسعه این نوع بیمه‌ها گفت: عوامل بیرونی از جمله عوامل سیاسی و اجتماعی را نمی‌توان در این صنعت تاثیرگذار دانست، چراکه حتی مشکلات ارزی و دیگر مشکلات اقتصادی را اگر تاثیرگذار نبینیم و برای آنها چاره‌ای پیدا نکنیم، اثر منفی در کار ما خواهد گذاشت.

حسن‌زاده کمند ادامه داد: در مورد مسائل اجتماعی شاید هنوز خیلی از مردم ما به این دید نرسیده‌اند که بسیاری از مسائل و مشکلات را می‌توان از طریق بیمه حل کرد و از سوی دیگر عوامل جمعیتی همراه با یک آینده‌پژوهی درست از جمله موارد تاثیرگذار در رشد بیمه‌های زندگی در ایران است.

مدیرعامل بیمه خاورمیانه با بیان اینکه ما در عین حال باید به عوامل درونی صنعت بیمه نیز بپردازیم، اظهار کرد: یکی از این عوامل خود شرکت‌های بیمه هستند. برای مثال زمانی که ما به عنوان اولین شرکت بیمه تخصصی به وجود آمدیم، بسترها برای این کار فراهم نبود و تمام آیین‌نامه با دید بیمه‌های عمومی تدوین شده بودند.

کمند با بیان اینکه ما در ماه‌های گذشته جلسه‌ای را برای تغییر آیین‌نامه ۵۴ بیمه تشکیل دادیم، ادامه داد: اگر سیاستی در بیمه مرکزی برای توسعه بیمه‌های تخصصی وجود دارد که به نظر می‌رسد این سیاست هست، باید با یک نگاه تخصصی در آیین‌نامه به سمت توسعه این بیمه‌ها برویم.

وی اضافه کرد: بحث تفکیک ذخایر در شرکت‌ها بحث درستی است که بیمه مرکزی مطرح کرده اما باید خود متولیان توضیح دهند که تا چه حدی این برنامه عملیاتی شده است، چرا که ما قرار است تعهدات بلندمدت دهیم و با توجه به شرایط ناپایدار اقتصادی می‌تواند مشکلات زیادی برای ما به وجود آورد.

مدیرعامل بیمه خاورمیانه با توجه به مشکلات زیرساخت بیمه‌ای، گفت: نرم‌افزارهای موجود ما، انعطاف‌پذیری لازم را ندارند چرا که ما باید هر محصولی را بتوانیم حداکثر ظرف مدت دو روز در نرم‌افزار تعریف کنیم.

کمند اضافه کرد: ما شبکه فروش خوبی داریم، اما برای اینکه شبکه خروج بتواند موفق باشد باید سه نگرش را در دستور کار خود قرار دهیم. شبکه فروش باید حرفه‌ای باشد یعنی افرادی که این کار را انجام می‌دهند باید با رفتار حرفه‌ای برخورد کنند از سوی دیگر نگرش شبکه فروش به مشتری‌ها که بسیار باهوش هستند و نگرش بعدی در حوزه سیستم فروش مربوط به محصولات بیمه‌ای است که چه محصولی را برای کدام مشتری ارائه دهیم.

بالایی است و رسیدن به آن نیاز به برنامه‌ریزی دارد. از سوی دیگر در حال حاضر صنعت بیمه خیلی در اقتصاد کشور جایی ندارد و محصولات بانکی رقیب ما هستند، بنابراین بهتر است در بازار سرمایه که رقیب ما نیست و می‌توانیم هم‌راستا با آن توسعه پیدا کنیم، ورود کنیم.

به گفته سلیمانی در حال حاضر درصد رشد بیمه زندگی در دنیا بین ۵۵ تا ۶۰ درصد و در ایران ۱۴.۴ درصد است، بنابراین ما نسبت به کشورهای پیشرفته خیلی عقب هستیم و حتی در منطقه نیز میانگین بیمه زندگی ۲۵ درصد است که ما انتظار داریم با همکاری شرکت‌های بیمه‌ای نمایندگی‌ها و کارگزاری‌ها بتوانیم به رشد خوبی در بیمه‌های زندگی برسیم.

مهم‌ترین پیش‌نیازهای توسعه بیمه زندگی

همچنین معصوم ضمیری، مدیرعامل بیمه پاسارگاد در این سمینار، ارتباط بیمه با بازار سرمایه، حفظ ارزش پول ملی و توسعه فرهنگ بیمه زندگی در جامعه را از مهم‌ترین عوامل توسعه بیمه‌های زندگی در ایران دانست و با اشاره به پیش‌نیازها و الزامات توسعه بیمه زندگی در ایران گفت: بخشی از این پیش‌نیازها به بیرون صنعت بیمه و بخشی به درون آن مربوط می‌شود. ضمیری با اشاره به مهم‌ترین پیش‌نیازهای بیرون صنعت بیمه ادامه داد: ورود به یک بازار سرمایه مطمئن و کارآمد از پیش‌نیازهای مهم رشد بیمه زندگی و همچنین ثبات نسبی در ارزش پول ملی و توسعه فرهنگ بیمه در جامعه از دیگر موارد تاثیرگذار در گسترش بیمه‌های زندگی هستند.

مدیرعامل بیمه پاسارگاد افزود: از سوی دیگر در داخل صنعت بیمه، اولین اقدام ایجاد یک اراده جمعی با همکاری بیمه مرکزی برای رشد بیمه‌های زندگی است.

ضمیری با بیان اینکه بسیاری از محصولات تولید شده در داخل کشور ابتدا به مرحله تولید می‌رسند و بعد بازار عرضه در آن مشخص می‌شود اما در صنعت بیمه ما باید اول نیاز جامعه را مشخص کرده و براساس آن محصول طراحی کنیم و بازار فروش ما بتواند آن را در اختیار مردم قرار دهد.

او با بیان اینکه یکی دیگر از الزامات بیمه توسعه زندگی سازمان فروش تخصصی در شرکت‌های بیمه‌ای است، اظهار کرد: فروش بیمه زندگی نیاز به معرفی چهره به چهره این محصول دارد و نمی‌توان به صورت مجازی یا روش‌های دیگر آن را فروخت.

مدیرعامل بیمه پاسارگاد ادامه داد: در بیمه‌های زندگی و پوشش‌های تکمیلی باید یک شرایط عمومی کامل و مورد توافق شرکت‌های بیمه و بیمه مرکزی ایجاد شود و از سوی دیگر برخی آیین‌نامه‌ها از جمله آیین‌نامه ۶۸ نیاز به بازنگری دارد.

ضمیری ایجاد مشوق‌های فروش برای بیمه‌های زندگی را یکی از موارد مهم دانست و گفت: لزوم تاسیس شرکت‌های بیمه تخصصی مورد توافق همه است و باید مشوق‌هایی در این زمینه ایجاد شود.

وی با بیان اینکه یکی از موانع توسعه بیمه‌های زندگی نبود برنامه جامعی است که بتواند مورد استفاده تمام شرکت‌های بیمه‌ای قرار بگیرد، تصریح کرد: در حال حاضر شرکت‌ها به صورت جداگانه برنامه‌هایی را برای خودشان دارند اما باید یک برنامه جامع برای همه شرکت‌ها تدوین شود.

مدیرعامل بیمه پاسارگاد همچنین با اشاره به جزئیات فعالیت بیمه پاسارگاد در حال حاضر گفت: در بیمه پاسارگاد ۵۵.۸ درصد از تولید در بخش بیمه‌های زندگی است و اگر ما استاندارد جهانی را بین ۵۵ تا ۶۰ درصد قرار می‌دهیم، باید این شرکت‌های بیمه این هدف را برای خود بگذارند که ما تقریباً به این هدف رسیده‌ایم.

فرصت امروز: سمینار «توسعه بیمه‌های زندگی» صبح دیروز در پژوهشگاه نیرو برگزار شد و این همایش مجالی بود تا وضعیت نامطلوب بیمه‌های زندگی در ایران از نگاه دست‌اندرکاران صنعت بیمه مورد نقد و بررسی قرار بگیرد. در این سمینار، غلامرضا سلیمانی، رئیس کل بیمه مرکزی از وضعیت نامطلوب ایران در بیمه زندگی و سهم ۱۴.۴ درصدی بیمه زندگی در کل بازار بیمه‌های کشور خبر داد، معصوم ضمیری، مدیرعامل بیمه پاسارگاد مهم‌ترین پیش‌نیازها و الزامات توسعه بیمه‌های زندگی را تشریح کرد و خلیل حسن‌زاده کمند، مدیرعامل بیمه خاورمیانه از لزوم توسعه شرکت‌های تخصصی بیمه و ضرورت بازنگری آیین‌نامه‌ها سخن گفت.

مهم‌ترین پیش‌نیازهای توسعه بیمه زندگی

رئیس کل بیمه مرکزی در سمینار «توسعه بیمه‌های زندگی» با اشاره به وضعیت نامطلوب بیمه‌های زندگی در ایران از سهم ۱۴.۴ درصدی بیمه زندگی در کل بازار بیمه‌های ایران خبر داد و با اشاره به محوریت صنعت بیمه در ایران گفت: از سال ۱۳۶۹ بحث بیمه در ایران مطرح شده و از همان زمان نیز بیمه عمر وجود داشته، اما ما از بیمه عمر باید به بیمه زندگی برسیم.

غلامرضا سلیمانی با بیان اینکه ما از نظر بیمه زندگی نسبت به کشورهای دیگر وضعیت مطلوبی نداریم، گفت: میزان ضریب نفوذ بیمه زندگی نسبت به ضریب نفوذ بیمه در ایران نسبت پایینی است که باید آن را ارتقا دهیم. برای مثال در کشور هند، ضریب نفوذ بیمه ۳.۶۹ و ضریب نفوذ بیمه زندگی ۲.۷۶ است. همچنین ضریب نفوذ بیمه در ایتالیا، ۸.۳۴ و ضریب نفوذ بیمه زندگی در این کشور ۶.۲ است.

به گفته سلیمانی، ضریب نفوذ بیمه در انگلستان ۹.۵۸ و ضریب نفوذ بیمه زندگی در این کشور ۷.۲۲ است و این در حالی است که ضریب نفوذ بیمه در ایران ۲.۲۳ بوده و ضریب نفوذ بیمه زندگی در کشورمان تنها ۰.۳۱ درصد است.

به گزارش ایسنا، او با بیان اینکه از سال ۱۳۹۲ که بعد رشد نسبتاً خوبی در بیمه‌های زندگی داشتیم، ادامه داد: در سال ۱۳۹۰ تنها ۱۰ درصد از نمایندگان به صورت تخصصی در بیمه‌های زندگی فعالیت می‌کردند و اما در سال ۱۳۹۶ به ۰.۳۹ درصد رسیده است. از سوی دیگر در آن زمان تنها سه شرکت بیمه‌ای با سهم بیش از ۲۰ درصد پورتنوی در بیمه زندگی، فعال بودند اما در حال حاضر تعداد این شرکت‌ها به ۱۰ شرکت رسیده و در چهار مورد نیز بیش از ۵۰ درصد از پورتنوی آن شرکت مربوط به بیمه زندگی است.

رئیس کل بیمه مرکزی با اشاره به دلایل اقبال و عدم اقبال مردم به بیمه‌های زندگی گفت: معمولاً در زمانی که تورم افزایش پیدا می‌کند، مردم به سمت سرمایه‌های بانک‌ها و سایر کالاهای سرمایه‌ای می‌روند، اما در زمان کاهش تورم تقاضا برای بیمه‌های عمر افزایش می‌یابد. سلیمانی با تاکید بر اینکه آیین‌نامه‌های بیمه‌های زندگی باید بازنگری شوند، اظهار کرد: در بیمه مرکزی سیاستی اتخاذ شده که فعلاً به بیمه‌های عمومی مجوز ندهند و شرکت‌ها به سمت بیمه‌های تخصصی بروند که در حال حاضر پنج شرکت در حال بررسی درخواست هستند و دو شرکت نیز تقریباً کار خود را آغاز کرده‌اند.

او با اشاره به ارتباط شرکت‌های بیمه‌ای داخلی و خارجی تصریح کرد: پس از برجام با شرکت‌های خارجی ارتباطی برقرار کردیم که در نهایت قراردادهایی بین این شرکت‌ها بسته شد، اما با خروج آمریکا از برجام برخی بیمه‌های اتکالی از ایران خارج شدند.

رئیس کل بیمه مرکزی با بیان اینکه در برنامه ششم توسعه باید به ۵۰ درصد رشد نسبت به بیمه پایه برسیم، ادامه داد: این رقم درصد

بازار ارز و سکه

بخشنامه هم دوای بازار نشد

در بازار سکه دوباره ورق برگشت

پس از آنکه روز یکشنبه قیمت طلا و ارز به میزان قابل توجهی کاهش یافته بود، روز دوشنبه دوباره روند افزایشی به خود گرفت و هر سکه بهار آزادی با افزایش ۳۰۰ هزار تومانی قیمت به ۴ میلیون و ۳۷۰ هزار تومان رسید و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز ۲۳ هزار تومان گران شد. روز یکشنبه پس از مدت‌ها قیمت طلا و ارز در بازار روند کاهش پیدا کرده و دلار تا حدود ۱۲ هزار و ۲۰۰ تومان نیز کاهش یافت و سکه نیز ۱۴۰ هزار تومان ارزان شد اما دیروز مجدداً قیمت‌ها روند افزایشی پیدا کرد. محمد کشتی‌آری، عضو هیات مدیره اتحادیه فروشندگان طلا و جواهر در این باره به ایسنا، گفت: روز یکشنبه بخشنامه بانک مرکزی درباره واگذاری ارز مسافرتی تاثیر خود را روی بازار گذاشت و با کاهش شدید قیمت ارز مواجه شدیم که اثر مستقیمش را روی قیمت طلا و سکه گذاشت. وی افزود: گرچه این بخشنامه سبب شد که روز یکشنبه قیمت سکه و ارز روند کاهشی به خود بگیرد؛ به عنوان مثال هر دلار به حدود ۱۲ هزار و ۲۰۰ تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی به حدود ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان کاهش یافت. با توجه به اینکه نرخ ارز مسافرتی اعلام شده نزدیک به نرخ ارز آزاد بود تقاضا در بازار ارز افزایش پیدا کرد و همین عامل سبب شد ارز و طلا همزمان با افزایش قیمت مواجه شوند.

افزایش ۲۳ هزار تومانی هر گرم طلا در بازار

عضو هیات مدیره اتحادیه فروشندگان طلا و جواهر ادامه داد: از بعدازظهر یکشنبه تا عصر دوشنبه همچنان قیمت ارز و طلا رو به افزایش بوده است یا شاهد بالاتر رفتن تقاضا و قیمت آنها در بازار بودیم، چراکه به عنوان مثال دلار آمریکا از ۱۲ هزار و ۲۰۰ تومان در روز یکشنبه، ۱۵۰۰ تومان افزایش یافته و به حدود ۱۳ هزار و ۷۰۰ تومان رسیده است. همچنین هر گرم طلا از ۳۴۰ هزار تومان به ۳۶۳ هزار تومان رسیده است. کشتی‌آری اعلام کرد: قیمت سکه نیز با بیش از ۳۰۰ هزار تومان افزایش مواجه شده و از ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان به حدود ۴ میلیون و ۳۷۰ هزار تومان رسیده است. همچنین نیم سکه و ربع سکه به ترتیب ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان و یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان در بازار قیمت دارد. در حال حاضر سکه گرمی ۶۱۵ هزار تومان معامله می‌شود اما هر اونس طلا در بازار جهانی با چهار دلار کاهش قیمت به ۱۳۹۴ دلار رسیده است. عضو هیات مدیره اتحادیه فروشندگان طلا و جواهر معتقد است که وضعیت بازار طلا و ارز به گونه‌ای است که نمی‌توان آینده را به درستی و با دقت پیش‌بینی کرد، چراکه نوسانات شدیدی در بازار وجود دارد و هیچ چیز مشخص نیست.

فعالان بازار ارز: نمی‌دانیم چه شد!

در هفته گذشته بود که قیمت دلار به فاصله کمتر از چهار روز از کمتر از ۱۱ هزار به ۱۵ هزار تومان رسید. سرانجام روند بازار تغییر کرد و در روز شنبه و یکشنبه تا حدی کاهشی پیش رفت به طوری که روز یکشنبه همین هفته قیمت‌ها به کمتر از ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان هم رسید و در شرایطی که پیش‌بینی می‌شد کاهش قیمت ارز ادامه‌دار باشد، روز دوشنبه بازار روی دیگری نشان داد و نوسان قیمت شدت گرفت، به طوری که تا زمان ارسال این گزارش قیمت دلار به ۱۳ هزار و ۸۰۰ تومان رسیده است. این قیمت با کف قیمت روز یکشنبه تا ۱۴۰۰ تومان اختلاف و رشد دارد. برای بورو هم این اتفاق افتاد و در حالی که قیمت این ارز به ۱۶ هزار تومان در هفته گذشته و تا کمتر از ۱۵ هزار تومان تا یکشنبه می‌رسید، روز دوشنبه بار دیگر از ۱۵ هزار و ۶۰۰ تومان هم عبور کرد. گذری بر بازار ارز و محوطه میدان فردوسی از این حکایت دارد که بار دیگر رفت و آمد در بازار زیاد شده است. پیش از اینکه افراد فروشنده باشند، خریدار هستند و تقاضا بالا رفته است. پرس و جوی جریان افزایش قیمت ارز آن هم در شرایطی که خبرهایی مبنی بر جریان گرفتن ورود ارز به کشور مطرح شد، با واکنش‌های جالبی از سوی فعالان بازار همراه است. وقتی به آنها می‌گویم چرا دلار دوباره گران شد، گاهی می‌خندند و می‌گویند واقعا ما هم دیگر نمی‌دانیم در این بازار چه می‌گذرد. چرا وقتی اخبار از این حکایت دارد که صرفاً می‌تواند ارز وارد کرده و بفروشد، بار دیگر باید قیمت‌ها رشد کند؟ فعالان بازار می‌گویند نااطمینانی مردم از آینده و تأمین ارز در بازار خود عامل مؤثری بر این موضوع است، اما در مجموع اینکه فقط دو روز بازار آرام بوده و بار دیگر دچار نوسان تند شود، پاسخی ندارند. فعالان بازار پیش‌بینی دقیقی از آینده نداشته و عنوان می‌کنند این بازار به راحتی قابل کنترل نیست.



شرکت‌های بهتر از نظر سرمایه، سودآوری و درصد سهام آزاد شناور) ۳هزار و ۹۷۳ واحد رشد کرد و شاخص بازار دوم بورس نیز ۷هزار و ۲۶۱ واحد افزایش یافت.

فلزات اساسی صدرنشین شدند

گروه فلزات اساسی در معاملات روز گذشته بورس صدرنشین شد؛ در این گروه ۳۶۸ میلیون سهم به ارزش یک هزار و ۷۴۸ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه شیمیایی به ارزش یک هزار و ۵۷۳ میلیارد ریال و فرآورده‌های نفتی به ارزش ۹۵۵ میلیارد ریال جایگاه‌های بعدی را به خود اختصاص دادند. همچنین در رده چهارم معاملات دوشنبه، گروه چند رشته‌ای صنعتی با دادوستدی به ارزش ۸۵۶ میلیارد ریال قرار گرفت و گروه کانی‌های فلزی نیز با معاملاتی به ارزش ۶۸۳ میلیارد ریال، رده پنجم را از آن خود کرد.

ادامه رکوردشکنی فرابورس

شاخص فرابورس (آیفکس) در معاملات روز گذشته ۴۳ پله رشد کرد و در جایگاه یک هزار و ۸۶۶ واحدی قرار گرفت. همچنین در بازار فرابورس، بیش از یک میلیارد و ۱۲۶ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش بیش از ۶ هزار و ۳۱ میلیارد ریال دادوستد شد. بر پایه معاملات دیروز، نمادهای مارون (پتروشیمی مارون)، ذوب (ذوب آهن)، سراز (پالایش نفت شیراز) و هرمز (فولاد هرمزگان جنوب) بالاترین تاثیر مثبت را بر شاخص فرابورس داشتند.

است که زمینه‌ساز بهبود و تقویت بازار سرمایه می‌شود.

برترین‌های لیگ

در پایان این مراسم، تیم‌های برتر معرفی شدند و لوح تقدیر و جوایز خود را از حسین عبده تبریزی عضو شورای عالی بورس، شاپور محمدی رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار و یاسر فلاح مدیرعامل شرکت اطلاع‌رسانی و خدمات بورس دریافت کردند. براساس این گزارش، دانشگاه الزهراء به سرپرستی اعظم ولی‌زاده لاریجانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان به سرپرستی مسلم مردانزاده و دانشگاه چمران اهواز به سرپرستی اسماعیل مظاهری به عنوان تیم‌های اخلاق (به ترتیب حروف الفبا) معرفی شدند. این در حالی است که پس از دوامه رقابت، تیم دانشگاه تهران به سرپرستی امیرمهدی قیاسی رتبه نخست را به خود اختصاص داد. دانشگاه خوارزمی (MBA بازار سرمایه) به سرپرستی افشین متقی در رتبه دوم و دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق به سرپرستی فاطمه صدقی در رتبه سوم قرار گرفتند.

شاخص بورس از مرز ۱۴۶ هزار واحد گذشت

شگفتی‌سازی بورس

ارز در هفته‌های اخیر، جذابیت شرکت‌هایی که تولید آنها بر مبنای نرخ ارز انجام می‌شود را افزایش داده که از جمله آنها می‌توان به شرکت‌های پتروشیمی و صنایع فلزی اشاره کرد. نمادهای ارزشمندی مانند فولاد (فولاد مبارکه)، کگل (صنعتی و معدنی گل‌گهر)، فملی (ملی صنایع مس)، شیندر (پالایش نفت بندرعباس)، شینا (پالایش نفت اصفهان)، تاپیکو (سرمایه‌گذاری نفت و گاز تأمین) و شتران (پالایش نفت تهران) در معاملات دیروز بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص داشتند.

ارزش معاملات روزانه از ۱۰ هزار میلیارد ریال عبور کرد

در معاملات روز دوشنبه، ۳ میلیارد و ۴۹۲ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۰ هزار و ۲۵۳ میلیارد ریال در ۲۰۵ هزار و ۶۰۸ نوبت داد و ستد شد. بررسی شاخص‌های اصلی بازار سرمایه نشان می‌دهد شاخص قیمت (وزنی - ارزشی) که در آن ارزش سهام شرکت‌های بزرگ اثر بیشتری بر شاخص می‌گذارد، یک هزار و ۳۹۳ واحد رشد کرد و شاخص کل (هم وزن) که در آن ارزش و وزن همه شرکت‌های بزرگ و کوچک در محاسبه شاخص کل، یکسان در نظر گرفته می‌شود، ۹۷ واحد رشد داشت. شاخص قیمت (هم وزن) نیز ۴۹۲ واحد بالا رفت؛ این شاخص بیانگر سطح عمومی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس است. شاخص آزاد شناور نیز ۵هزار و ۲۸۳ واحد افزایش یافت که این شاخص بخشی از سهام قابل معامله شرکت‌ها در بورس را نشان می‌دهد. شاخص بازار اول (مربوط به

دانشگاه تهران رتبه نخست لیگ ستارگان بورس شد

معاملات الگوریتمی در راه لیگ ستارگان

بورس به این موضوع تاکید ویژه‌ای شد. سخنگوی سازمان بورس به پتانسیل‌های اشتغال‌زایی در لیگ ستارگان بورس اشاره کرد و گفت: افراد حاضر در لیگ ستارگان بورس می‌توانند طی زمان برگزاری مسابقات از فرصت‌های اشتغال‌زایی نیز استفاده کنند. تعاملات دانشگاه‌ها با یکدیگر و نهادهای بازار سرمایه (کارگزاران، تأمین سرمایه‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری) با دانشجویان فرصت‌های بی‌ظنری ایجاد می‌کند و از سوی دیگر شرکت‌ها می‌توانند با کشف نخبگان اقتصادی از این نیروها استفاده کنند.

رئیس سازمان بورس با اشاره به حضور فعالان بازار سرمایه در لیگ ستارگان گفت: از فعالان بازار سرمایه و اهالی بازار سرمایه تقاضا می‌کنم در سال‌های آتی و در دوره‌های بعد لیگ ستارگان بورس با سازمان بورس همراه باشند. یکی از برنامه‌های سازمان بورس بهبود و توسعه لیگ ستارگان در سال‌های آتی است. در این زمینه امیدواریم بتوانیم معاملات الگوریتمی را به معاملات مستقیم در این رقابت‌ها اضافه کنیم.

محمدی در تشریح این موضوع گفت: در دوره‌های بعدی دانشگاه‌ها می‌توانند با دو تیم مجزا که شامل شرکت‌کنندگان نیرومحمور و سرمایه‌محمور است حضور یابند. همچنین این چشم‌انداز وجود دارد که بتوانیم بعد از برگزاری چند دوره فینال فینالیست‌ها برگزار شود. او در پایان با اشاره به استقبال سازمان بورس و اوراق بهادار از انتقادهای سازنده و قدردانی از یاسر فلاح مدیرعامل شرکت اطلاع‌رسانی و خدمات بورس و دبیر کمیته اجرایی دومین لیگ ستارگان بورس تصریح کرد: نهاد ناظر به طور کامل پذیرای انتقادهایی

فرصت امروز: تخت گاز شاخص کل در مسیر صعود! این تیرتی است که می‌توان برای رشد این روزهای شاخص بورس تهران برگزید، چنانچه بورس تهران از ابتدای این هفته تاکنون ۹ بار کانال‌شکنی کرده و شاخص بورس دیروز برای نخستین‌بار در عمر ۵۰ساله خود، با رشد ۴ هزار و ۷۶۴ پله‌ای از مرز ۱۴۶ هزار واحد گذشت. بسیاری از کارشناسان، کارنامه مالی موفق اکثر شرکت‌ها در ۶ ماهه ابتدای سال، کاهش التهاب بازارهای موازی، خروج از قیمت‌گذاری دستوری در بسیاری از کالاها، چشم‌انداز مثبت قیمت جهانی کامودیتی‌ها و رشد انتظاری شاخص نسبت به تورم را از جمله عواملی دانسته‌اند که چشم‌انداز بازار سرمایه را روشن‌تر از قبل کرده است. در واقع، این روزها کشتش نقدینگی از سمت بازارهای موازی و جذابیت سرمایه‌گذاری در بورس، بیش از گذشته رخ‌نمایی می‌کند.

بورس کانال ۱۴۶ هزار واحدی را فتح کرد

بازار سهام دیروز با ورود شاخص کل به کانال ۱۴۶ هزار واحد یک روز تاریخی را به ثبت رساند. شاخص بورس در پایان داد و ستدهای سومین روز هفته، ۴ هزار و ۷۶۴ پله رشد کرد و با ثبت رکوردی جدید به ۱۴۶ هزار و ۹۹۸ واحد رسید و ارزش بازار نیز از ۵۶۰ هزار میلیارد تومان عبور کرد. به گزارش ایرنا، اگرچه روز دوشنبه شاهد رشد دسته جمعی صنایع و گروه‌های مختلف بورسی بودیم، اما بخش عمده رشد بازار بورس بر دوش شرکت‌های صادراتی و ارزشمحر قرار داشت. رشد بهای

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار عصر یکشنبه در مراسم معرفی تیم‌های برتر دومین لیگ ستارگان بورس، از پیوند دانش و تجربه به عنوان محصول لیگ ستارگان بورس نام برد و با اشاره به اهمیت فرهنگ‌سازی در بازار سرمایه گفت: در تمامی علوم، یادگیری غیرمستقیم تاثیرات مثبت بیشتری نسبت به آموزش‌های کلاسیک ایجاد می‌کند. البته این بدان معنا نیست که یادگیری کلاسیک و آموخته‌های دانشگاهی باذهنی ضعیفی دارد، بلکه این دو می‌توانند در بسیاری از مقاطع مکمل یکدیگر باشند.

به گزارش سنا، شاپور محمدی با تقدیر از حضور فعال دانشگاه‌ها در این دوره از لیگ ستارگان، اثرات مثبت برگزاری این مسابقات در بازار سرمایه را تشریح کرد و گفت: در لیگ ستارگان بورس دانشجویان این فرصت را پیدا کردند تا به طور عینی با مکانیسم‌های سرمایه‌گذاری در بورس از قبیل قوانین و مقررات و ابزارهای معاملاتی آشنا شوند. محمدی ادامه داد: شرکت در لیگ ستارگان بورس به مثابه تمرین عملی آموخته‌های تئوری دانشجویان است. در این دوره‌ها دانشجویان می‌آموزند چگونه در چالش‌های احتمالی مانند دستکاری قیمت‌ها و معاملات تقلب‌گونه گرفتار نشوند و سودآوری مطلوبی در بازار سرمایه داشته باشند.

او به موضوع اخلاق حرفه‌ای اشاره کرد و گفت: از دیگر مزیت‌های این رقابت، تاکید بر مواردی است که در دانشگاه‌ها کمتر به آنها توجه شده، در این خصوص ترویج اخلاق حرفه‌ای از جایگاه مهمی در سرمایه‌گذاری برخوردار است. در بسیاری از جوامع، اخلاق حرفه‌ای به عنوان کنترل‌کننده جامعه مطرح است. در این دوره از لیگ ستارگان

آگهی مناقصه عمومی

یک مرحله‌ای

نوبت دوم

سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری اسلامشهر به استناد بودجه مصوب سال ۱۳۹۷ از محل اعتبارات خود در نظر دارد اجرای پروژه های ذیل را از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید، بدینوسیله از اشخاص حقوقی و حقوقی و واجد شرایط دعوت میگردد جهت شرکت در مناقصه و دریافت اسناد همراه با معرفی نامه و مهر شرکت به امور قراردادهای سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری اسلامشهر مراجعه نمایند، ضمناً مهلت ارسال پیشنهادات حداکثر تا ده روز کاری پس از چاپ آگهی نوبت دوم خواهد بود. هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده مناقصه خواهد بود. جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس: اسلامشهر - خیابان صیاد شیرازی ساختمان حوزه معاونت خدمات شهری طبقه اول - سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری اسلامشهر مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۲۱-۵۶۳۶۵۶۸۹ تماس حاصل نمایید.

ردیف	موضوع مناقصه	ردیف بودجه	مبلغ اعتباری (برایال)	مبلغ سبده شرکت در مناقصه (برایال)
۱	خرید پایه چراغ ۱۰ متری چند وجهی با فونداسیون و براکت و خرید پایه چراغ ۳ شعله تزئینی کم مصرف با فونداسیون	۲۱	۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۲	خرید کابل و پرژکتور	۳۴	۶/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۳۱۰/۰۰۰/۰۰۰

هوشمند عسگریان - رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۰۷/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۷/۰۷/۱۴

۲۱۶

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

(۹۷/۱۱)

نوبت دوم

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان بوشهر

شرکت گاز استان بوشهر در نظر دارد انجام خدمات ذیل را براساس مشخصات و شرایط کلی مندرج در جدول و از طریق برگزاری مناقصه عمومی به شرکت واجد شرایط واگذار نماید.

ردیف	نام و نشانی مناقصه گزار	شرح خدمات	نوع مناقصه	مکان توزیع و تحویل اسناد	آخرین مهلت اعلام آمادگی و ارسال اسناد ارزیابی کیفی مناقصه گران	اولین روز توزیع اسناد	آخرین روز توزیع اسناد	مکان و زمان تحویل پیشنهادها	مکان و زمان کنفرانس شرکت گاز استان بوشهر	برآورد اولیه	نوع و میزان تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار	رتبه بندی
۱	شرکت گاز استان بوشهر - بوشهر - فلکه قدس - بلوار رئیسعلی دلواری -نرسیده به چهارراه کشتیرانی	ترمیم آسفالت مسیر شبکه و انشعابات گاز به صورت پراکنده در شهر بزرگان	یک مرحله ای	امور حقوقی و قراردادهای شرکت گاز استان بوشهر	تا ساعت ۱۳ روز شنبه ۱۳۹۷/۰۷/۰۷	از ساعت ۸ روز شنبه ۱۳۹۷/۰۷/۱۴	تا ساعت ۱۳ روز دوشنبه ۱۳۹۷/۰۷/۱۶	دبیر خانه رمز مهرماه شرکت گاز استان بوشهر - تا ساعت ۰۸:۰۰ روز دوشنبه ۱۳۹۷/۰۷/۱۳	سالن کنفرانس شرکت گاز استان بوشهر - روز شنبه ۱۳۹۷/۰۷/۱۳	۱۴/۵۵۲/۹۷۵/۰۶۸ ریال	ضمانتنامه معتبر بانکی _ ۷۲۸.۰۰۰.۰۰۰ ریال	گواهینامه صلاحیت پیمانکاری در رشته راه و ترابری از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی
قیمت ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.												

از کلیه شرکت‌های پیمانکاران واجد شرایط دعوت می‌شود ضمن اعلام آمادگی کتبی جهت شرکت در مناقصه از طریق شماره ذیل، فرم مدارک لازم و شرایط پذیرش شرکت کنندگان در مناقصات را که در شبکه اطلاع‌رسانی این شرکت به آدرس www.nigc-boushehr.ir موجود می‌باشد را با دقت تکمیل و به همراه مدارک مربوطه (به همراه CD مدارک) بلافاصله پس از چاپ آگهی نوبت اول و دوم به آدرس: بوشهر - فلکه قدس - بلوار رئیسعلی دلواری -نرسیده به چهارراه کشتیرانی -مسور حقوقی و قراردادهای ارسال و یا توسط نماینده آن شرکت تحویل نمایند تا پس از بررسی اسناد و مدارک واسله در چارچوب ضوابط و مقررات داخلی از شرکت‌های واجد شرایط جهت دریافت اسناد و مدارک مناقصه دعوت بعمل آید. شناسه ملی به‌همراه فرم‌های ارزیابی کیفی پیمانکاران الزامی می‌باشد. تلفن: ۰۷۷۲۳۳۳۷۰۳ - ۰۷۷۱۶۶۲۲۹۱ - فکس: ۰۷۷۲۳۳۳۰۹۶۴ - شماره تأییدیه فکس: ۰۷۷-۳۱۶۶۴۱۱۵

شماره مجوز: ۱۳۹۷/۲۷۸۵
کد فراخوان: ۳۱۷۴۵۱۴

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۰۷/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۷/۰۷/۱۴

۲۱۶

روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر



قیمت ظروف یکبار مصرف نسبت به محرم سال گذشته ۶ برابر شد!

رئیس اتحادیه فروشندهگان پلاستیک و نایلون گفت قیمت ظروف یکبار مصرف نسبت به محرم سال گذشته ۶ برابر شده و این امر قدرت خرید مردم را کاهش داده است.

سید رحیم مقیمی اصل در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره قیمت ظروف یکبار مصرف اظهار کرد: قیمت ظروف یکبار مصرف، نسبت به سال گذشته ۵ تا ۶ برابر افزایش یافته است.

وی ادامه داد: پتروشیمی‌ها با توجه به امکاناتی که از دولت دریافت می‌کنند، باید به کارخانجات وابسته خدمات بیشتری ارائه دهند. رئیس اتحادیه فروشندهگان پلاستیک و نایلون با تأکید بر خودکفایی کشور در زمینه تولید مواد پتروشیمی بیان کرد: افزایش قیمت مواد پلاستیکی سبب بالا رفتن قیمت تمامی مواد پلاستیکی شده است در حالی که کشور ما برای تولید مواد پتروشیمی به هیچ ماده اولیه‌ای نیاز ندارد. وی در پاسخ به افزایش قیمت ظروف پلاستیکی در آستانه ماه محرم گفت: قیمت ظروف یکبار مصرف از جمله لیوان و سفره نسبت به محرم سال گذشته ۶ برابر شده و این امر قدرت خرید مردم را کاهش داده است. مقیمی در پایان تصریح کرد: از سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان تعزیرات حکومتی خواستار پیگیری تخلفات پتروشیمی‌ها هستیم.

تداوم عرضه گوشت منجمد در بازار ضرورت دارد

یک مقام مسئول گفت شرکت پشتیبانی امور دام برای ایام محرم باید میزان عرضه گوشت منجمد را افزایش دهد تا قیمت‌های فعلی شکسته شود. حسن شکوهی، رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی شهرستان ری در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش قیمت گوشت طی هفته‌های اخیر در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون نرخ هر کیلو شقه گوسفندی بدون دنبه به ۵۷ هزار تومان در بازار رسیده است.

وی کاهش عرضه و مسائلی از جمله قاچاق دام زنده از مرزهای کشور به سمت عراق و ترکیه را از جمله دلایل نوسان قیمت گوشت در بازار اعلام کرد. شکوهی با بیان اینکه با شرایط فعلی نمی‌توان انتظار کاهش قیمت گوشت در بازار را داشت، افزود: با توجه به افزایش تقاضا در ایام محرم، انتظار می‌رود که شرکت پشتیبانی امور دام، میزان عرضه گوشت منجمد در میادین و فروشگاه‌ها را افزایش دهد، در غیر این صورت نوسان قیمت گوشت در بازار ادامه‌دار خواهد شد. رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی نرخ هر کیلو دام زنده سبک در میادین را ۲۵ هزار تومان اعلام کرد و گفت: دستگاه‌های نظارتی باید از خروج غیرقانونی دام از مرزهای کشور جلوگیری کنند تا با کاهش بیش از پیش عرضه در میادین روبه‌رو نشویم. وی در پایان تصریح کرد: شرکت پشتیبانی امور دام برای ایام محرم به حدی باید اقدام به عرضه گوشت منجمد در بازار کند تا قیمت‌های فعلی شکسته شود.

خروج سکه طلا بیش از ۱۵۰ گرم ممنوع است

معاون مسافری گمرک مسافری فرودگاه امام خمینی از ممنوعیت خروج طلا تحت پوشش زیورآلات مسافران زن با وزن بیش از ۱۵۰ گرم خبر داد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان عبدالرضا گودرزی، معاون مسافری گمرک مسافری فرودگاه امام خمینی با اشاره به اینکه خروج طلا تحت پوشش زیورآلات مسافران زن با وزن بیش از ۱۵۰ گرم ممنوع است، اظهار کرد: اگر زیورآلات مسافران خروجی وزن بیش از مقدار مذکور را داشته باشد، موضوع توسط عوامل کنترل در گیت‌های خروجی به گمرک گزارش می‌شود. معاون مسافری گمرک مسافری فرودگاه امام خمینی تأکید کرد: گمرک در گیت‌های خروجی در حال حاضر حضور نداشته و کنترل مسافران خروجی توسط عوامل انتظامی انجام می‌شود. به گفته وی، خروج حتی یک سکه در حال حاضر ممنوع بوده و مواردی از ممانعت از ورود و خروج سکه متعلق به اشخاص نیز گزارش شده است.

برابری قاچاق پوشاک با هزینه ۵.۵ ماه یارانه نقدی

هر ۱۰ هزار دلار کالای قاچاق موجب ازبین‌رفتن یک شغل می‌شود و جلوگیری از آن می‌تواند ۲۶۰ هزار شغل ایجاد کند این رقم ۱۶ برابر اشتغال ایجادشده با بودجه وزارت کار است. به گزارش باشگاه خبرنگاران پویا، پوشاک، بیشترین حجم قاچاق ورودی به کشور را تشکیل می‌دهد و ارزش آن ۲ میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار است. برای ملموس شدن این عدد می‌توان آن را با هزینه مورد نیاز برای ساخت مدارس کشور و طرح‌های عمرانی مقایسه کرد.

با هزینه قاچاق پوشاک می‌توان ۱۷۵ هزار کلاس درس ساخت
سیدهدای بهادری، عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی با انتقاد از کمبود ۴۰ میلیون مترمربع فضای آموزشی در کشور، عنوان می‌کند که «برای ساخت مدارس به ۴۰ هزار میلیارد تومان هزینه نیاز است»، بنابراین با جلوگیری از قاچاق پوشاک می‌توان حدود نیمی از هزینه ساخت مدارس کشور را تأمین کرد. همچنین مهرالله رخشانی‌مهر، معاون عمرانی وزیر آموزش و پرورش هم با انتقاد از این موضوع که پروژه‌های مسکن مهر کشور، به‌صورت جدی نیاز به ساخت ۲۵ هزار کلاس درس دارند، عنوان می‌کند که «اعتبار ساخت این تعداد کلاس، ۳ هزار میلیارد تومان است»؛ با این حساب اگر میزان قاچاق پوشاک به صفر رسانده شود، تقریباً برابر این هزینه تأمین خواهد شد و به‌کمک آن می‌توان حدود ۱۷۵ هزار کلاس درس ساخت. میزان قاچاق پوشاک برابر است با پرداخت ۵.۵ ماه یارانه نقدی به مردم به گزارش خبرنگار تسنیم، هر ماه ۳۸۰۰ میلیارد تومان یارانه نقدی به خانوارها پرداخت می‌شود که میزان قاچاق پوشاک، ۵.۵ برابر آن است. همچنین میزان درآمد مالیاتی کشور در سال ۹۶ برابر با ۱۱۵ هزار میلیارد تومان بوده که هزینه قاچاق پوشاک، حدوداً یک‌پنجم این میزان است.



کنونی نیازی به کود ندارد، اظهار کرد: یکی از بزرگ‌ترین مجتمع‌های تولید کود مجتمع پردیس واقع در عسلویه است. وزارت جهاد کشاورزی از دوری این مجتمع گلایه دارد و می‌گوید هزینه حمل از این مجتمع گران است که در این زمینه کاری از دست ما برنمی‌آید. احمد مهدوی در مورد میزان فروش کود توسط شرکت‌های پتروشیمی به وزارت جهاد کشاورزی در سال گذشته گفت: سال گذشته حدود یک میلیون و ۷۰۰ هزار تن کود به وزارت جهاد کشاورزی فروخته شد که این میزان تقریباً در حال حاضر ثابت مانده است. به طور کلی میزان کود تولیدی حدود ۵ میلیون تن است که حدود یک میلیون و ۷۰۰ هزار تن به وزارت جهاد کشاورزی فروخته می‌شود و مابقی آن صادر می‌شود.

درحالی که چندی پیش وزیر جهاد کشاورزی از صادرات سهم کود کشاورزان ایرانی توسط مجتمع‌های پتروشیمی انتقاد کرد، این شرکت‌ها این موضوع را تکذیب کردند و از فروش حدود یک میلیون و ۷۰۰ هزار تن کود به وزارت جهاد کشاورزی خبر دادند. به گزارش ایسنا، محمود حجتی اعلام کرد که پتروشیمی‌ها سهم کود کشاورزان ایرانی را صادر کرده‌اند و گفت: چند ماه اخیر متوجه شدیم شرکت‌های پتروشیمی، با استفاده از ذخایر تجدیدناپذیر کشور ۴.۵ میلیون تن کود تولید کرده‌اند که باید ۲ میلیون تن از آن را در اختیار کشاورز داخلی قرار دهند اما همه آن را صادر می‌کنند. در این راستا دبیرکل انجمن صنفی کارفرمایان صنعت پتروشیمی، در گفت‌وگو با ایسنا با بیان اینکه وزارت جهاد کشاورزی بیش از میزان

قرارداد گندم ایران و روسیه معطل فاینانس خارجی

نگرفته است. تحت این قرارداد، روسیه حدود ۱۰۰ هزار تن گندم در ماه برای کارخانه‌های خصوصی ایرانی که اجازه ندارند از گندم داخلی برای صادرات آرد استفاده کنند، فراهم خواهد کرد. ایران تا پیش از اینکه خریدش را در سال ۲۰۱۶ در حرکت در مسیر خودکفایی در تأمین گندم کاهش داد، یکی از بزرگ‌ترین بازارها برای گندم روسیه بود. زرگران که در هیات مدیران اتاق بازرگانی مشترک ایران - روسیه نیز حضور دارد، اظهار کرد: اگر فاینانس وجود داشت شمار قابل توجهی از کارخانه‌های آرد ایرانی علاقه‌مند به کار با استفاده از این طرح هستند. تاکنون فقط کارخانه‌هایی که به طور مرتب آرد به عراق صادر می‌کنند به طرح مذکور علاقه‌مند بودند. وی در ادامه افزود: کارخانه‌های خصوصی ایران ۱۸۰ هزار تن گندم برای تأمین از سوی روسیه و قزاقستان در سال ۲۰۱۸ درخواست

دبیرکل فدراسیون انجمن‌های صنعت غذایی ایران اظهار کرد برنامه‌ها برای قراردادی که تحت آن روسیه و قزاقستان گندم برای ایران تأمین می‌کنند متوقف شده، زیرا پیشرفتی در فاینانس آن صورت نگرفته است. به گزارش ایسنا، مذاکرات درباره این قرارداد شش ماه قبل آغاز شد. تحت این قرارداد، روسیه و قزاقستان برای کارخانه‌های آرد ایرانی گندم تأمین می‌کردند و آنها نیز به نوبه خود آرد را به عراق که بازارش در اختیار ترکیه است، صادر می‌کردند. کاوه زرگران، دبیرکل فدراسیون انجمن‌های صنعت غذایی ایران، در حاشیه کنفرانس غلات در مسکو به رویتزر گفت: طرف ایرانی شرایط خود را دارد. اگر می‌خواهد چنین توافقی محقق شود بایستی آن را فاینانس کنید، در حالی که تاکنون هیچ پیشرفتی در این فرآیند صورت

ادامه صادرات پسته برای حفظ بازارهای صادراتی

به سمت مناطق مساعدتر هستند، اما برای کرمان که خاستگاه بزرگ این محصول در کشور و دنیاست، این تغییرات سنگین خواهد بود و امیدواریم که وزارت جهاد کشاورزی با حمایت از این محصول، مانع از آسیب جایگاه این محصول در بازارهای جهانی شود. مودودی با اشاره به این مطلب که هم‌اکنون پسته به همه استان‌ها به جز بوشهر و هرمزگان مهاجرت کرده، تک‌محصولی بودن اقتصاد یک استان را استراتژی خطرناکی برشمرد و یادآور شد: استان کرمان گرچه مهد تولید پسته و زیره سیاه و به‌طور کلی یکی از قطب‌های کشاورزی کشور است، اما با توجه به ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل آن ما شاهد تغییر گرانیگاه اقتصادی این منطقه از کشاورزی به صنعتی هستیم و با پروژه‌های بزرگی که در دست اجراست، به زودی ما شاهد ظهور کرمان به عنوان یکی از قطب‌های اصلی صنعتی در کشور خواهیم بود.

معاون توسعه صادرات کالا و خدمات یادآور شد: میزان تولید پسته در دنیا بیش از ۷۳۵ هزار تن است و ایران در سال ۹۶ بیش از ۲۲۵ هزار تن از این محصول را در کشور تولید و قریب ۱۲۶ هزار تن به ارزش تقریبی یک میلیارد و ۱۵۰ میلیون دلار آن را به ۲۴ کشور دنیا صادر کرده که از این منظر بعد از آمریکا رتبه دوم تولید و صادرات جهانی این محصول را در اختیار دارد. وی در ادامه افزود: اگر چه در چهار ماهه نخست امسال صادرات پسته در حدود ۱۷۵ میلیون دلار برآورد شده اما از آنجا که محصول سال جدید برداشت نشده، لذا این میزان هم

معاون سازمان توسعه تجارت ایران با ابراز تأسف از شرایط نامطلوب تولید پسته در استان کرمان در سال جاری گفت: شرایط اقلیمی سال جاری، خسارت سنگینی را به کشاورزی این منطقه وارد کرده که بی‌شکایت به یک زلزله اقتصادی در این عرصه نیست، اما باید بررسی شود که آیا یک اتفاق است و یا شرایط تولید این محصول در حال تغییر است، چراکه کشاورزان پسته، از حرفه‌ای‌ترین مدیران این عرصه محسوب می‌شوند و شاید این محصول تحت مدیریت پیشران‌های این عرصه و بر اثر تنش‌های محیطی و آب و هوایی، در حال کوچ اقلیمی

ذخیره سال گذشته است و پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهند که تولید امسال پسته نسبت به مدت مشابه سال‌های قبل بسیار کمتر باشد، لذا کمک به تجارت این محصول برای حفظ، نگهداشت و ماندگاری در بازارهای هدف و از دست ندادن این بازار سنتی، باید مورد توجه و تأکید قرار گیرد. دبیر کمیسیون ملی برند تجاری کشور همچنین افزود: در عین حال حوادث جاری زنگ خطری است که باید موجب هشجاری بیشتر و اصلاح نقاط ضعف تولید و تجارت در این عرصه شود و در عین حال باید کل زنجیره ارزش این محصول مدنظر قرار گیرد و محصولاتی که وابسته به این محصول هم هستند نظیر گز و سوهان و انواع صنایع تبدیلی مرتبط، به گونه‌ای حمایت شوند که کمبود این محصول به تولید و بازار آنها آسیب نزنند.

گفتنی است که میز ملی پسته در اتاق بازرگانی استان کرمان و با حضور نمایندگان مجلس در استان، مدیران صنعتی، کشاورزی و بانک‌های استان، مدیران وزارت جهاد کشاورزی و سازمان توسعه تجارت ایران و با حضور فعالان عرصه تولید و تجارت این محصول برگزار شد. به گزارش ارزش این محصول مدنظر قرار گیرد و محصولاتی که وابسته به این محصول هم هستند نظیر گز و سوهان و انواع صنایع تبدیلی مرتبط، به گونه‌ای حمایت شوند که کمبود این محصول به تولید و بازار آنها آسیب نزنند.

گفتنی است که میز ملی پسته در اتاق بازرگانی استان کرمان و با حضور نمایندگان مجلس در استان، مدیران صنعتی، کشاورزی و بانک‌های استان، مدیران وزارت جهاد کشاورزی و سازمان توسعه تجارت ایران و با حضور فعالان عرصه تولید و تجارت این محصول برگزار شد. به گزارش ارزش این محصول مدنظر قرار گیرد و محصولاتی که وابسته به این محصول هم هستند نظیر گز و سوهان و انواع صنایع تبدیلی مرتبط، به گونه‌ای حمایت شوند که کمبود این محصول به تولید و بازار آنها آسیب نزنند.

گفتنی است که میز ملی پسته در اتاق بازرگانی استان کرمان و با حضور نمایندگان مجلس در استان، مدیران صنعتی، کشاورزی و بانک‌های استان، مدیران وزارت جهاد کشاورزی و سازمان توسعه تجارت ایران و با حضور فعالان عرصه تولید و تجارت این محصول برگزار شد. به گزارش ارزش این محصول مدنظر قرار گیرد و محصولاتی که وابسته به این محصول هم هستند نظیر گز و سوهان و انواع صنایع تبدیلی مرتبط، به گونه‌ای حمایت شوند که کمبود این محصول به تولید و بازار آنها آسیب نزنند.

مهلت ۲ ساله به خودروسازان برای کاهش مصرف سوخت

رئیس استاندارد و تدوین معیار بخش حمل‌ونقل شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت گفت خودروسازان دو سال وقت دارند کیفیت خودروهای خود را در مصرف سوخت افزایش دهند.

به گزارش افکارنیوز، مریم مهدی‌نژاد، رئیس استاندارد و تدوین معیار بخش حمل‌ونقل شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت با بیان اینکه مرحله دوم این طرح اول تیر ۱۳۹۷ آغاز شد، افزود: در مرحله دوم، استانداردهای مصرف سوخت سختگیرانه‌تر شده، به طوری که یک خودرو که در مرحله نخست، دارای برچسب انرژی «ا» (A) بود در مرحله دوم نتوانست این برچسب را دریافت کند و یک رتبه افت کرد. مهدی‌نژاد با اشاره به اینکه رده‌بندی برچسب خودرو از «ا» تا «جی» است، اضافه کرد: تاکنون خودرویی نتوانسته است در مرحله دوم برچسب «بی» مصرف انرژی را دریافت کند.

رئیس امور استاندارد و تدوین معیار در بخش حمل‌ونقل گفت: هشت محصول از شش کارخانه تولیدکننده خودرو در کشور فاقد استاندارد مصرف سوخت هستند. وی ادامه داد: مرحله جدید اعطای برچسب‌های انرژی به خودروها دو سال دیگر انجام می‌شود، بنابراین خودروسازان دو سال وقت دارند کیفیت خودروهای خود را در مصرف سوخت افزایش دهند. رئیس امور استاندارد و تدوین معیار در بخش حمل‌ونقل شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت با بیان اینکه مرحله آتی اعطای برچسب انرژی سخت‌گیرانه‌تر می‌شود، هشدار داد: با توجه به شرایط فعلی اگر خودروسازان اقدامی برای بهبود کیفیت خودروهای خود در مصرف سوخت نکنند در دو سال آینده نیمی از خودروهای تولیدی کشور قادر به دریافت برچسب انرژی نخواهند بود. مهدی‌نژاد گفت: در سال ۱۳۹۴ مصرف نهایی انرژی کشور معادل یک میلیارد و ۲۶۴ میلیون بشکه نفت خام بود که ۳۰۴ میلیون بشکه از آن در بخش حمل‌ونقل مصرف شده است. وی افزود: ۴۷ درصد سوخت مصرفی بخش حمل‌ونقل به بنزین و ۳۵ درصد به گازوییل اختصاص داشته است. رئیس استاندارد و تدوین معیار بخش حمل‌ونقل شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت تصریح کرد: از ۳۰۴ میلیون بشکه معادل نفت خام مصرفی، ۲۵۸ میلیون بشکه به فرآورده‌های نفتی و بقیه به گاز طبیعی فشرده (سی‌ان‌جی) و دیگر سوخت‌ها مربوط است. رئیس امور استاندارد و تدوین معیار در بخش حمل‌ونقل شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت با بیان اینکه روند مصرف بنزین در بخش حمل‌ونقل تابع مصرف سوخت خودروهاست، گفت: با وجود سرانه پایین بر مالکیت خودرو در ایران نسبت به دیگر مناطق، اما مصرف سوخت خودروها در کشور بالاست. مهدی‌نژاد یادآور شد: در ایران به ازای هر یک هزار نفر ۲۰۰ دستگاه خودرو وجود دارد، در حالی که این سرانه در آمریکا ۷۹۷ و در ایتالیا ۶۷۹ است.

وی گفت: افزون‌بر سرانه پایین، ناوگان خودرویی ایران فرسوده است، به طوری که ۹۰۰ هزار دستگاه خودروی فرسوده سبک در کشور تردد می‌کنند و مجموع خودروهای سبک کشور ۱۶ میلیون و ۱۰۰ هزار دستگاه برآورد شده است. رئیس امور استاندارد و تدوین معیار در بخش حمل‌ونقل شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت به مصرف بالای سوخت خودروهای داخلی اشاره کرد و گفت: خودروهای داخلی به دلیل کیفیت پایین، دارای آلودگی زیاد و مصرف بالای سوخت است؛ به این منظور در سال ۱۳۹۶ میانگین مصرف سوخت خودروهای کشور ۷٫۷ لیتر به ازای هر ۱۰۰ کیلومتر بود. مهدی‌نژاد افزود: در اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۵ میانگین مصرف سوخت ۵٫۵ لیتر به ازای هر ۱۰۰ کیلومتر بوده که قرار است در سال ۲۰۲۰ به ۴٫۱ لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر کاهش یابد. وی با بیان اینکه میانگین سالانه پیمایش خودروها در کشور ۲۰ تا ۲۲ هزار کیلومتر است، در حالی که در کشورهای مختلف اروپایی ۸ هزار تا ۱۳ هزار کیلومتر است، افزود: مشکل دیگر خودروها پایداری پایین آنهاست، یعنی اینکه پس از ورود به ناوگان جاده‌ای به سرعت مصرف سوخت آنها از حالت عادی خارج می‌شود و بالا می‌رود.

رئیس امور استاندارد و تدوین معیار در بخش حمل‌ونقل شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت افزود: مشکل دیگری که سبب بالا رفتن مصرف سوخت خودروها در کشور شده پیمایش بالای آنهاست که نسبت به میانگین جهانی در حد بالایی قرار دارد.

ساز و کار «امحای خودروهای قاچاق» مشخص می‌شود

رئیس ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز از مشخص شدن ساز و کار «امحای خودروهای قاچاق» در جلسه کارگروه تخصصی این موضوع خبر داد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، علی مویندی درخصوص برخی انتقادات درباره بر زمین ماندن فرمان رهبری درخصوص امحای کالاهای قاچاق به خصوص خودروهای لوکس قاچاقی که چند سالی است کشف شده و در پارکینگ‌ها توقیف شده و هیچ دستگاهی پاسخ روشنی به چرایی امحای نشدن این خودروها نمی‌دهد، اظهار کرد: ما نمی‌توانیم بگوییم فرمایشات مقام معظم رهبری بر روی زمین مانده چرا که همه، سرباز آقا و مقلد ایشان هستیم و قطعا دستور ایشان برای ما یک دستور ولایی است. رئیس ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز افزود: البته براساس برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده قرار است در جلسه کارگروه تخصصی این موضوع، نحوه ساز و کار امحای آن دسته از خودروهایی که قرار است امحا شوند، بررسی و تدوین شود و چگونگی اجرایی کردن منویات حضرت آقا مشخص شود.

وی در پاسخ به این سوال که آیا تا پایان سال جاری، شاهد امحای خودروهای قاچاق که مدت‌هاست هیچ یک از دستگاه‌های مسئول حاضر به امحای آن‌ها نشده‌اند، خواهیم بود؟ گفت: من قول امحای خودرو نمی‌دهم ولی فرمان آقا همین الان در حال اجراست ولی اینکه چند درصد اجرایی می‌شود بحث دیگری است و دوستان توجه ویژه‌ای به فرامین مقام معظم رهبری دارند.

مویندی در ادامه درخصوص میزان رضایت از جلسه اصلی اخیر ستاد که با حضور نمایندگان دستگاه‌های عضو برگزار شد و معرفی دستگاه‌های ضعیف در مبارزه با قاچاق کالا و ارز نیز گفت: ما در حال رصد موضوع به موضوع دستگاه‌ها و تعیین میزان پیشرفت هر یک از دستگاه‌ها براساس وظیفه واگذار شده به آن‌ها هستیم.

شرکت مشترک ایرانی و فرانسوی در صنعت خودرو چه می‌کند؟



مهم و پراشتغال کشور بدتر می‌شود، روزهای سرد زمستان که هر سال مصادف با بازار داغ تولید خودرو در خودروسازی‌های کشور بود حالا بعید است شب چله را یا دل خوش سپری کند.

جالب ماجرا اینجاست که در خروج شرکت‌های خودروسازی فرانسوی از ایران رنو این بار هم مانند نسخه قبلی خود در تحریم‌های سال ۹۱، با ژست ماندن خود را از حاشیه‌های انتقاد دور نگه داشته و جواب مشخصی به خودروسازی‌های کشور نمی‌دهد که حداقل تکلیف‌شان را برای ادامه کار بدانند.

ژست جنتمن‌های بدعهد فرانسوی آنقدرها هم گول‌زننده نیست چرا که آمار تولید خودروهای رنو در خودروسازی‌های ایران چیزی نیست که حکایت از ماندن و وفای به تعهد نویی‌ها داشته باشد. از یک سو خودروسازان با تعهدات معوق و مشتریانی مواجه هستند که خودروهای ثبت‌نامی خود را می‌خواهند آن هم با تاخیرهای طولانی و از سوی دیگر شرکت رنو پارس که اسما به طور مشترک بین ایدرو به عنوان سهامدار ایران خودرو و سایپا و رنوی فرانسه تاسیس شده و قرار بود تمام فعالیت‌های تولیدی رنو، انتقال دانش فنی و تامین قطعات و ... را برعهده داشته باشد اما به راستی این روزها رنو پارس چه می‌کند؟

رنو پارس امروز به یک شرکت در ایران البته با مدیران یا فرانسوی و یا ایرانی‌الاصلی که استخدام شرکت رنوی فرانسه هستند در حال

روزهای سخت صنعت خودروی ایران با شتاب می‌گذرد؛ شتابی که تبعات تحریم‌ها را بدون ترمز رد می‌کند و انگار نه انگار که باید خود را برای این روزهای نه‌چندان دور دست آماده می‌کرد، اما در این بین نمی‌شود از کم‌کاری و فعالیت جانب‌دارانه برخی مدیران و شرکت‌ها در صنعت خودرو به راحتی چشم‌پوشی کرد.

به گزارش پدال نیوز، روزهای سرد و سخت صنعت از اواسط گرمای تابستان استارت خورد و حالا هرچه در این سینه‌کش تحریم پیش می‌رود، گلوگاه‌ها و پیچ‌های هولناک بیشتری را تجربه می‌کند. پیچ‌هایی که سسر راه خود هم کاهش تولید را به همراه داشته و هم پیاده کردن تعدادی از کارگران و فعالان این صنعت را، پیچ‌هایی که نه تعدادش مشخص است و نه نور روشنی از سمت وزارت صنعت و سازمان‌های مرتبط روشن می‌شود که حداقل انتهای جاده برای مدیران صنعت خودرو مشخص شود. در این بین خروج شرکت‌های خودروسازی از ایران به خصوص فرانسوی‌های بدعهد شاید بیش از پیش نگران‌کننده باشد؛ نگرانی که البته دور از تصور هم نبود و ای کاش مدیران صنعت خودرو و البته وزارت صنعت، معدن و تجارت، همه داشته این صنعت را در یک سید جا نمی‌دادند و حداقل برنامه‌ای از پیش تعیین شده برای این روزها ترسیم می‌کردند.

حالا هرچه به فصل سرما نزدیک‌تر می‌شویم، حال و روز این صنعت

خودرو بخیریم یا نخیریم؟

خودروها در انبارها به دلیل کمبود قطعه و یا دلایل دیگر، خرید و فروش در بازار در رکود بیشتر فرو می‌رود چرا که قیمت‌ها بالا است و خریداران نیز در انتظار برای کاهش قیمت‌ها هستند.

نایب‌رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو با اشاره به صفر رسیدن خرید و فروش در بازار تصریح کرد: قیمت‌ها به دلیل کمبود عرضه همچنان بالا است و به طور قطع این روند جز با عرضه خودرو از سوی خودروسازان حالت طبیعی به خود نخواهد گرفت این در حالی است که در حال حاضر خودرویی در کار نیست و تنها صحبت از عرضه در حد حرف باقی مانده است.

قاسمیان یادآور شد: در عین حال نیز باید واردات خودرو آزاد شود چراکه در صورت ادامه عرضه محدود به بازار، قیمت‌ها افزایش خواهد یافت. ضمن آنکه در دوره‌ای از زمان، خودرو با دلار ۲۷۰۰ تا ۴۲۰۰

نایب‌رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو گفت در حال حاضر به دلیل وضعیت فعلی بازار به خریداران خودرو مبنی بر انجام خرید خود، هیچ توصیه‌ای نمی‌شود.

در گفت و گو با پایگاه خبری «عصر خودرو»، با تاکید بر اینکه بازار خودرو در حال حاضر غیرقابل پیش‌بینی است و به دلیل اقتصاد بیمار همه امور غیرقابل پیش‌بینی شده است، گفت: پیش‌فروش خودروسازان در حالی انجام شده که به دلیل تحویل طولانی‌مدت هیچ تأثیری در بازار نداشته ضمن آنکه ثبت نام برای مصرف‌کنندگان واقعی نیز با دشواری‌هایی همراه بوده است.

وی با تاکید بر ضرورت عرضه بیشتر از سوی خودروسازان اظهار کرد: هنوز هیچ خودرویی وارد بازار نشده در حالی که عرضه خودرو در بازار باید قابل لمس باشد تا اثر خود را در بازار نشان دهد، بنابراین با انباشت

صلاحیت سازمان حمایت مصرف‌کنندگان برای قیمت‌گذاری بیشتر از شورای رقابت است

وزارتی است یا خیر و با توجه به اینکه بخش اعظمی از قطعات مورد نیاز خودروسازان در داخل کشور تولید می‌شود باید مشخص شود چرا قطعه‌سازان نتوانسته‌اند مواد اولیه مورد نیاز خود را وارد نمایند.

وی درخصوص طرح تحقیق و تفحص مجلس در حوزه خودرو اظهار داشت: در طرح تحقیق و تفحص، موضوعاتی درخصوص بازگانی داخلی و خارجی، قراردادهای مشارکت خودروسازان، نوع مشارکت‌ها، چگونگی سهامداری در شرکت‌های خودروساز، بنگاه‌داری خودروسازان، شبکه عرضه خودرو، خدمات پس از فروش و هرآنچه در ارتباط با خودرو باشد مطرح شده است.

خودروسازی به‌صورت مطلق خصوصی شده و دولت تنها نقش مقررگذار داشته باشد. نماینده مردم تربت حیدریه، مه‌ولات و زاوه در مجلس شورای اسلامی درخصوص تولید خودروهای ناقص در کارخانه‌های خودروسازی کشور گفت: یکی از مواردی که در طرح تحقیق و تفحص مطرح شده موضوع خودروهای ناقص است و این سوال مطرح است که آیا این خودروها وجود دارند یا خیر و اگر اینچنین است چرا خودروسازان پیش از این به فکر تامین قطعات نبودند.

وی افزود: باید مشخص شود مشکل تامین قطعه و عدم تریخیص کالاهای مورد نیاز خودروسازان از گمرک به‌دلیل صدور بخشنامه‌های

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی درخصوص حذف شورای رقابت از عرصه قیمت‌گذاری خودرو اظهار داشت: در موضوع خودرو سازمان حمایت مصرف‌کنندگان صلاحیت بیشتری نسبت به شورای رقابت دارد، لذا طرح جایگزینی این سازمان با شورای رقابت در حال پیگیری است تا به شکل قانونی انجام شود.

سعید باستانی در گفت‌وگو با خبرنگار پارلمانی خبر خودرو، ضمن اشاره به لزوم ایجاد زیرساخت‌های لازم برای آزادسازی قیمت خودرو گفت: آزادسازی قیمت خودرو تنها در صورتی منطقی خواهد بود که واردات خودرو آزاد شده و تعرفه‌های واردات کنترل شود، همچنین



مجرمان سایبری هر ماه در یک کسب و کار آنلاین اختلال ایجاد می‌کنند

سخنگوی اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی گفت هر مجرم سایبری حداقل هر ماه با ارائه اطلاعات نادرست در سیستم یک کسب و کار آنلاین اختلال ایجاد کرده و آنها را با مشکل مواجه می‌کند. به گزارش فارس، رضا الفت‌نسب سخنگوی اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی اظهار داشت: کسب و کارهای آنلاین در سال‌های اخیر با مشکلات عدیده در زمینه جرائم سایبری مواجه بودند. شاید بی‌راه نباشد که بگوییم حداقل هر ماه یک مجرم سایبری با ارائه اطلاعات نادرست در سیستم یک کسب و کار آنلاین اختلال ایجاد می‌کند و آنان را با مشکل مواجه می‌کند. وی گفت: اتحادیه کشوری کسب و کار مجازی با همکاری پلیس فتا و گروه مشاوران نخبه پلیس تهران بزرگ اولین کارگاه مسئولیت سایبری ویژه مدیران کسب و کارهای اینترنتی را برگزار می‌کند.



دریچه



چرا باید بیش از شبکه‌ها، نگران دایره داخلی خود باشید؟

مترجم: اشکان کوشش

بارها به ما گفته شده است که موفقیت به طور گسترده‌ای مربوط به افرادی می‌شود که شما می‌شناسید. با ایجاد ارتباطات صحیح، در نیمه راهی خواهید بود که می‌تواند شما را به هر جا که اراده کنید، برساند. از این رو تعداد زیادی از متخصصانی که به دنبال موفقیت هستند، زمان زیادی را به شبکه‌سازی، ساخت روابط و گسترش ارتباطات آنلاین اختصاص می‌دهند. اما اگر تمام تلاش‌هایی که صرف قرار ملاقات‌ها و برقراری ارتباط با مردم می‌کنید، احتمال موفقیت شما را کمتر کنند، چه اتفاقی خواهد افتاد؟ این همان چیزی است که مدیرعامل شرکت Community، اسکات گربر (Scott Gerber)، با پستی در وبلاگ HBR (Harvard Business Review) در مورد آن بحث می‌کند.

چرا ۵ بر ۵۰ غلبه می‌کند

گربر اهمیت روابط را نقض نمی‌کند؛ در مقابل، وی اعتقاد دارد شناس موفقیت این افراد از دیگران به مراتب بیشتر است. وی اظهار می‌دارد اکثر ما به دنبال راهی کاملاً غلط در پایه‌گذاری و توانمندسازی روابط هستیم.

او در راستای توضیح عمومی‌ترین راه جهت شبکه‌سازی می‌نویسد، ما در عصری زندگی می‌کنیم که «هرچه بزرگتر، بهتر» ایده و تفکر غالب است. بنابراین کاملاً طبیعی خواهد بود که به دنبال بزرگ کردن شبکه‌های ارتباطاتی آنلاین و غیرآنلاین باشیم، زیرا هرچه تعداد افرادی که می‌شناسیم بیشتر باشد، شانس ما برای به دست آوردن فرصتهایی که ممکن است موجب پیشرفت حرفه‌ای، داشتن مربیانی مجرب و... شوند، نیز بالاتر می‌رود. چه مشکلی در این

خصوص وجود دارد؟ حقیقت این است که همه ما در یکروز تنها ۲۴ ساعت زمان داریم. داشتن یک شبکه بزرگ و ارتباطات بی‌دقت و نامستحکم به این معناست که شما وقت با ارزش خود را به افرادی که تقریباً غریبه هستند، اختصاص می‌دهید. بدین ترتیب ساعتی از روز شما با افرادی که به واقع شما را تغذیه و تقویت می‌کنند، سپری نمی‌شود و این همان چیزی است که گربر آن را دایره داخلی می‌نامد. او می‌گوید، «با اختصاص دادن زمان خود برای ۵۰ نفر به جای ۵ نفر، تأثیری که شما قادر به اعمال آن در دنیا خواهید بود بسیار کمتر از آن چیزی است که تصور می‌کنید.» به جای جمع کردن اسامی شرکت‌های در حال رشدی که به صورت اتفاقی به آن رسیده‌اید، بخش اعظم زمان خود را با دیگر کارآفرینانی که با سختی‌های شما آشنا هستند، با دوستان دوران دبیرستان و یا دوستی که شما را به سمت راه‌های تازه و جدید سوق می‌دهد، سپری کنید.

ایده‌های قدیمی دوباره متولد می‌شود

ایده گربر در زمینه دایره داخلی ممکن است در عصر شبکه‌های

اجتماعی کمی جدید و غیرمعقول به نظر برسد، اما جوامع به اهمیت این قبیل گروه‌ها برای نسل‌های مختلف پی برده‌اند. در مقاله اخیر روزنامه نیویورک تایمز راجع به نقش دوستی بر طول عمر، آمده است، «در اوکیناوا ژاپن، مکانی که در آن میانگین سن پیش‌بینی‌شده برای زنان ۹۰ سال است، مردم نوعی شبکه اجتماعی را به نام moai ایجاد کردند. moai گروهی دوستانه متشکل از پنج نفر است که در آن اعضا حمایت اجتماعی، منطقی، عاطفی و حتی مالی را تا زمانی که زنده‌اند به عهده می‌گیرند.»

نویسنده این متن دن بوئتنر (Dan Buettner)، توضیح می‌دهد که «به طور سنتی، والدین فرزندان را از بدو تولد وارد گروه moai و آنها یکدیگر را در سفر عمر همراهی می‌کنند.»

مفهوم شیرین Moai به طور تقریبی از زمان‌های تنهایی ما حذف شده اما هنوز دیدگاه چنین رسانه اجتماعی فشرده و بهم پیوسته‌ای، به طور کامل از فرهنگ ما محو نشده است. شما می‌توانید پژواک ایده‌هایی را که از دایره داخلی شما را کنترل می‌کنند، در ضرب‌المثلی قدیمی ببینید، «شما میانگین پنج نفری خواهید شد که بیشترین زمان را با آنها سپری می‌کنید.» حتی می‌توانید اهمیت چنین دایره داخلی را در میزان ایجاد اشتیاق و ایده‌هایی که شما را کنترل می‌کنند، حس کنید.

قدیمی رو به جلو بردارید و افراد را از لیست دوستان حذف کنید

حالا با توجه به این که ایده یک زنجیر ارتباطات کوچک و عمیق، از یک شبکه با هزاران عضو قوی‌تر است، با شبکه عظیمی که جمع‌آوری کرده‌اید چه خواهید کرد؟ صرف‌نظر کردن از رسوم رسانه‌ای می‌تواند خطرناک باشد، اما بنا بر نظر گربر و دیگران، زمان آن رسیده است که در هرس کردن زنجیره افرادی که عملاً ما

را تقویت نمی‌کنند، کمی جسور باشیم. گربر پیشنهاد می‌کند، «خودتان را بسنجید. آیا شما کنترل روابط را در زندگی‌تان در دست دارید و یا آن را به دست دیگران سپرده‌اید؟ اگر کنترل قانونگذاری در مشارکت‌ها و انتخاب اینکه زمان خود را با چه کسانی بگذرانید را ندارید، باید آن را باز پس بگیرید. با برنامه‌ریزی، زمانی را که صرف افراد و فعالیت‌های کم‌اهمیت می‌شود، کم کنید تا در نهایت بتوانید آن فرد، تعهد و بسا فعالیت را به طور کامل کنار بگذارید.

کریس سجوی (Chris Savage)، یکی از مؤسسان و مدیرعامل شرکت Wistia، بسیار رک و مستقیم بیان می‌کند، «ما به مردم اجازه می‌دهیم که برای ما «اتفاق بیفتند»، اما اگر کمی کار و تلاش، صرف تفکر حول افرادی که می‌خواهید اطراف شما باشند کنید، می‌توانید یکی از قوی‌ترین مسیرها را برای رشد شخصی خود رقم بزنید.»

منبع: inc



سرویس ویدئویی اپل تا سال ۲۰۲۵ به درآمد ۴ میلیارد دلاری دست می‌یابد

مورگان استنلی:

طبق گفته تحلیلگر مشهور، مورگان استنلی، تمرکز اپل روی سرویس ویدئویی خود درآمد ۴ میلیارد دلاری را تا سال ۲۰۲۵ برای این شرکت به ارمغان می‌آورد.

به گزارش زومیت، بر همگان واضح است که اپل در سال‌های اخیر تمرکز زیادی روی کسب‌وکار سرویس‌محور خود کرده است. پس از موفقیت اپل موزیک در صنعت موسیقی و استقبال روزافزون کاربران از این سرویس، حال اپل قصد دارد درآمدهای خود از این ناحیه را افزایش دهد.

مورگان استنلی، موسسه تحلیلی مطرح مسائل مربوط به اپل انتظار دارد که اهالی کوپرتینو از سرویس استریم ویدئوی خود به درآمد چندین میلیارد دلاری دست پیدا کنند.

با توجه به رشد خیره‌کننده درآمدهای اپل از کسب‌وکار سرویس‌محور خود در سال‌های اخیر، اکنون سهامداران دیدی مثبت به این شیوه کسب‌وکار دارند و قدرت رشد این حوزه را به‌خوبی درک کرده‌اند.

کتی هوبرتی، یکی از تحلیلگران مطرح حوزه فناوری می‌گوید:

ما باور داریم که سرویس ویدئویی اپل زودتر از تصور سهامداران به یک واقعیت بدل خواهد شد. در حالی که اپل نخستین شرکت در این حوزه نخواهد بود، اما مشتریان جذاب و وفادار اپل این شرکت را قادر می‌سازند تا سرویس ویدئویی خود را علی‌رغم نقص‌های محتوایی نسبت به نت‌فلیکس، رشد دهد.

در همین راستا، وی پیش‌بینی خود از قیمت هر سهم اپل را از ۲۳۲ دلار با افزایش ۷ درصدی تا ۲۴۵ دلار بالا برد. او پیش‌بینی می‌کند که کسب‌وکار ویدئوی اپل در شش سال آینده قادر است به درآمد ۴.۴ میلیارد دلاری دست پیدا کند؛ او برای سال ۲۰۱۹، درآمد نیم میلیون دلاری را برای کوپرتینویی‌ها پیش‌بینی کرده است.

همانطور که می‌دانید، اپل اکنون پرارزش‌ترین برند فناوری در دنیا است و با فروش ۱.۳ میلیارد دستگاه فعال در سراسر جهان، اکنون قدرت اجرایی بسیاری را در دست دارد. طبق گفته هوبرتی، ویدئو، سلامت، خانه هوشمند، اتومبیل‌های خودران و واقعیت افزوده از حوزه‌هایی هستند که اپل توان رقابت در آن‌ها را دارد.

او در ادامه صحبت‌هایش به معافیت‌های مالیاتی دولت ترامپ برای شرکت‌های فناوری اشاره می‌کند. به باور وی، ورود سرمایه‌ی اپل به داخل خاک ایالات متحده می‌تواند سهام این شرکت را به‌صورت پایدار رشد دهد.

برگزاری اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانش مشتری

موضوع «تقش مهارت‌های نرم در مدیریت دانش مشتری»، علی ترکی با موضوع «فناوری‌های سرکش، سازمان‌های دانش‌محور، تقابل» و پیام خلیلی با موضوع «مدیریت دانش مشتری، راهکاری نوین در دنیای رقابتی کسب‌وکارها» سخنرانی می‌کنند. همچنین مدعوین بین‌المللی این کنفرانس «Rocio Sans» از فرانسه با موضوع «مرور کلی مدیریت دانش مشتری و اهداف آن»، «Joe Fukuyama» از ژاپن با موضوع «دانش مشتری در زنجیره ارزش دانش» «Denis Meingan» از فرانسه با موضوع «فرهنگ سازمانی مشتری‌مدارانه به‌عنوان رکنی برای مدیریت دانش مشتری»، «W.Mihalicz» از کانادا با موضوع «مدیریت ارزش مشتری» سخنرانی‌های



خود را ارائه دادند و ویدئوکنفرانسی با «Alan Pennington» با موضوع «تمرکز بر مشتری با استفاده از نقشه سفر مشتری» برگزار شد.

اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانش مشتری با همکاری سازمان مدیریت صنعتی و موسسه خرد پارسی با حضور مدیران، متخصصان و کارشناسان این حوزه در محل ساختمان شماره ۲ سازمان مدیریت صنعتی آغاز به‌کار کرد.

به گزارش روابط‌عمومی سازمان مدیریت صنعتی، ابوالفضل کیانی‌بختیاری، مدیرعامل این سازمان هدف از برگزاری این کنفرانس را ادبیات‌سازی و فرهنگ‌سازی درخصوص «مدیریت دانش مشتری» عنوان کرد تا به‌عنوان یک الگوی جدید در حوزه کسب‌وکار معرفی شود. براساس این گزارش، در نخستین روز این کنفرانس سیدمحمدجعفر مرعشی با موضوع «ساماندهی اقتصادی در شرایط کنونی کشور»، حمیدرضا احمدیان با موضوع «اهمیت مشتری در توسعه بازار فناوریانه»، حسین صدیقی افشار با موضوع «چرا به مدیریت دانش مشتری نیاز داریم؟»، سیدکامران باقری با موضوع «دانش مشتری به‌عنوان نیروی پیش‌ساز نوآوری»، عبدالرضا حافظی با

۳ رویداد استارت‌آپی در دانشگاه سمنان برگزار می‌شود

این پیش‌رویداد استارت‌آپی با مشارکت پارک علم و فناوری دانشگاه سمنان در سالن اجتماعات شهید پازوکی پارک علم و فناوری برگزار شد. این عضو هیات علمی دانشگاه سمنان اضافه کرد: متخصصین در

این پیش‌رویداد استارت‌آپی در سه حوزه به معرفی و مراحل اجرایی رویدادهای استارت‌آپی پرداختند.

کی‌پور یادآوری کرد: این پیش‌رویداد در حقیقت مقدمه‌ای برای برگزاری سه رویداد استارت‌آپی در سه حوزه استارت‌آپ‌ها و SME های صنعت خودرو و ماشین‌سازی، صنایع شیمی و صنایع معدنی و حوزه فناوری‌های نوین است که در آینده‌ی نزدیک در دانشگاه سمنان به عنوان دانشگاه مادر استان برگزار خواهد شد.

معاون فناوری پارک علم و فناوری دانشگاه سمنان با تشدید از استقبال فعالان این حوزه از این پیش‌رویداد استارت‌آپی اظهار کرد: این پیش‌رویداد خوشبختانه با استقبال واحدهای فناور پارک علم و فناوری و مرکز رشد و دیگر واحدهای صنعتی استان سمنان همراه بود.

معاون فناوری پارک علم و فناوری دانشگاه سمنان از برنامه‌ریزی این دانشگاه برای برگزاری سه رویداد استارت‌آپی در سمنان خبر داد.

دکتر رضا کی‌پور در گفت‌وگو با خبرنگار ایسنا، اظهار کرد: این

استارت‌آپ‌ها در سه حوزه «استارت‌آپ‌ها و SME های صنعت خودرو و ماشین‌سازی»، «استارت‌آپ‌ها و SME های صنایع شیمی و صنایع معدنی» و همچنین «استارت‌آپ‌ها و SME های حوزه فناوری‌های نوین» در دانشگاه سمنان برگزار خواهد شد. وی از کارآفرینی و ایجاد اشتغال به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین نیازهای امروز کشور نام برد و افزود: هدف استارت‌آپ‌ها آموزش و ترویج کارآفرینی است و لذا برپایی این سه رویداد استارت‌آپی می‌تواند زمینه رویکرد تخصصی‌تر به حوزه کارآفرینی را در بخش‌های مختلف فراهم کند. معاون فناوری پارک علم و فناوری

دانشگاه سمنان با اشاره به زمینه‌سازی‌های معاونت فناوری پارک علم و فناوری این دانشگاه برای برگزاری استارت‌آپ‌ها از برگزاری یک «پیش‌رویداد استارت‌آپی» با محوریت صنعت در روز گذشته خبر داد و خاطر نشان کرد:



نخستین جشنواره صنایع خلاق برگزار می شود



نخستین جشنواره صنایع خلاق با حمایت ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی، مهرماه سال جاری در زاهدان برگزار می شود. به گزارش ایسنا، نخستین «جشنواره صنایع خلاق» به همراه رویداد سه روزه کارآفرینی نوگام صنایع خلاق از هجدهم تا بیستم مهرماه سال جاری با حمایت ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی ریاست جمهوری و همچنین پارک علم و فناوری استان سیستان و بلوچستان، در شهر زاهدان برگزار می شود. این رویداد در شش حوزه صنایع خلاق از جمله: بازی سازی، انیمیشن (پویانمایی)، صنایع دستی، طراحی، تولید محتوای دیجیتال، گردشگری برگزار خواهد شد. در این رویداد کارگاه مسابقه طراحی پاپویون شهری نیمروز، ساخت پاپویون های شهری توسط تیم ها و اعلام نتایج مسابقه طراحی پاپویون در موضوع طراحی شهری برگزار می شود.

یادداشت



تبدیل بزرگ ترین سوال زندگی به تجارتي ۱۶۹میلیون دلاری

مترجم: اشکان کوشش

دانشگاه می گوید، دانشگاه فرآیند مناسب در این پرونده را فراهم و به صورتی صادقانه و عادلانه عمل کرد. در طول این فرآیند، وی حقوق دریافتی از دانشگاه را صرف کار بر روی PopSockets می کرد. بارت تا دریافت به همراه اندک کارمندی که داشت بر روی PopSockets کار می کرد و آنها را به مکان های مختلف می فرستاد. استیسی بلچر (Stacy Belcher)، مدیر حسابداری PopSockets که از سال ۲۰۱۴ در این شرکت کار می کند می گوید، «اگر دیوید را بشناسید، حتما می دانید که هیچ چیز او را ناامید نمی کند.» او همچنین به خاطر می آورد که افراد شرکت با دیوید در مورد شرایط موجود و نگرانی های شان صحبت می کردند، اما جواب دیوید همواره بدین صورت بود، «مشکلی برای ما پیش نخواهد آمد؛ بلچر می گوید، «حال دیوید همیشه خوب است!» مطمئناً سوختن خانه شخصی بارت و همچنین پولی که از پیروزی در دادگاه علیه دانشگاه به دست آورد، به وی کمک شایانی کردند. در نهایت وی توانست با دانشگاه به توافق برسد و مبلغی معادل ۲۹۰ هزار دلار را در ازای ترک موقعیت شغلی و همچنین انصراف از شکایت های انجام شده، به دست آورد. بارت می گوید که تمامی این پول را نیز صرف PopSockets کرده است.

تقاضای سرسام آور

۱۱ پاییز سال ۲۰۱۶، کمپانی موفق شده بود روزانه ۱۰ هزار - PopSoc ets را از مقر شرکت در بولدر به مکان های مختلف ارسال کند. در دسامبر همان سال، ۳۰۰۰ سفارش تنها در یک آخر هفته به ثبت رسید. شرکت توانایی پاسخگویی به این حجم از تقاضا را نداشت و متعاقباً مجبور به توقف های دوره ای در ثبت سفارش شد. طبیعتاً ناراحت کردن مشتریان وجهه و حس خوبی را به همراه نداشت. در عین حال، نقطه ضعف شرکت برای بارت و اعضای تیمش کاملاً مشخص بود. پس از درآمد ۳ میلیون دلاری در سال ۲۰۱۵، کمپانی در مسیر درآمد ۲۰ میلیون دلاری در سال ۲۰۱۶ قرار داشت. در سال بعدی، کمپانی خط تولید خود را ارتقا و به استخدام افراد در بولدر ادامه داد تا بتواند پاسخگوی رشد سریع شرکت باشد. در طول دو سال اخیر، بارت بر روی «باز پس دادن» که امری بسیار مهم برای وی محسوب می شد، متمرکز شد. او و همکارانش به علت مشغله زیاد، زمان برای ساخت یک بازوی خیرخواهانه در شرکت را نداشتند و بر این اساس در ژانویه ۲۰۱۷، بارت دوست خود مایکل زکین (Michael Zakin) را به عنوان معاون تأثیرات اجتماعی استخدام کرد. در این قسمت از شرکت، درصدی از سود خالص به کارهای خیرخواهانه و غیرسودده اختصاص یافت؛ در ابتدا، حمایت از ۴ تشکیلاتی که به بیماران پارکینسون کمک می کردند و سپس، موسسه Arthritis تا به امروز، شرکت حدود ۲.۵ میلیون دلار پول نقد و محصولات برای کمک به این موسسه ارسال کرده است. مدیران می گویند PopSockets همچنان روند سریع روبه رشد را تجربه می کند و در ابتدای راه ورود به بازارهای جهانی قرار دارد. در سال ۲۰۱۷، تنها ۴ درصد از فروش شرکت بین المللی بود، اما در سال ۲۰۱۸ این رقم به حدود ۱۰ درصد افزایش پیدا خواهد کرد. با وجود اینکه شرکت در دو سال اخیر با هیچ مشکل عمده ای روبه رو نشده است و به سمت رسیدن به رکورد فروش یک میلیون - PopSoc ets نزدیک می شود، حداقل یکی از افراد تیم می تواند روزهای ابتدایی کار شرکت و مشکلات شخصی بارت که در نهایت به نفع شرکت تمام شد را به یاد بیاورد. به گفته بلچر، «هر اتفاق بدی که برای او رخ می دهد، از آن به نحو احسن استفاده می کند و در نهایت نیز ختم به خیر می شود.» منبع: inc

دیوید بارت (David Barnett)، پروفسور دانشگاه کلرادو-بولدر، به حل معماهای بزرگ و به روش مخصوص خود عادت دارد. آیا می توانید رویدادی را بی طرف تجربه کنید؟ آیا زمان یک مسئله خطی است؟ در سال ۲۰۱۰، او به دنبال حل مسئله ای بسیار متفاوت اما جهانی رفت. هدفون های موبایل آیفون او همواره در جیبش به هم گره می خوردند. اولین تلاش او برای حل این مسئله چسباندن دکمه لباس به پشت موبایل خود و پیچیدن سیم به دور آن بود. این راه حل موفقیت آمیز بود اما دوستانش او را به دلیل ظاهر آن مسخره می کردند. بارت می گوید، «برای چند هفته به بهیود ظاهر این ایده فکر می کردم.» این پروفسور بلندقد و میانسال در بازدید آشنی خانه و مغازه های کمپینگ، به راه حلی دست نیافت و حتی محصولاتی که از یک مکانیسم آکاردیونی استفاده می کردند نیز به او کمک نکرد. او در ادامه نحوه کار کردن با نرم افزار سه بعدی SolidWorks را آموخت و ۶۰ دور مدل سازی و ۱۰۰ پروتوتایپ را طراحی کرد. او تمامی پس انداز خود را صرف این محصول کرد و حتی پس از ۱۰۰ مرتبه تلاش، بازشدن سیم از پشت دکمه موبایل به شکلی منطقی سخت به نظر می رسید. بعد از آن، خانه بارت در آتش سوخت و او این را یک «توافق فرخنده» نامید. بیمه هزینه های بازسازی را پرداخت کرد، اما بارت به جای جایگزینی تمامی محتویات خانه، بیشتر پول را صرف ساختن چیزهای مختلفی کرد که آنها را PopSockets می نامید. او باقی هزینه ها را از طریق سرمایه گذاری محلی به مبلغ ۵۰۰ هزار دلار و یک کمپین Kickstarter در ۲۰۱۲ تأمین و یک شرکت واقعی را در بولدر تأسیس کرد و در آن به طراحی، بازاریابی و فروش محصولات پرداخت. در عرض دو سال، کمپانی یک نسخه کارآمد که در آینده تبدیل به - Po Socket می شد را به وجود آورده بود. در یک بازه زمانی کوتاه، این محصول ۱۰ دلاری طرفداران بسیار زیادی را به خود جذب کرد. این دکمه های پشت موبایل نه تنها برای نگهداری سیم قابلیت داشتند، بلکه از آن ها برای نگه داشتن تلفن نیز استفاده می شد. طراحی های رنگارنگ، ایموجی ها و ... مخصوصاً در میان افراد کم سن و سال بسیار پرطرفدار شدند. این دکمه ها می توانستند برای نگه داشتن موبایل در زاویه ای مناسب، جهت تماشای ویدئو و یا جلوگیری از افتادن موبایل به کاربران کمک کنند. تبلیغات دهان به دهان تنها موردی بود که PopSocket به آن احتیاج داشت - که با توجه به جذابیت این دکمه های رنگارنگ امری آسان به نظر می آمد. در بین سال های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۷، درآمد شرکت با یک افزایش خیره کننده ۱۷۴۲۳ درصدی، به ۱۶۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۷ رسید. البته راهی که PopSocket برای همه گیر شدن پیچید، به هیچ عنوان هموار نبود. در سال ۲۰۱۴ و هنگامی که فروش شرکت باید افزایش پیدا می کرد، بارت به محدوده قرمز سقوط کرده بود و بیش از ۴۰ هزار دلار بدهی داشت. او امیدوار بود که رسیدن یک محموله PopSockets به بازگرداندن شرکت به منطقه مشکلی کمک کند، اما پس از رسیدن محموله، تمامی محصولات غیرقابل استفاده و غیرقابل تعمیر بودند. در این نقطه، بارت نمی توانست شرکت را تعطیل کند و به شغل معلمی سابقش بازگردد. وجود یک پرونده شکایت از او در طول دوره دانشگاه این مسئله را تحت الشعاع قرار می داد. بارت بر این عقیده بود که دانشگاه مستدلات را در بازجویی های پرونده حذف کرده است و در سال ۲۰۱۳ از دانشگاه شکایت کرد. به گفته او، «دانشگاه تمام تلاش خود را علیه من به کار گرفت و از هیچ راه غیرصادقانه ای چشم پوشی نکرد.» (یکی از سخنگوهای



مداخلات کار گروه اشتغال در فرآیند کسب و کار مبتنی بر اطلاعات شفاف باشد

جهانگیری، ادامه داد: امروز ما آمارهای متعددی از بیکاری ارائه می دهیم، اما در این آمار مشخص نشده است که در استان ما این بیکاران در چه رده سنی مشخص و دقیقی، در چه رشته های دانشگاهی و در چه سطح اقتصادی قرار دارند تا بتوانیم مبتنی بر این داده ها اقدام کنیم. معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استاندار آذربایجان شرقی، با تأکید بر ضرورت شفافیت در سیاست های اشتغال گفت: تنها با دادن تسهیلات نمی توان به سمت ایجاد اشتغال حرکت کرد بلکه ما با سیاست های شفاف هست که می توانیم با نگاه همه جانبه مشکلات موجود را حل کنیم. وی اشاره ای به پیش بینی اختصاص نزدیک به ۱۳۵۰ میلیارد تومان تسهیلات مرتبط با اشتغال داشت و گفت: این میزان تسهیلات در طرح رونق و تولید، طرح بازسازی و نوسازی واحدهای صنعتی و طرح بازسازی و نوسازی صنوف در طول سال جاری ارائه می شود.



معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استاندار آذربایجان شرقی با تأکید بر یکی از اصلی ترین وظایف کار گروه اشتغال مبتنی بر بررسی وضعیت بازار کار و ارائه راه حل جهت کاهش میزان بیکاری در سطح استان گفت: مداخلات کار گروه اشتغال در فرآیند کسب و کار و موضوع بیکاری باید مبتنی بر اطلاعات شفاف باشد. به گزارش مهر، علی جهانگیری در جلسه کار گروه اشتغال استان اظهار کرد: هرچه سریع تر باید اطلاعات شفاف در خصوص فضای کسب و کار و آخرین وضعیت اشتغال در استان با تمام مؤلفه های درگیر در آن احصا شده و برش استانی داده های ملی نیز تدوین شود تا بتوانیم با احصای دقیق شرایط نسبت به آینده برنامه ریزی کنیم. وی، خاطرنشان کرد: احصای این اطلاعات نباید درگیر فرآیندهای طولانی مدت شود، از این رو انتظار داریم سازمان های ذی ربط با همکاری سازمان برنامه و بودجه در کمترین زمان ممکن این اطلاعات را در کار گروه ارائه کنند.

برترین استارت آپ های سال ۲۰۱۸ از نگاه لینکدین

قرار دارد. واندرزاندن سابقه کار به عنوان مدیر اجرایی در شرکت های لیفت و اوپر را در کارنامه خود دارد. رتبه نهم متعلق به Aurora از فعالان صنعت خودروهای خودران است. در رتبه دوم شرکت بستنی سازی Halo Top است. استارت آپ ۶ ساله ای با مدل کارمندی دور کار که رکورد فروش تابستان امسالش برای شرکت های رقیبی مانند Ben & Jerys و Haagen-Daaz دست نیافتنی بود. از این دسته، شرکت تولید لوازم آرایشی Glossier نیز در رده بندی هشتم قرار گرفته است. رتبه سوم متعلق به استارت آپ ۶ ساله خدمات مبادله ارزهای رمزنگاری شده و کیف پول دیجیتالی Coinbase است. پس از آن استارت آپ پرداخت مبتنی بر بلاکچین Riple در رتبه هفتم قرار گرفته است. با نگاهی به لیست برترین استارت آپ ها، تاثیر خدمات فناوری اطلاعات بر تحول بسترهای اقتصادی به خوبی مشخص می شود.



شبکه اجتماعی کسب و کار لینکدین در جدیدترین رتبه بندی، شرکت های جدیدی که در مسیر نوآورانه خود پیشرو هستند را معرفی کرده است. با پیشرفت فناوری، قاعده بازی در همه حوزه ها تغییر کرده است. امروزه بازیگران اصلی اقتصاد دنیا، غول های سنتی سابق مانند صنایع نفت و گاز نیستند. در ادامه این مقاله زومیت با مدل های جدید کسب و کار ۱۰ شرکت برتر سال ۲۰۱۸ که تاثیر زیادی در حوزه فعالیت خود داشته اند، آشنا می شویم. شرکت تاکسیرانی لیفت با سهم ۳۵ درصدی از بازار حمل و نقل در بالاترین رتبه قرار دارد. لیفت اوپل این هفته در افتتاح شعبه جدید در کلرادو از رقیب اصلی خود اوپر، پیش دستی کرد. لیفت رقیب مهمی در برابر خود دارد اما در این فهرست تاثیر آن بیش تر احساس می شود. استارت آپ اشتراک اسکوتر Bird با ارزش ۲ میلیارد دلاری که توسط تروایس واندرزاندن بنیان گذاری شده در رتبه پنجم

کارگاه برندینگ

BRAND

نقش نقاط اثبات‌کننده در هویت برند

هویت برند نباید صرفاً متعکس‌کننده شعاری جذاب برای مشتریان باشد. بلکه شرکت واقعا باید خواهان سرمایه‌گذاری بر روی آن باشد و محصولات و برنامه‌هایی خلق کند که وعده برند را عملی سازند. جهت رسیدن به این هدف، هر عنصر هویت برند باید نقاط اثبات‌کننده و یا ابتکارات استراتژیکی مرتبط با خود داشته باشد.

نقاط اثبات‌کننده، برنامه‌ها، ابتکارات و دارایی‌هایی هستند که در حال حاضر به جایگاه استراتژیک واقعیت می‌بخشند و به انتشار معنی آن کمک می‌کنند. ال ال بین جایگاهی نزدیک به هواخواهان محیط بیرون از منزل در اختیار دارد. نقاط اثبات‌کننده این جایگاه، میراث برند درزمینه فعالیت‌های بیرون از منزل، فروشگاه اصلی مجهز به ابزار و لوازم فعالیت‌های بیرون از منزل و تخصص و حرفه‌ای‌گری کارکنان مرتبط با مشتری هستند. نوردستورم از جایگاه خدمات به مشتری برخوردار است که به‌وسیله نقاط اثبات‌کننده زیر حمایت می‌شود:

•اعتبار و شهرت کنونی درزمینه خدمات مشتری
•سیاست اختصاص دادن هر فرد خدمت‌رسان به یک مشتری نه به یک حوزه محصول
•سیاست پس گرفتن محصول که بسیار مشهور است و اعتبار بالایی دارد
•برنامه حقوق و مزایا که تجربه مشتری را اولویت نخست می‌داند
•کیفیت بالای کارکنان و برنامه استخدام
•سیاست قدرت بخشی که اجازه پاسخ‌های نوآورانه به دغدغه‌های مشتری را به کارکنان می‌دهد
فاصله میان آنچه برند درواقع ارائه می‌دهد و وعده‌هایی که جایگاه استراتژیک برند به آن‌ها اشاره دارد، باید به الزامات استراتژیک بینجامد. الزام استراتژیک سرمایه‌گذاری بر دارایی یا برنامه‌ای است که برای عملی شدن وعده‌های سازمان به مشتریان ضرورت دارد. جایگاه استراتژیک به چه دارایی‌ها و شایستگی‌هایی اشاره دارد؟ برای عملی کردن وعده‌ها به مشتری، به چه سرمایه‌گذاری‌هایی نیاز است؟

اگر یک بانک منطقه‌ای به دنبال داشتن رابطه‌ای خوب با مشتریان باشد احتمالاً دو الزام استراتژیک نیاز خواهد بود. اول احتمالاً نیاز است یک پایگاه داده مشتری ایجاد شود تا مسئول ارتباط با هر فرد به‌تمامی حساب‌های آن مشتری دسترسی داشته باشد. دوم احتمالاً به یک برنامه بهبود مهارت‌های بین فردی برای کارکنان در تماس با مشتری نیاز خواهد بود که هم شامل تمرین و هم ارزیابی باشد.

منبع: **hormond**

بربری (Burberry) بدون شوالیه می‌تازد

پنج سال از زمانی که آنجلا آرتز، بربری (Burberry) را ترک کرد می‌گذرد. امسال هم کریستوفر بیلی از این شرکت رفت و به این ترتیب تیمی که این برند بارزش ۱۶۲ ساله را با موفقیت و اعتبار شکل داده بودند به طور کامل رفته‌اند. اما آن‌ها به هویت بصری برند دست نزده بودند. ماه گذشته برند بربری لوگوی جدیدش را معرفی کرد. ریکاردو تیبسی، طراح ایتالیایی که این ریبزندینگ زیر نظر او انجام می‌شود، پیش از این در ژئوانشی کار می‌کرده است. و اکنون به عنوان مدیر ارشد خلایق بربری معرفی شده است. لوگوی قدیمی را بالای تصویر و لوگوی جدید را در پایین می‌بینید. تغییر لوگو برای برندی که ۲۰ سال به هویت بصری‌اش دست نزده بود، کار جسورانه‌ای به حساب می‌آید. آخرین تغییرات در لوگو به سال ۱۹۹۹ برمی‌گردد، وقتی برند k’ را از Burbury’s حذف کرد. اگر بربری را بشناسید، با شوالیه سوار بر اسبی که بالای اسم برند قرار گرفته بود، آشنایی دارید. شوالیه اولین بار در سال ۱۹۰۱ با حروف لاتین Prorsum (به معنای به جلو) ارائه شد.

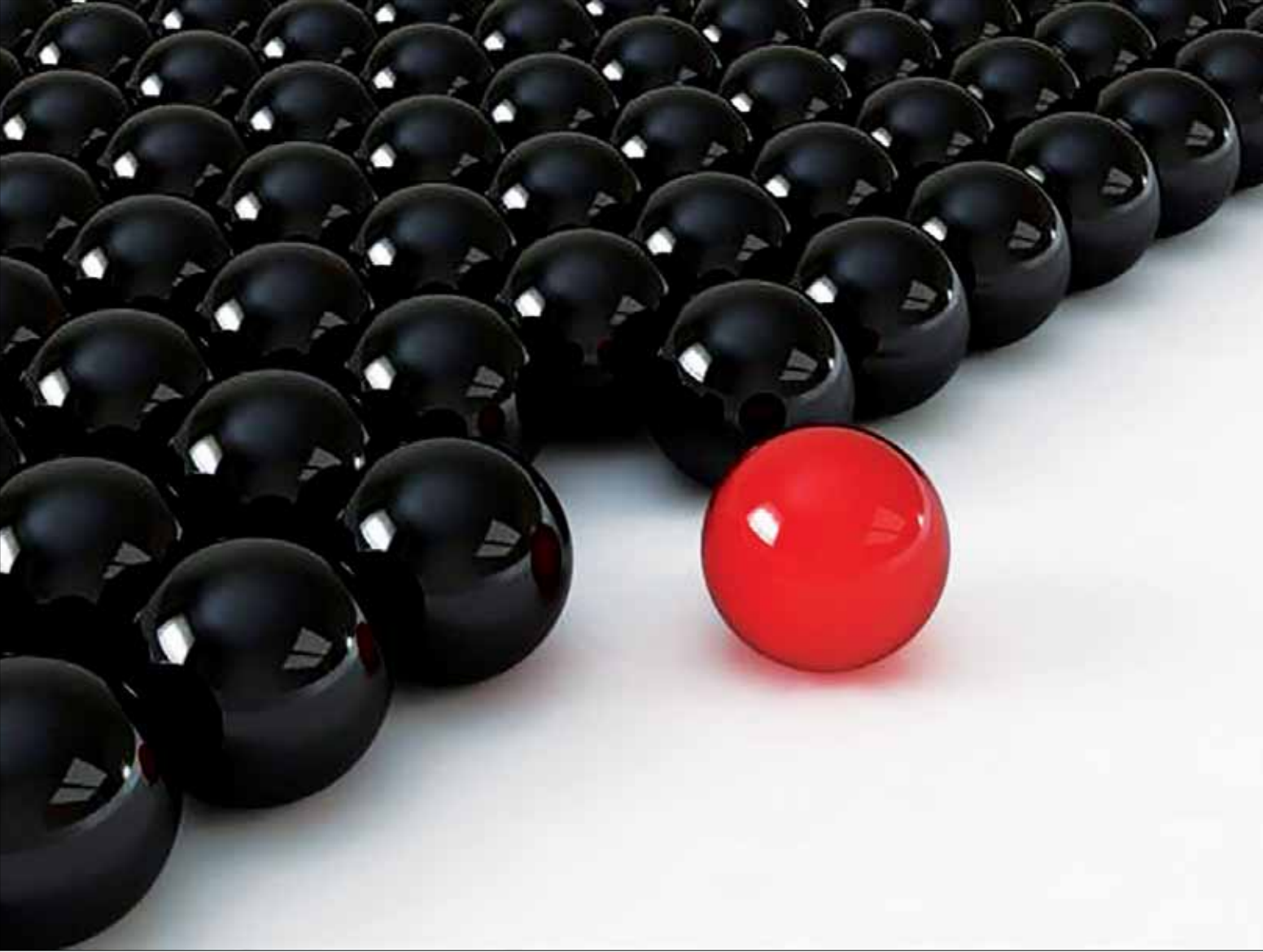
لوگوی جدید برند، شوالیه نه تنها جلوتر رفته است، بلکه کاملاً از هویت بصری بیرون آمده است! تایفیس با فونت برجسته‌ی بدون گوشه جایگزین شده و زیر اسم، کلمات لندن انگلستان به چشم می‌خورد. آن‌طور که منتقدان می‌گویند لوگوی برند از سادگی به ابتدایی‌ترین خطوط حرکت کرده و این کار مخالفت‌هایی را به دنبال داشته است. مونوگرامی هم از حروف اول نام بنیان‌گذار برند (توماس بربری) منتشر شده که در شبکه‌های اجتماعی برند به چشم می‌خورد.

منبع: **mbanew**

M&M؛ تشکر از سربازان با شکلات

تابستان برای شکلات‌ها فصل سختی است چون مشتریان سعی می‌کنند از محصولی که در گرما آب می‌شود، دوری کنند. اما تابستان ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ برای مارس (M&S) فصل سختی نبود، چرا که روش خوبی برای فروش شکلات‌هایش پیدا کرد؛ روشی که جایزه‌ی نقره‌ای افی (Effies) را برایش به همراه داشت. ام‌اندام (M&M) در کمپین ۷۵ سالگی برنشدش به یادآوری خاطرات پرداخت و به مخاطبان گفت که همان برندی است که به دلیل مقاومتش در مقابل گرما و آب‌شدن، جیره غذایی سربازان آمریکایی بوده است. شرکت شیرینی و شکلات مارس، در یک کار مشترک با الومارت (Walmart) کمپینی با عنوان «تشکر از سربازان آمریکا» طراحی کرد و هر بار که محصولی از مارس در الومارت به فروش می‌رسید، یک بسته ام‌اندام به یک سرباز داده می‌شد. یک نامه آن‌لاین با دست‌نویس این بسته شکلات را همراهی می‌کرد. سربازانی که در فروشگاه‌ها حضور داشتند نیز برای گرفتن شکلات‌شان به محل فروش هدایت می‌شدند. علاوه بر این‌ها تلویزیون و الومارت هم راننده مشهور ناسکار (NASCAR) کایل بوش را در ویدئویی به نمایش می‌گذاشت که خریداران را به قدردانی از نیروهای نظامی آمریکا ترغیب می‌کرد. این ویدئو در رادیو و برخی همپزین‌ها هم پخش شد. به این ترتیب این برند توانست در دو تابستان پیاپی، با دست گذاشتن بر چیزی که برای مردم اهمیت داشت، افزایش فروش قابل ملاحظه‌ای داشته باشد.

منبع: **mbanews**



۱- درک درست شعار و هدف شرکت و تلاش برای ایجاد ارتباط متقابل
۲- توجه به علم رنگ شناسی و ارتباط آن با نوع کسب‌وکار.
برای مثال آبی به عنوان نماد آرامش و قرمز به عنوان نماد جسارت، معرفی می‌شوند.
۳- توجه داشته باشید که سادگی باعث درک آسان‌تر و بهتر خواهد شد.

به دنبال راهی برای به شهرت رساندن برند خود باشید

در این رابطه هیچ راهکار قطعی و همگانی وجود نداشته و هر شرکتنی لازم است تا با توجه به توانایی و خلاقیت خود، اقدامات لازم را صورت دهد. با این حال ذکر نکاتی نظیر تبلیغات خلاقانه و حمایت از رویدادهای مختلف در این رابطه امری ضروری محسوب می‌شود. همواره توجه داشته باشید که شما باید به دنبال شهرتی طولانی مدت باشید، به همین خاطر احتیاط کافی در راستای عدم اقدامات نادرست، امری ضروری به نظر می‌رسد.

به برند خود شخصیت بدهید

در راستای ایجاد ارتباط موثر با سایرین لازم است تا آن‌ها را در معرض چیزی فراتر از یک نام قرار دهید. در این راستا ایجاد شخصیت انسانی به این امر کمک شایانی خواهد نمود. برای مثال برخی از شرکت‌ها اقدام به طراحی یک شخصیت برای شرکت خود می‌کنند. با این حال بهتر است تا این سیاست همراه با اقدامات شایسته انسانی باشد. برای مثال کمک به موسسات خیریه و حمایت از طرح‌های انسان دوستانه، مخاطب را درگیر یک رابطه احساسی با شما خواهد نمود.

نام تجاری را در هر جنبه‌ای از کسب‌وکار خود ادغام نمایید

تمامی موارد موجود در شرکت باید معرفی و مبلغ برند شما باشد. در این رابطه هیچ‌گونه استثنایی وجود نداشته و همگان باید نهایت تلاش خود را صورت دهند. برای مثال این امر که کارمندان شما از محصولات تولیدی شرکت استفاده نکنند، بدون شک جامعه را با بی اعتمادی مواجه ساخته و باعث خواهد شد تا از یک فرصت خوب تبلیغاتی محروم بمانید. همچنین هر چیزی در شرکت و نمایندگی‌های فروش باید حاوی برند شما باشد. درواقع چشمان مخاطب باید همواره در برابر آن قرار گیرد. این اقدام تنها مختص به فضای شرکت نبوده و این سیاست که بتوانید وارد خانه‌های آن‌ها نیز شوید، خود نتیجه بسیار خوبی را ایجاد خواهد نمود. در این رابطه تکنولوژی و اینترنت می‌تواند کمک شایانی محسوب شود.

در اقدامات خود ثابت قدم باشید

هر اقدامی نیازمند زمان مخصوص به خود می‌باشد. به همین خاطر در صورتی که بخواهید عجلانه تصمیم بگیرید، بدون شک تلاش‌های خود را بی‌ثمر خواهید ساخت. در این رابطه در اختیار داشتن مشاورانی با تجربه، به پخته‌تر شدن سیاست‌ها کمک خواهد نمود. با این حال فراموش نکنید که هیچ‌کس بهتر از شما قادر به شناخت و ارزیابی برند شکل گرفته نبوده و در این رابطه نباید همه چیز را به سایرین محول نمود. در این رابطه تغییر مداوم نام تجاری یک اقدام کاملاً اشتباه محسوب می‌شود. درواقع این امر باعث خواهد شد تا مخاطب نتواند به ارتباطی قوی و عمیق با برند شما دست پیدا کند. با این حال این امر تنها زمانی توجیه کافی خواهد داشت که فعالیت شما به شدت افزایش پیدا کرده و دیگر برند سابق پاسخگوی نیازهای جدید نباشد. در نهایت توصیه می‌شود تا از صدا و نظرات مشتریان غافل نشده و به آن به خوبی بها دهید. این امر نه تنها احترام و توجه شما را نشان خواهد داد، بلکه ممکن است در مواردی راهکارهای جالبی را نیز برای شما به همراه داشته باشد.

منبع: **freshsparks**

خرید خواهد بود، امری کاملاً کلیدی محسوب می‌شود. برای مثال برند نایک شعار فقط انجام بده را برای خود انتخاب کرده است که بنا بر نظر بسیاری از تحلیل‌گران بهترین انتخاب ممکن بوده است. درواقع این شعار بیانگر آن است که شما با در اختیار داشتن وسایل ورزشی ساخته شده این برند قادر خواهید بود تا به یک ورزشکار تبدیل شوید که این امر تمامی محدودیت‌های سنی و جنسیتی را کنار گذاشته است. به همین خاطر مخاطب در مواجه با آن به تفکری مثبت دست پیدا خواهد کرد که خود عاملی برای توجه به این برند خوش ذوق و توانا خواهد بود. آرم نایک نیز برگرفته از خدای پیروزی در یونان باستان است که با شعار آن در ارتباط بوده و این امر را القاء می‌کند که شما با این محصولات به موفقیت و پیروزی دست پیدا خواهید کرد. به عنوان نکته پایانی ذکر این جمله بسیار مهم است که باید به نحوی رفتار نمایید که مخاطب حس کند که برای شما از جایگاه و اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشند. بدون شک در این رابطه هر برندی ممکن است روشی متفاوت را در پیش بگیرد که این امر بسیار مثبت بوده و نوآوری را شکل خواهد داد.

تحقیقات کافی در زمینه برندینگ و اقدامات سایر شرکت‌ها داشته باشید

توجه داشته باشید که تقلید و کپی برداری از اقدامات سایر برندها به معنای مرگ تدریجی خواهد بود. درواقع شما تنها زمانی می‌توانید به رشد قابل توجهی دست پیدا کنید که از آمارهای درست به یک نتیجه جدید و منحصر به فرد برسید. بدون شک علم برندینگ در مرور زمان با تغییراتی مواجه می‌شود که ناشی از ورود موارد جدید می‌باشد. تحت این شرایط در صورتی که مطالعه کافی در این رابطه نداشته باشید، بدون شک بازنده میدان خواهید بود. همچنین لازم است تا اقدامات سایر برندهای رقیب را نیز تحت کنترل قرار دهید. این امر شما را به درک درستی از تحرات و اوضاع بازار خواهد رساند. در مواردی مشاهده شده است که برخی از شرکت‌ها اقدام به بررسی اقدامات سایر رقیبا کرده و با این اقدام به نقاط ضعف و قوت آن‌ها پی می‌برند که در برنامه ریزی‌های آینده آن‌ها تاثیرگذار خواهد بود. بدون شک این اطلاعات راهنمای عمل بسیار خوبی محسوب خواهند شد.

ویژگی‌ها و مزایای خود را معرفی نمایید

همواره باید دلیلی وجود داشته باشد تا افراد به سراغ برندهای دیگر نروند. این امر به معنای نقاط قوت شما در مقایسه با سایرین خواهد بود که یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود. برای مثال برند اپل همواره در تبلیغات خود در تلاش برای مقایسه خود با سایر برندها است. این امر با تاکید بر توانایی‌های آن‌ها و ضعف‌های موجود در سایر برندها صورت گرفته و به خوبی مخاطب را به این باور خواهد رساند که آن‌ها بهترین گزینه موجود می‌باشند. در این رابطه در تلاش باشید تا ویژگی‌های خود را به عنصر منحصربه‌فرد خود تبدیل نمایید تا سایر برندها نتوانند اقدامات مشابهی را صورت دهند. به عنوان نکته پایانی در این بخش لازم است تا توجه داشته باشید که مزایای شما در طول زمان ارزش خود را از دست خواهد داد. به همین خاطر ضروری است تا همواره به دنبال موارد جدید باشید و خود را به وضعیت حال حاضر محدود نکنید.

لگویی خلاقانه ایجاد نمایید

بدون شک آرم شرکت نخستین چیزی خواهد بود که در ذهن مخاطب نقش بسته و به خاطر خواهد آمد. به همین خاطر بسیار مهم است که در این رابطه اقدامی درست و حرفه را صورت دهید. در این رابطه رعایت چند نکته بسیار ضروری است:

ایستگاه بازاریابی

خدمات مشتریان ضعیف مسئول به سرانجام نرسیدن ۵۵درصد از معاملات بالقوه است

۵ نکته برای بهبود خدمات مشتریان

مترجم: مریم امیری خواه

یکشنبه گذشته هنگامی که از دریاچه به خانه برمی گشتم، تصادف کردم.

تصادف همواره سخت و پرتنش است. افزایش ترشح آدرنالین واکنش سنتیزگریز را برمی انگیزد و زمینه را برای جر و بحثی آتشین آماده می کند. همراه داشتن دو بچه در ماشین و باقی ماندن همسر در ویلا شرایط را وخیم تر می کرد. سه خودرو در این تصادف به هم خورده بودند و هر راننده ای که از کنارمان می گذشت، به خاطر این شلوغی فریادی بر سرمان می زد و به راهش ادامه می داد.

خدا رو شکر هیچ کس صدمه ای ندیده بود و فقط ماشین ها و البته غرور من آسیب دیده بود. هنگامی که به تعمیرگاه رسیدم و جان را ملاقات کردم، تمام نگرانی و استرسم ناپدید شد.

جان مسئول پذیرش تعمیرگاه و بنابراین اولین فردی بود که مشتریان مضطرب و نگران با او روبرو می شدند. جان خدمات مشتریانی افسان های ارائه می داد که حتی به خاطر آن از او تقدیر هم شده بود. ظرف چند دقیقه کاملا آرام شدم، خردم را جمع و جور کردم و توانستم که عاقلانه تصمیم بگیرم.

الان که از دور به ماجرا نگاه میکنم، پنج نکته کلیدی را در رفتار جان تشخیص می دهم که رعایت آن ها می تواند خدمات مشتریان هر شرکتی را ارتقاء دهد.

نکته های کلیدی برای ارائه خدمات مشتریان افسانه ای

۱. همدردی: اولین سوال جان از من این بود که «بچه ها چطورند؟» این سوال به من یادآوری کرد که خوشبختانه کسی صدمه ندیده است و مسلما جان سالم به در بردن از این تصادف وحشتناک بسیار مهم بود. به علاوه این احوال پرسى مهربانانه باعث شد، حس کنم که جان واقعا به من و خانواده ام اهمیت می دهد و صرفا به فکر کسب و کار خودش نیست.

۲. آرامش: آرامش جان علیرغم آشوب و هرج و مرج پیرامونش واقعا ستودنی بود. لحن صدای او همواره آرام و اطمینان بخش بود. این آرامش باعث شد، احساس کنم که به جای درستی آمده ام و کار را به کاردان سپرده ام.

۳. احترام:

هنگامی که به تعمیرگاه رسیدم، آشفته و پریشان بودم و از همه توقع داشتم که به من کمک کنند، با این وجود رفتار جان با من کاملا محترمانه بود. جان من را محترمانه با القاب رسمی طرف خطاب قرار می داد و به هیچ وجه صحبت های طولانی و بی هدف من را قطع نمی کرد.

۴. گوش دادن فعال: گوش دادن فعال یکی از تکنیک های ارتباط موثر است که در مشاوره، آموزش و حل تعارض به کار برده می شود. لازم گوش دادن فعال این است که شنونده تمرکز کامل داشته باشد، موضوع را درک کند، واکنش مناسب نشان دهد و گفته های مخاطبش را به خاطر بسپارد. جان با چنان دقت سرشار از همدردی و احترامی به من گوش می کرد، که احساس کردم کاملا من را درک میکند.

۵. برنامه ریزی: جان هر روز با چنین مشکلاتی روبرو می شود و به خوبی می داند که چگونه باید در این شرایط عمل کند. جان پس از آن که اعلام کرد که نمی توانم با این خودرو به راهم ادامه بدهم، به سرعت با شرکت کرایه ماشینی که طرف قراردادشان بود، تماس گرفت و یک ماشین تمیز و مرتب را برای من کرایه کرد. همکاریش نیز صندلی های ماشین کودک را به ماشین جدید منتقل کردند. این کمک و مهربانی برای من باورنکردنی بود، اما برای جان صرفا بخشی از کار روزمره معمولش بود که در برنامه ریزی عالی و بی نقص او ریشه داشت.

اختیار دادن به کارکنان خط مقدم

در مقام صاحب یک کسب و کار باید از این پنج نکته کلیدی آگاهی داشته باشید، اما واقعیت این است که آشنایی کارکنان خط مقدم با این نکات و آموزش دیدن آن ها در این زمینه، برای ارائه خدمات مشتریانی بی نقص بسیار مهمتر است. بهترین راه ها برای قدرت دادن به کارکنان خط مقدم به گونه ای که بتوانند در شرایط بحرانی رفتاری مناسب با مشتریان داشته باشند، به شرح زیر است:

- ابزار لازم کارکنان را در اختیارشان قرار بدهید: کارکنان شرایط بحرانی باید از قدرت، اختیار، راهنمایی و مهارت های ضروری برای اتخاذ تصمیم های مناسب برخوردار باشند.
- رضایتمندی کارکنان را افزایش دهید: ناراضی مشتریان گاهی بازتابی از ناراضی کارکنان از شرایط شغلی شان است.

- مهارت های حل تعارض را به کارکنان تان آموزش دهید: زمانی که موضوع آموزش برخورد با مشتریان «مشکل ساز» مطرح می شود، عموما قواعدی کلی مانند «همواره حق با مشتری است.» به پرسنل خدمات مشتریان آموزش داده می شود. اما واقعیت این است که این جملات کلیشه ای و پیش پا افتاده در شرایط بحرانی راهگشا نیست، و کارکنان بیش از این قواعد کلی به ابزار ضروری برای مدیریت شرایط نیاز دارند.

آموزش مهارت های حل تعارض ابزار قدرتمندی است که به کارکنان یاد می دهد، به جای شعله ورتر کردن آتش جر و بحث با عصبانیت، بتوانند مشتریان برافروخته شان را آرام کنند و آب روی آتش بریزند.

بر اساس نتایج یک گزارش، ۵۵درصد مشتریان به دلیل داشتن تجربه ای ناخوشایند از خدمات مشتریان از معامله صرف نظر می کنند.

این آمار بیانگر درآمد کلانی است که به دلیل ضعف در خدمات مشتریان به باد می رود و هیچ گاه به دست نمی آید. به علاوه این نتیجه نشان دهنده نیاز مبرمی است که برای آموزش و اختیاردهی به کارکنان خط مقدم وجود دارد. حتما موافق هستید که بدترین چیز بعد از شکست در فروش، شکست در فروش به دلیل خدمات مشتریان نامناسب است.

منبع: inc

چگونگی خلق فرهنگ کار ایده آل برای بازاریاب های خلاق



باشند، حال آن که عده ای بهترین عملکرد را در کنار همکاران دیگر ارائه میدهند.

در هر حال زیباتر و حرفه ای تر کردن محیط کار، نقطه شروع مناسبی است. بهترین تلاش خود را با توجه به میزان بودجه و اجاره بها برای بهبود محلی بکنید که کارکنان بخش اعظم روز خود را در آن می گذارند. حتی اگر از نظر مالی در مضیقه هستید، باز هم می توانید کارهای زیادی برای بهبود فضای شرکت انجام دهید. همان طور که برای تغییر چیدمان و نوسازی خانه تان برنامه می ریزید، می توانید پارکت را جایگزین کفپوش های کهنه بکنید، از کارکنانی که دوست دارند، در این تغییر سهمیم باشند، در ساعت غیراداری کمک بگیرید و دفتر کارتان را به محلی دلنشین و دوست داشتنی تبدیل کنید. مطمئن باشید اگر کارکنان محیط کارشان را دوست داشته باشند، بهتر کار خواهند کرد.

البته برای داشتن محیط کار مناسب باید کاری بیشتر از زیباسازی آن انجام دهید. تصمیم بگیرید که آیا می خواهید فضایی باز داشته باشید، نیاز به اتاقک های بیشتر دارید یا این که باید هر دو مورد را مدنظر قرار دهید. اگر فضای لازم را در اختیار دارید، می توانید شرکت را به بخش هایی کوچکتر یا طراحی های متفاوت تقسیم کنید. میل و صندلی های راحت را در یک بخش قرار دهید، بخش دیگری را به اتاقک های مجزا و یک بخش را به میزهای کار باز اختصاص دهید تا مطابق میل همه کارکنان عمل کرده باشید. به خاطر داشته باشید که خلاقیت باعث نمیشود که حتما همه کارمندان تان به طراحی باز علاقه داشته باشند. سعی کنید خواسته واقعی آن ها را برآورده کنید یا امکان انتخاب از میان گزینه های متعدد را فراهم کنید.

پیشگیری از خستگی مغز، تریب خلاقیت

فرهنگ سازمانی باید متمرکز بر تامین خواسته های بازاریابان باشد تا آن ها همچنان خلاق و موفق باقی بمانند. به ویژه اگر کارمندان تان باید حجم بالایی از محتوا را هر روز تولید کنند یا این که دائما تحت فشار هستند، باید راه هایی را برای جلوگیری از خستگی مغز آن ها پیدا کنید.

زمان های استراحت بیشتر یا طولانی تری را برای کارکنان در نظر بگیرید، آن ها را به صرف غذا مهمان کنید، تشویق شان کنید که در فضای آزاد قدم بزنند یا کار مفرح و لذت بخش دیگری را انجام بدهند که ذهن شان را بازمی کند و به آن استراحت می دهد. اگر کارکنان تان به ورزش یا فعالیت، مانند تنیس روی میز یا بازی های ویدئویی علاقه دارند، امکانات مربوط به آن را در اتاق استراحت قرار دهید تا آن ها بتوانند هر طور که دوست دارند، از وقت استراحت شان استفاده کنند.

البته جلوگیری از خستگی مغز فقط به مفرح ساختن محل کار محدود نمی شود، بلکه باید علل این خستگی و راهکارهای پیشگیری از آن را نیز پیدا کنید. برخی کارمندان از این که یک کار را باید هر روز تکرار کنند، خسته می شوند و عده ای پس از ساعت ها کار روی یک پروژه بزرگ از پا درمی آیند. خطمشی های شرکت یا بخش تحت نظر خود را به گونه ای تعریف کنید که کارکنان دچار خستگی مغز نشوند. انعطافی را که از خستگی مغز جلوگیری می کند، در اختیار کارکنان تان قرار دهید.

مترجم: مریم امیری خواه

بازاریابی صنعتی است که به آمیزه ای از ذهن های خلاق و تحلیل گر نیاز دارد. بازاریاب موفق باید معنای داده های سخت را درک کند و بتواند آن ها را به راهکارهایی خلاقانه برای حل مسئله تبدیل کند.

در عین حال بسیاری از افراد خلاق، مانند نویسندگان و طراحان، بهترین کارشان را تحت شرایطی خاص ارائه می دهند. وارد کردن فشار بیش از حد باعث می شود که ماهی لغزنده خلاقیت از بین دست ها فرار کند.

برخی نیاز دارند که آزادانه با همکارانشان گفتگو و همکاری کنند، حال آن که عده ای ترجیح می دهند که شاهکار خود را دور از همه در خلوت بیافرینند. در هر حال اگر می خواهید بازاریاب های خلاقان بهترین کار خود را ارائه دهند، باید فرهنگ کار مناسب را برای شان ایجاد کنید. برای این منظور لازم است که محیط کاری مناسب را فراهم کنید، خطمشی های برانگیزنده خلاقیت را به کار ببندید و مزایایی را در اختیارشان بگذارید که از خستگی مغز جلوگیری کند.

تعیین نیازهای گروه

فرض نکنید که تمام عوامل موثر برای عملکرد پهنه ای گروه بازاریابی را نیرسیده می دانید. به خواندن مقالات اینترنتی مرتبط با فرهنگ کار اکتفا نکنید، چرا که هر فردی برای ارائه بهترین کار خلاقانه خود به شرایطی خاص و متفاوت نیاز دارد. نخستین گام برای ایجاد فرهنگ کاری ایده آل این است که نیازها و شرایط دلخواه کارکنان تان را بشناسید.

کار را با تحت نظر گرفتن عادت های کاری آن ها و تعامل شان با فرهنگ/ محیط فعلی شروع کنید.

عادت های کارکنان هنگام کار کردن چیست؟ عادت های آن ها را تجزیه و تحلیل کنید تا راهی را برای کمک کردن به آن ها پیدا کنید. شاید بعضی کارکنان از شنیدن سر و صدای بلند یا گفت وگوهای بلند اطرافیان متنفراند، به همین دلیل هدفون روی گوش شان می گذارند تا شاید این صداهای آزاردهنده را نشنوند. کارکنان تان هنگام استراحت چه کاری انجام می دهند؟ آیا چون به هوای تازه نیاز دارند، از هر فرصتی برای بیرون رفتن و قدم زدن در هوای آزاد استفاده میکنند؟ هنگام صرف یک فنجان قهوه با همکاران شان درد و دل می کنند؟ نقلات می خورند؟ با گوشی شان بازی می کنند؟

پس از آن که به خوبی متوجه عادت های فعلی کارکنان تان شدید، از آن ها درباره تغییرهای دلخواه شان نظرسنجی کنید. این پاسخ ها چشمه های تان را به روی مشکلات موجود در فرهنگ کار یا موانعی که باید از سر راه برداشته شود، باز می کند. البته ممکن است این پاسخ ها قدری اغراق آمیز باشد؛ شاید بسیاری از کارکنان خود را مستحق دریافت مزایایی ویژه بدانند، که اعطای آن ها نه تنها کمکی به بهره وری یا خلاقیت نمی کند، بلکه به آن آسیب نیز می زند.

مناسب کردن محیط کار

داشتن محیط کار مناسب تفاوت چشم گیری را در بهره وری و کارایی کارکنان ایجاد می کند. نکته مهم برقراری تعادل مناسب بین خواسته ای تمام کارکنان است. برخی ترجیح می دهند که هنگام کار کردن تنها

برابری جنسیتی در محل کار، از فرهنگ رایج در شرکت نشأت می‌گیرد

به قلم Jenna Ott

آن دسته از شما که مطالب پیشین ویلاگ من را خوانده‌اید، احتمالاً می‌دانید که در پی ایجاد تغییر در جهان پیرامون خود هستیم و می‌خواهم صدایی باشم برای تغییر؛ در هر کجا که بدان نیاز است.

با خواندن نظرات شما در ویلاگ، باید بگویم بسیاری از شما نیز چنین تمایلی دارید.

مسئله‌ای که مدت‌هاست ذهن مرا به خود مشغول کرده، مسئله برابری جنسیتی به طور کلی و نیز در محیط کار است.

برای این که به طور مختصر اطلاعاتی از سابقه من داشته باشید، باید بگویم که کارم را در یک برنامه تلویزیونی در هالیوود به نام Burbank آغاز کردم. هر که اخبار سال گذشته را پیگیری کرده باشد، متوجه شده که از نظر تاریخی جایگاه زنان در هالیوود چگونه بوده است.

من افراد بسیاری را در تلاش برای ایجاد فضاهایی دارای برابری و شمول دیده و در عین حال رفتارهای ناعادلانه‌ای را نیز در این زمینه مشاهده کرده‌ام.

برخی از تجرب منق‌ام تبدیل به آموزه‌هایی ارزشمند برایم شدند. از طریق آن‌ها توانستم اطلاعات بیشتری کسب کنم، برای خود ارزش قائل شوم و در راستای رسیدن به رفتار بدون تبعیض جنسیتی تلاش کنم.

اینفوگرافی اخیر Accenture، مرا به فکر درباره تجربیات گذشته‌ام پیرامون برابری و یا تبعیض جنسیتی در محیط کار واداشت.

کاهش این شکاف جنسیتی امکان‌پذیر است.

گاهی به نظر می‌آید که راهی طولانی تا کاهش این شکاف در پیش است. البته اقدامات زیادی باید در این راستا انجام پذیرد، اما بگذارید نگاهی به پیشرفتی که تاکنون حاصل شده است بیندازیم.

این آمار از وزارت کار آمریکا گرفته شده است و تصویری از نیروی کار را به نمایش می‌گذارد که در جهت مناسبی در حرکت هستند.

• تقریباً ۴۷ درصد از کارمندان در آمریکا زن هستند.

• بیش از ۳۹ درصد از زنان در مشاغل مشغول هستند که زنان سه چهارم نیروی کار آن‌ها را تشکیل می‌دهند.

• زنان صاحب نزدیک به ۱۰ میلیون کسب‌وکار با دریافت مبلغی بالغ بر ۱.۴ تریلیون دلار هستند.

• درصد مشارکت زنان در نیروی کار از مقدار ۳۲.۷ درصد در سال ۱۹۴۸ به ۵۶.۸ درصد در سال ۲۰۱۶ افزایش یافته است.

• در سال ۲۰۱۶، بیش از ۴۰ درصد از زنان در نیروی کار دارای مدارک دانشگاهی هستند، در حالی که در سال ۱۹۷۰ تنها ۱۱ درصد دارای مدرک دانشگاهی بودند.

• اغلب زنان، تقریباً ۳۹ درصد، تا قبل از سن ۲۹ سالگی مدرک لیسانس را اخذ می‌کنند، در حالی که این آمار برای مردان ۳۶ درصد است.

• زنان در مشاغل حرفه‌ای و مدیریتی درآمدهای قابل توجهی کسب کرده‌اند. در سال ۲۰۱۶ بیش از یک سوم از وکلای زنان تشکیل می‌دادند، در حالی که این آمار در سال ۱۹۷۴ کمتر از یک دهم بود.

• ۷۰ درصد از زنان دارای فرزند زیر هجده سال، عضو نیروی کار هستند، که از این بخش بیش از ۷۵ درصد از آنها تمام‌وقت کار می‌کنند.

• مادران، نان‌آوران اصلی و یا تنها نان‌آور ۴۰ درصد از خانه‌های دارای فرزند زیر ۱۸ سال هستند. در سال ۱۹۶۰ این آمار ۱۱ درصد بود.

این موضوع حقیقتاً مرتبط با فرهنگ است.

در هر مکانی که تاکنون کار کرده‌ام، چه برنامه تلویزیونی و چه شرکت‌ها، موضوع برابری جنسیتی ریشه در فرهنگ داشته است. امکانی که در آن‌ها باورهایی مانند «این همیشه یک کار مردانه بوده است» و یا «این شغل مناسب زنان است» وجود دارد، بیشترین تبعیض جنسیتی را دارند.

چه این تبعیض به صورت استخدام بیشتر یک جنسیت نسبت به دیگری باشد، چه به صورت اختلاف فاحش در دستمزد پرداختی به ازای کار یکسان، ریشه در مجموعه باورها و اعتقادات و فرهنگ نابرابری و تبعیض دارد.

یک مثال مرتبط

وقتی صحبت از فرهنگ رایج در یک شرکت باشد، مهم‌ترین فاکتور رهبری و مدیریت است. اگر افراد رهبرانه‌ای مروج چنین فرهنگی نباشند، این فرهنگ در کل محیط شرکت رایج نمی‌شود.

با دیدن اقدامات انجام‌شده در Accenture، همان‌گونه که در اینفوگرافی‌اش مشخص کرده بود، و همچنین کار کردن در شرکتی که در تمام سطوح آن برابری جنسیتی جریان داشت، به تفاوتی که مدیریت شرکت می‌تواند ایجاد کند پی بردم.

برای مثال در محل کار فعلی‌ام، IMPACT، مدیریت به سختی تلاش می‌کند اقدامات کلیدی جهت بهبود عملکرد هر یک از اعضای تیم را ایجاد کند.

در هر سطحی از عملکرد، کارهای یکسان و مشابه، دریافتی‌های برابر دارند. من هرگز از همکار مرد هر چه خود درباره حقوقش سؤال نکردم، زیرا مدیریت شرکت محیط بسیار شفاف و عادلانه‌ای را ایجاد کرده است.

بر اساس آماری که Accenture منتشر کرده است، ۲۸ درصد از مدیران اجرایی و ۲۵ درصد از هیأت‌مدیره آن‌ها را زنان تشکیل می‌دهند. همچنین مدیریت، مجموعه کارشناسان ارشد زن را در پیشبرد موفقیت‌شان حمایت می‌کند. همین امر منجر به ارتقا و یا کسب مسئولیت ۸۰ درصدی آنان شده است.

این موضوع با حمایت از پیشرفت زنان و همچنین با افزایش تعداد زنان موفق در مدیریت و موقعیت‌های اجرایی در ایجاد فرهنگ برابری کمک می‌کند.

در هر شرایطی به دنبال ایجاد و پذیرش فرهنگ برابری باشید. در سراسر دنیا، شاهد مجموعه‌ها، شرکت‌ها و صنایعی هستیم که در پی کاهش شکاف جنسیتی هستند. تنها در ایالات متحده، شاهد رکوردهایی از حضور زنان در ادارات و جنبش‌هایی جهت تقویت زنان و تلاش برای تغییر در رسانه و صنایع وابسته به تکنولوژی بوده‌ایم. شرکت‌ها متعهد هستند در راستای برابری جنسیتی حرکت کنند، قدم‌هایی را در این راستا بردارند و تغییراتی را ایجاد کنند.

برای ما کارمندان IMACT جای خرسندی است که در محیطی با فرهنگ برابری جنسیتی کار می‌کنیم.

تلاش سخت و تغییر فرهنگ در طول سال‌ها به طور قطع منجر به شناخته‌شدن به عنوان «بهترین کمپانی برای زنان» شده است. فرهنگ برابری در IMPACT جاری است. زنان و مردان در اینجا در ازای کار یکسان، حقوق و مزایای یکسان دریافت می‌کنند؛ مانند مرخصی زایمان برای پدر و مادر که به طور یکسان اعمال می‌شود. این در حقیقت فرهنگ برابری است که هر مجموعه‌ای می‌تواند آن را کسب کند.

اشتباه مالی که نباید در تجارت کانابیس (شاهدانه) اتفاق بیفتد



انتقال نادرست از بازار سیاه به بازار قانونی

شرکت‌هایی که در حال تغییر و خروج از بازار سیاه هستند، عموماً از راه‌های متعددی که ممکن است آن‌ها را از تبعیت دولتی و قوانین فدرال خارج کند، آگاهی ندارند. ورود و کار کردن یکبار در یکی از سختگیرانه‌ترین قوانین وضع شده صنایع در جامعه‌ای با مالیات پیچیده و محدودیت‌های بانکی، باعث می‌شود تجار خود را در مقابل فشارهای وارده برای هم‌راستا ماندن با قوانین و مقررات، کاملاً غییرآمده ببینند. این حالت می‌تواند بسیار سخت باشد، به خصوص برای شرکت‌هایی که از ابتدا به درستی قوانین و مقررات را درنسیال نکرده‌اند. حال، برای اولین بار، باید علاوه بر بایگانی کردن ریز اطلاعات مالی و اسناد حسابداری، قانونمداری خود را نیز حفظ کنند.

به همین علت، شما خواستار استخدام شخصی خواهید شد که صلاحیت حسابداری و یا کتابداری و حفاظت و نگهداری از مدارک شما را داشته باشد. همچنین منطقی خواهد بود اگر استخدام شخصی به عنوان مسئول تطابق را در دستور کار خود قرار دهید تا وظیفه پیش‌بینی در زمینه تبعیت کردن از قوانین دولتی، OSHA و FDA را بر عهده بگیرد. یک مأمور مالی ارشد Chief Financial Officer واجد شرایط می‌تواند این مسئولیت را قبول کند. همچنین می‌توان از یک کارمند کاملاً مجزا در این کار استفاده کرد. در هر حال، این افراد باید نکاتی کلیدی که خط قرمز محسوب می‌شوند را بشناسند. حتی اتفاقی ساده مانند تغییر در ارتفاع حصار مزرعه می‌تواند به تعطیلی موقت کار بینجامد و صدها هزار دلار ضرر به بار آورد.

فارغ از چستی که شما در راستای آن عمل می‌کنید، از کشت تا برداشت و یا از مرحله ابتدایی ساخت محصول و خرده‌فروشی آن، ممکن است متوجه نشوید که بر روی یک بوم ساعتی نشست‌اید. تا به حال، تعداد بسیار زیادی اظهارنامه مالیاتی دیده‌ایم؛ همچنین به دفعات IRS در این قبیل مسائل به موفقیت رسیده و مدیران عامل ناگهان را با جریمه مالیاتی روبه‌رو ساخته است. به همین علت، زمانی که حساب‌رسان به شرکت شما می‌آیند و در آمدن آن‌ها هیچ شک و وجود ندارد از آمادگی خود اطمینان حاصل کنید. با اجرایی کردن این نکات کلیدی و راهمبایی گرفتن از افراد باتجربه در زمینه مالی، شما توانایی هدایت مشکلات خاص این صنعت و تجارتي پایدار و مطیع را که با هدف رشد و توسعه در درآمدت ایجاد شده است خواهید داشت. در عین حال، می‌توانید از جریمه‌های گزافی که برای تجارت شما تهدید به حساب می‌آیند نیز پرهیز کنید.

منبع: greenentrepreneur

شفاف نبودن با سرمایه‌گذاران و وام‌دهندگان

برای تعداد زیادی از شرکت‌های کانابیس، سرمایه‌گذاران در جان گرفتن دوباره تجارت و به موفقیت رساندن آن نقشی مهم و حیاتی دارند. در نتیجه بسیار ضروری است که سهامداران کلیدی، توجه کنند که آیا شرکت شما با تبعیت کامل از ایالت، قوانین فدرال، IRS (Occupational Safety & Health Administration) و همچنین مقررات (Safety & Health Administration) و همچنین مقررات (FDA Food & Drug Administration) در حالت اجرایی کارآمدی به سر می‌برد یا خیر.

با این حال، بسیاری از این شرکت‌های مربوطه موفق به شفاف‌سازی نمی‌شوند. یکی از متداول‌ترین اشتباهات این است که شرکت‌ها، جمله مربوط به توافق‌های اجرایی (Operating Agreements LLC) که در آن به تقسیم یک‌چهارمی مالیات میان سهام‌داران اشاره می‌کند را به طور کامل نادیده می‌گیرند. ناتوانی در انجام این کار باعث می‌شود که سرمایه‌گذاران مسئولیتی مالیاتی را به شما اضافه کنند و شما پولی برای پرداخت آن نداشته باشید.

مشکل دیگر زمانی خود را نشان می‌دهد که شرکت‌های کانابیس از ارائه و اشتراک‌گذاری منظم اخبار و گزارشات به روز به سرمایه‌گذاران خود، خودداری می‌کنند. کتاب‌ها، مدارک قانونی و مالی، نظارت‌های داخلی، روش‌ها و سیاست‌های حسابداری و فرم‌های دولتی شرکت شما باید بایگانی شده و در دسترس باشند تا برای ارائه به حساب‌رس، سرمایه‌گذار و وام‌دهنده در هر زمان و همیشه آماده باشند. ارائه این مدارک برای ارتباط و تعامل با سرمایه‌گذاران، وام‌دهندگان و حساب‌رسان در آینده بسیار ضروری است، با این حال تعداد بسیاری از شرکت‌های کانابیس این نکته را در نظر نمی‌گیرند.

در آینده‌های نزدیک، زمانی که آماده فروش هستید، از به‌کارگیری این سیستم در شرکت خود خوشحال و خرسند خواهید شد. این روش به شرکت شما ارزش و اعتبار بیشتری می‌دهد، باعث تسریع و یکپارچگی روند شرکت می‌شود، و در نتیجه تلاش‌های شما پیامدهای غیرمنتظره کمتری را در بر خواهد داشت. اگر برای جمع‌آوری اسناد بایگانی تا زمان ارائه خدمات صبر کنید، در همان حال نیز از زمان عقب خواهید ماند و انتظار می‌رود که در اسناد بایگانی شما نقاط تاریک مالی وجود داشته باشد. در نهایت، حسابداری صحیح و منظم، شرایط دسترسی و ارتباطاتی بهتری را برای مدیرعاملان در تعامل با سرمایه‌گذاران و وام‌دهندگان فراهم می‌سازد که در شرکت شما امری مهم خواهد بود.

مترجم: اشکان کوشش

تجارت کانابیس با خیل عظیمی از موانع مالی و حلقه‌های قانونی روبه‌روست که جهت دادن به آن‌ها غیرممکن است و در نهایت با توجه به هزینه‌های گزاف و پیامدهای درازمدت، می‌تواند شما را از تجارت خارج کند. در راستای روشن کردن عمق فاجعه، باید اشاره کرد که این صنعت خالی از هرگونه افراد موردتأیید حرفه‌ای در زمینه مالی مانند حسابداران مجاز و کتابداران است، که می‌توانند کمک بزرگی برای تسکین و همگام‌شدن با قوانین سخت و سخت‌وضع‌شده در زمان‌های پرخطر جرائم و مجازات فراهم آورند.

در این‌جا به چند نمونه از مصطلح‌ترین مشکلات مالی تجارت کانابیس در این روزها و اینکه چگونه می‌توان از قربانی شدن در این تجارت در امان بود، اشاره می‌کنیم.

سوء تعبیر و یا نادیده‌گرفتن

IRC Internal Revenue Code قسمت 280E

در این قسمت از دستورالعمل‌های درآمدهای مالیاتی، وابسته به قوانین مصوبه در مجلس ایالات متحده آمریکا (IRC)، بر اساس قانون ددرال مبنی بر مرتبه ۱ بودن (Substance I) مارچوانا (- mar juana)، شرکت‌های مربوطه از هر گونه کاهش هزینه‌های معمول تجاری منع شده‌اند. این دستورالعمل به شرکت‌هایی که در این زمینه فعالیت می‌کنند، تنها اجازه کسب از هزینه اقلام فروخته‌شده (Cost of Goods Sold) را می‌دهد، که در پی آن، میزان مالیات افزایش چشم‌گیری می‌یابد. در نتیجه شرکت‌ها باید بادقت و بدون نقض کدهای ۲۸۰E و IRC ۴۷۱، حد فاصل میان حساب‌های هزینه و دریافت را متعادل‌سازی کنند. در غیر این صورت، یک اشتباهی می‌تواند به مشکلی بسیار بزرگ تبدیل و به جریمه‌های سنگین و مجازات و یا حتی تعطیلی کامل عملیات منجر شود. بهترین راه برای سر و کله زدن با این قبیل دشواری‌ها در ادامه ارائه می‌شود:

• مدارک را با جمع‌آوری دقیق مستندات شامل رسیدها و راه‌های اشتراک‌گذاری، در صحت کامل و به‌روز نگهداری کنید.

• کاغذهای ماهیانه حسابداری را به طور دقیق نگهداری کنید.

• از حسابداری خیره و حرفه‌ای که توانایی محاسبه هزینه را داراست و دانش قابل‌توجهی راجع به قوانین موردتأیید حسابداری دارد استفاده کنید.

۸ عادت برای مدیریت موفقیت آمیز بحران

همسویی فروش و بازاریابی در توفان



مترجم: مریم امیری خواه

امروزه به نظر می‌رسد که هر شرکتی یا در میانه بحران گرفتار است یا عنقریب دچار گردباد بحران خواهد شد. بنابراین بحران دیر و زود دارد، اما سوخت و سوز ندارد، شکی نیست که هر شرکتی بحران را تجربه خواهد کرد، مهم این است که چه زمانی و چگونه به آن واکنش نشان خواهید داد. به علاوه بحران همسویی ظریف بین بخش‌های فروش و بازاریابی را نیز به بوته آزمایش خواهد گذاشت. بحران و اعتبار امروزه از قابلیت تعریف سازمان، سردرگم کردن طرفداران، ایجاد اختلال در ارزش سهام، سودآوری و پیشتازی سازمان در بازار برخوردار است. هیچ شرکتی از تندباد بحران در امان نیست. هر ماه یک برند ملی تاثیر بالقوه بحران را به نمایش می‌گذارد. در این بخش با ۸ مهارتی آشنا می‌شوید که باید قبل از روبه‌رو شدن با بحران خود را به آنها مجهز کنید تا از این گردباد بی‌امان به سلامت خارج شوید.

۱- از قبل برنامه‌ریزی کنید

یکی از بارزترین کارهایی که در هر سازمان می‌توان قبل از روبه‌رو شدن با بحران انجام داد، این است که گروه بحران را پیشاپیش انتخاب کنید. این گروه باید نماینده جنبه‌های مختلفی از عملکرد کسب و کارتان باشد. نمی‌توانید ۱۵ نفر را در گروه بحران جای دهید، چون این گروه باید تصمیم بگیرد و به سرعت نیز تصمیم بگیرد. از طرفی گروه بحران نباید آنقدر کوچک باشد که جنبه‌هایی از کسب و کار از دید آن پنهان ماند و نتواند کلیت موضوع را ببیند.

البته گروه بحران رویه‌های موجود در خصوص مسئولیت‌های سخت‌گو را تکمیل می‌کند. بسیار مهم است که فرهنگ و خط‌مشی‌های سازمان در ارتباط با فردی که با مردم صحبت می‌کند، قبل از وقوع بحران مشخص شود. اصول اساسی باید از ابتدا تعریف شود. مدت‌ها قبل از وقوع بحران باید حسن نیت خود در قبال اجتماع و خدماتی را که به آن انجام می‌دهید، در نظر بگیرید. این شعر معروف سعدی را یاد نبرید:

تو نیکی میکنی و در دجله انداز
که ایزد در بیابانت دهد باز
برای مثال مک دونالد برندی است که حسن نیت خود را از مدت‌ها قبل با انجام خدمات انسان‌دوستانه اثبات کرده بود. در سال ۱۹۹۲ در جریان شورش‌های لس‌آنجلس ۵۳ نفر جان باختند، ۲۵۰۰ نفر زخمی شدند و ۲ میلیارد دلار خسارت، شامل ویرانی ۱۲۰۰ ساختمان، وارد شد. رستوران‌های مک دونالد در قلب این تخریب واقع بودند، اما هیچ کدام آسیبی ندیدند. چون مک دونالد برندی بود که مردم مهم بودن آن را در جامعه خود باور کرده بودند.

۲- بحران را در زمان وقوع آن بشناسید

بحران در بسیاری از موارد بدون نشانه هشدار در شکل‌های گوناگون از هیات مدیره خودسر و متمرکز گرفته تا بلایای طبیعی، از وقایع غمبار جنایی تا فراخوانی محصول در سطح ملی رخ می‌دهد. بحران گاهی اوقات به صورت واقعاتی شروع می‌شود که قابلیت تبدیل شدن به یک بحران شدید را دارد. گاهی اوقات نیز بحران به صورت تمام عیار شروع می‌شود و هدف ما این است که از تبدیل شدن آن به یک فاجعه جلوگیری کنیم.

برخی معتقدند که آتش این بحران‌ها را دشمنان و رقبای باانگیزه شعله‌ور می‌کنند. این مخالفان بی‌رحم شرکت‌ها، گروه‌ها یا افرادی هستند که به نحوی مقابل شما قرار گرفته‌اند. اگر شما یک شرکت نفتی بزرگ باشید، شکی نیست که می‌توانید فعالان محیط زیست را در میان دشمنان باانگیزه خود پیدا کنید. این دشمنان گاهی قابل

انتظار و گاهی غیرقابل پیش‌بینی هستند. هر شرکتی می‌تواند دشمنان سرسخت خود را در بین رقبایش بیابد. ممکن است این رقبای آشنا یا قدیمی شما در بازار باشند یا مزاحمانی باشند که به تازگی وارد این صنعت شده‌اند. اگر مالک فروشگاه زنجیره‌ای یا کسب و کاری باشید که خواربار را به خانه‌ها تحویل می‌دهد و آمازون وارد حیطه فعالیت شما شود، بحران بازار فروش برای شما شروع خواهد شد. از این گذشته فراموش نکنید که بحران گاهی به صورت مثبت شروع می‌شود. ادغام و مالکیت می‌تواند آغازگر بحران باشد. گروه‌های مختلف بسته به اینکه در کدام طرف معامله قرار دارند و منافع‌شان در کجا قرار می‌گیرد، واکنش نشان می‌دهند.

۳- از همان ابتدای بحران ارتباطی منظم برقرار کنید

ارتباط برقرار کردن و اطلاع‌رسانی درباره بحران جزو ضروریات چند ساعت نخست پس از بحران است، البته سعی کنید در مراحل اولیه قول‌هایی ندهید که بعد نتوانید به آنها عمل کنید. با تمام سهامداران همدردی کنید و شرایط را به آنها توضیح دهید.

اجازه ندهید که خلا ایجاد شود. از یاد نبرید که عصر امروز عصر رسانه‌هایی است که به سرعت برق و باد خلایی را که شما به وجود آورده‌اید، پر خواهند کرد و اخبار جایگزین را قابل قبولی را که به نظرشان درست می‌آید و به روایت‌شان از این بحران جذابیت می‌دهد، به سمع و نظر مخاطبین خواهند رساند. در چنین شرایطی علاوه بر اطلاع‌رسانی صحیح باید اخبار اشتباه را نیز از ذهن مخاطبین پاک کنید. بحران اولیه غالباً بحرانی ناشی از اطلاع‌رسانی اشتباه را در پی دارد که نتیجه کوتاهی شما در خبررسانی و ارتباط با مخاطبین است. گاهی اوقات احساس اینکه اتفاق ناخوشایندی در حال وقوع است، به بحران دامن می‌زند. این باورها و تصورات اشتباه به واقعیتی تبدیل می‌شود که باید آن را مدیریت کنید. ارتباط برقرار نکردن پس از بحران زمینه را برای بروز بحران دیگری فراهم می‌کند.

مدت کوتاهی پس از وقوع بحران باید با مخاطبین خود ارتباط برقرار کنید و این ارتباط منظم را ادامه دهید. یکی از اهداف نهایی مدیریت بحران این است که بحران جنبه جنسی نداشته باشد و جذابیت خود را برای مخاطبین از دست بدهد. برای رسیدن به این هدف لازم است که واقعیت‌ها را هر چقدر هم که تلخ باشد، بیان کنید و اخبار مربوط به پیشرفت بحران را دائماً به‌روز کنید. کوتاهی در اطلاع‌رسانی یا بالعکس زیاده‌روی در آن عواقب ناخوشایندی را به دنبال دارد و حدس و گمانه‌های که در غیاب حقیقت و قبل از هر گونه اقدام زده می‌شود، می‌تواند به فاجعه منجر شود.

نکته‌ای درباره رسانه‌های اجتماعی

مدیریت بحران نیاز به کنترل و بازاریابی دارد، حال آنکه روال رسانه‌های اجتماعی کاملاً متفاوت با این پرمیز و خودداری است. مقابله با حجم، سرعت و سوم اطلاعات اشتباه در عرصه رسانه‌های اجتماعی بسیار دشوار است. چون حجم بالای از اطلاعات با سرعت زیاد منتشر می‌شود، ذهن‌ها را مسموم می‌کند و رسوایی را مقدم بر واقعیت جلوه می‌دهد، شرکت‌ها ظرف یک چشم به هم زدن خود را در میانه گرداب ناکامی گرفتار می‌بینند.

به علاوه پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و رفتارهای کاربران، به ویژه در میان کارکنان برند درگیر در حال تغییر است. مهم نیست که چه سهمی در سازمان دارید یا توثیق منتشرشده چقدر قدیمی است، این بحران برای شما به معنای از دست دادن کار، حرفه و اعتبار و آبروی‌تان خواهد بود. حال آنکه چنین سطح تشدید شده‌ای از حساسیت نسبت به بروز خطر در چند سال پیش وجود نداشت.

۴- همسو کردن پیام‌ها و تجهیز کارکنان

بحران با اتحاف از عملکردهای عادی همراه است و این بی‌نظمی و

پرشانی برای هیچ‌کس به اندازه مشتریانی شدید نیست که می‌خواهند از پرسنل خدمات مشتریان و فروش مستقیم جواب بگیرند.

راهکار معینی وجود ندارد که به وسیله آن بتوان فروشندگان را برای صحبت با مشتریان درباره بحران آماده کرد. اگر فروشندگان در پاسخ مشتریان به گفتن اینکه نمی‌توانند درباره بحران صحبت کنند، اکتفا کنند، مشکلات متعددی پیش خواهد آمد. از طرفی اگر اطلاعات بیش از حد یا بالعکس ناقص، یا از همه بدتر اشتباهی را در اختیار مشتریان قرار دهند، شرایط وخیم‌تر و پیچیده‌تر خواهد شد. برای آنکه بتوانید تمام کارکنان را با یکدیگر هم‌داستان کنید تا برای پاسخگویی به مشتریان آماده باشند به یک پیام برای عموم مشتریان و به یک پیام برای مهمترین مشتریان نیاز دارید. این پیام‌ها بیانه‌های عمومی گسترده‌ای است که حس اعتماد را در مشتریان القا می‌کند. چیزی به عنوان اسناد داخلی وجود ندارد که داخلی و محرمانه باقی بماند، به ویژه در دوران بحران محرمانه نگه داشتن اسناد بسیار مشکل است.

یک بیانیه یک صفحه‌ای کافی است و بهتر است، آن را به جای انتشار از دفتر مدیرعامل، توسط سرخ‌های فروش یا مدیران فروش توزیع کنید. به این ترتیب پیام با اتکا به روابط قابل اطمینان به طور مستقیم‌تر پخش می‌شود.

مضمون پیام باید این باشد که ما همواره اطلاعات جدید را به محض وصول در اختیارشان قرار می‌دهیم، چرا که روابطمان با مشتریان برای‌مان بسیار مهم و باارزش است.

۵- گوش شنوا داشته باشید

در محیطی که هرچند ساعت یکبار باید اخبار جدید را در اختیار جرایند قرار دهید، خود را با وضعیت بازار به روز کنید یا موقعیت دور از انتظار را پیش‌بینی کنید که حل کردن آنها ماه‌ها زمان می‌برد، شاید وسوسه شوید که به رابطه‌های یک‌سویه اکتفا کنید، اما چنین تصمیمی اعتماد را خدشه‌دار می‌سازد و کارایی مدیریت بحران را تضعیف می‌کند.

مشتریان باید احساس کنند که رابطه شما با ایشان دوطرفه است. این رابطه دوطرفه اعصاب آنها را آرام می‌کند و شرکت نیز متوجه سوالات بی‌پاسخی می‌شود که در ذهن مشتریان شکل گرفته است. آگاهی از این چشم‌انداز خارجی بسیار مفید است. مسلماً آنچه شما از داخل حس می‌کنید و می‌بینید، با آنچه مشتریان از خارج می‌بینند و حس می‌کنند، تفاوت دارد.

نظرات مشتریان را می‌توانید به صورت حضوری، از طریق مکالمه تلفنی، کانال‌های اطلاع‌رسانی، ایمیل یا رسانه‌های اجتماعی بشنوید. برای نمونه به مثالی از شرکت هواپیمایی Southwest توجه کنید. یکی از هواپیماهای این شرکت به تازگی مجبور شده بود که به دلیل از دست دادن یک موتور فرود اضطراری داشته باشد. همان طور که خلبانان با برج مراقبت در ارتباط بودند، تیم کارکشته رسانه‌های اجتماعی اطلاعات را همزمان از طریق رسانه‌های اجتماعی از مسافرتین دریافت می‌کرد. حال آنکه بسیاری از شرکت‌ها بررسی نظرات در رسانه‌های اجتماعی را به بعد موکول می‌کنند و حتی آن را لازم و حیاتی نمی‌دانند، اما واقعیت این است که گوش شنوا داشتن در دوران بحران بسیار مهم است.

صرف نظر از نوع ابزاری که استفاده می‌کنید، این نگرش‌تان است که اهمیت فراوانی دارد. چنانچه اطلاعات را صادقانه و به طور مستمر در اختیار مشتریان قرار دهید، روابطتان با آنها خدشه‌دار نخواهد شد. به علاوه مشتریان بهترین خط مستقیم برای سنجش و ارزیابی شیوه مدیریت بحران شما هستند. چنانچه تعداد قابل توجهی از توزیع‌کنندگان سوال یکسانی دارند، گروه بحران باید پاسخی را برای این پرسش مهم پیدا کند.

۶- آن چیزی را که کمکی به بهبود شرایط نمی‌کند، متوقف کنید

شرکت‌ها باید برای نشان دادن واکنش‌های مناسب آماده باشند. در این شرایط غالباً لازم است که بخش بازاریابی ابتکار عمل را در دوران بحران در دست بگیرد. آیا زمانی که شرکت‌تان نفت داخل دریا می‌ریزد، تبلیغ کردن برای شرکت را متوقف می‌کنید؟ آیا هنگامی که محصولات‌تان به مصرف‌کنندگان آسیب می‌زند، لحن کلام‌تان را در حساب‌های رسانه‌های اجتماعی از بی‌ادبانه به محترمانه تغییر می‌دهید؟ جواب هر دو سوال مثبت است.

غالباً توصیه می‌شود که بازاریابی را در میانه بحران متوقف کنید تا حساس به نظر برسید و همچنین منابع حیاتی را هدر ندهید. بحران مانند یک گردباد همه چیز را در سر راه خود می‌بلعد. حتی اگر بحران شرکت‌هایی، مانند بخش‌های صنعتی را که مستقیماً با مشتریان در ارتباط نیستند، هدف بگیرد، باز هم این فاجعه پیش می‌آید. بحران هر چیزی را که در سر راه آن قرار بگیرد، حتی اگر نقشی در بحران نداشته باشد، نابود می‌کند. نظارت دقیق بر موقعیت و برند موجب می‌شود که منابع به نحوی مسئولانه تخصیص داده شود. چنانچه هواپیمای‌تان را با دست خودتان نابود نکنید، عمر بحران کوتاه‌تر خواهد شد.

۷- پیش‌بینی‌سازی یادگیری

شرکت‌های قوی اجازه می‌دهند که بحران مانند یک کاتالیزور برای ایجاد تغییرات عملکردی مثبت عمل کند. رهبری ضعیف شکست شرکت و از هم پاشیدن آن را در پی خواهد داشت. برخی مدیران در مواجهه با بحران سعی می‌کنند که شتابزده و مستقیم به حالت عادی اولیه برگردند، اما بهترین شرکت‌ها می‌دانند که با سر بلند بیرون آمدن از این بحران، حالت نرمال و عادی جدیدی را شروع خواهند کرد. این مدیران مدبر سعی می‌کنند که از تجربیات خود درس بگیرند و از تکرار آنها و روبه‌رو شدن با پیامدهای شدیدتر جلوگیری کنند.

هدف یک شرکت در زمان بحران باید این باشد که کسب و کار را با حداکثر سرعت ممکن به حالت معمول برگرداند. مطمئناً در این راه باید هزینه کلانی را که برای آن برنامه‌ریزی نکرده‌اند، به کلاه شرکت‌های ارتباطی و بازرسان پرداخت کنند. این هزینه‌هایی است که بحران آنها را به شرکت تحمیل می‌کند، اما اگر به این هزینه‌ها به چشم شهریه کلاس‌های تجربه و درس از بحران نگاه کنید، نهایت بهره را از این آموزش خواهید برد.

۸- به دقت تشخیص دهید و به درستی عمل کنید

بحران‌ها غالباً به درستی تشخیص داده نمی‌شوند. بحران تقریباً همواره به صورت ناسازگاری و نه مشکلات ارتباطی پدیدار می‌شود. چون این موضوعات و مشکلات در رسانه‌ها فاش می‌شود، برخی رهبران بحران را به صورت مشکل ارتباطی تشخیص می‌دهند و برای حل چنین مشکلی دست به کار می‌شوند، اما لازم است بدانید که برای حل بحران‌ها باید تصمیمات عملکردی اتخاذ کنید و یک پانسمان سردستی کفایت نمی‌کند. شاید بیانیه‌ی غزایی ایراد کنید یا اخبار را به درستی منتشر کنید، اما این کارها کارخانه متلاشی شده را سرپا نمی‌کند یا نقض‌هایی را که منجر به فراخوانی محصول شده، اصلاح نمی‌کند. مدیریت بحران مجموعه‌ای از تصمیم‌های مستقیم است که شرکت برای تعدیل تاثیر و عوارض گسترده‌تر وقایع پیش رو اتخاذ می‌کند. این تصمیمات فقط به ارتباط مربوط نمی‌شود. مدیریت بحران معطوف به ایجاد فرصتی است که شرکت را بهتر و روابط با مشتریان مهم را قوی‌تر می‌کند، عملکرد را بهبود می‌دهد و حتی همسویی و وابستگی‌های مثبت بین فروش و بازاریابی را استحکام می‌بخشد تا به این ترتیب آینده روشن‌تری برای سازمان رقم زده شود.

منبع: forbes

مشکلات زیست محیطی شهر کها و نواحی صنعتی استان ایلام رفع می شود

ایلام- هدی منصوری: مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی ایلام در دیدار با مدیرکل جدید حفاظت محیط زیست استان گفت: مشکلات زیست محیطی واحدهای تولیدی مستقر در شهرکها و نواحی صنعتی از جمله مشکلات تصفیه خانه، پسماند و سیلاب، ارائه راهکارهای مناسب در خصوص واحدهای آلاینده، اجرای قانون هوای پاک و ارزیابی محیط زیستی و تغییر کاربری بررسی و رفع می شود. وی بیان اینکه طبیعت و محیط زیست، موهبتی خدادادی است و آلودگی محیط زیست بر کیفیت و چرخه طبیعی اثر می گذارد و بی آلودگی زیان باری را در بر خود دارد، افزود: متأسفانه تفکری وجود دارد که صنعت را در مقابل منابع طبیعی قرار می دهد در حالیکه چنین نیست، صنعت سبز و تولید پاک به همه نشان داده که این دو در کنار هم هستند نه در مقابل یکدیگر. دارایی ادامه داد: سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران به عنوان متولی صنایع کوچک و شهرک ها و نواحی صنعتی در کشور با تعریف جایگاه حقوقی در ساختار سازمانی خود، احداث تصفیه خانه های فاضلاب، توسعه فضای سبز و انجام مطالعات زیست محیطی اهتمام ویژه خود را بر حفظ منابع طبیعی قرار داده است. وی با اشاره به رویکرد حفظ محیط زیست و کمک به کاهش آلودگی های زیست محیطی در شرکت شهرکهای صنعتی ایلام، افزود: در راستای افزایش و ارتقاء سطح زیست محیطی شهرک های صنعتی استان، مدیریت HSEE بهداشت و محیط زیست این شرکت طبق برنامه ریزی های انجام شده، حضور میدانی و بازدیدهای دوره ای از واحدهای تولیدی مستقر در شهرکها و نواحی صنعتی را در دستور کار دارد.

از ابتدای پیروزی انقلاب تاکنون؛

تعداد کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی ۱۲ برابر افزایش یافته است

اراک - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی از افزایش ۱۲ برابری کتابخانه‌های عمومی استان از ابتدای پیروزی انقلاب تاکنون خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی، حجت‌الاسلام عباس دانشی در نشست خبری با اصحاب رسانه با اشاره به اهمیت کتاب و کتابخوانی، اظهار داشت: اصحاب رسانه به عنوان کتاب‌پاران تلاش می‌کنند که میزان مطالعه افزایش و فرهنگ کتاب‌خوانی گسترش پیدا کند. وی با اشاره به برگزاری جشنواره کتاب‌خوانی رضوی، گفت: امسال ۱۴ هزار نفر در جشنواره کتابخوانی رضوی شرکت کردند که در مقایسه با سال گذشته رشد ۳۳ درصدی داشته و در بخش نقاشی کودک دو هزار و ۵۰۰ نفر کودک، یک هزار و ۹۴۰ نفر در بخش نوجوان و پنج هزار و ۲۰۰ نفر بزرگسال شرکت کردند و علاوه بر بخش منکوب در فضای مجازی ما سه هزار و ۷۰۰ شرکت کننده داشتیم. وی بیان کرد: از این جمع ۱۵ نفر به عنوان برگزیده وجود داشت که جوایز خود را در آیین اختتامیه دریافت کردند و ۲۴ نفر هم شایسته تقدیر بودند که در مراسمی که با حضور نماینده ولی فقیه برگزار شد از آنان تقدیر به عمل آمد. وی در بخش دیگری از سخنان خود افزود: در سال ۱۳۵۷ از استان مرکزی هفت کتابخانه در شهرهای اراک، آشتیان، تفرش، خمین، دلپجان و ساوه و محلات داشتیم که در سال ۱۳۷۷ به ۲۸ کتابخانه و در سال ۱۳۹۷ به ۸۳ کتابخانه رسیده که شامل ۷۳ کتابخانه نهادی و ۱۰ کتابخانه مشکاتی است. دانشی خاطر نشان کرد: در تطبیق آمار کتابخانه‌ها بین سال ۱۳۵۷ و ۱۳۹۷ در استان مرکزی ۱۲ برابر در تعداد کتابخانه‌های عمومی رشد داشته‌ایم، لازم به ذکر است که تعداد کتابخانه‌های استان با کتابخانه دانشگاهها و حوزه علمیه و بقیه موارد بسیار بیشتر از این تعداد می‌شود که این نشان دهنده رشد بی‌سابقه کتابخانه‌ها در ۴۰ سال حیات انقلاب اسلامی بوده که یکی از افتخارات فرهنگی نظام جمهوری اسلامی است. دانشی بیان کرد: ۵۱ هزار نفر در کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی عضو هستند که ۲۰ هزار نفر آن مردان و ۳۰ هزار و ۶۳۷ نفر آن را بانوان تشکیل می‌دهند که از این مجموع ۲۰ هزار نفر کودکان عضو کتابخانه‌ها هستند، تعداد مراجعین ما در ماه گذشته ۸۰ هزار نفر بوده که علاوه بر مطالعه در داخل خود کتابخانه، حدود ۵۰ هزار کتاب را به امانت گرفتند.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری :

سوخت پروازی زائران بیت الله الحرام به موقع تحویل شد

ساری - دهقان : مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : با تلاش شبانه روزی کارکنان مرکز سوختگیری هواپیمایی منطقه ساری ، عملیات سوخت رسانی به ناوگان هوایی زائرین مکه معظمه انجام شد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی ، حسینعلی طالبی مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری ، بیان کرد : سوخت رسانی به ناوگان هوایی فرودگاه بین المللی شوش نامز ساری به منظور اعزام زائرین به مکه معظمه به صورت شبانه روزی و با پشتیبانی فنی، تدارکاتی و لجستیکی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری به بهترین نحوه ممکن انجام شد و در مجموع با ۲۴ پرواز رفت و برگشت به پایان رسید. طالبی اظهار کرد : تعداد پروازهای حجاج در مرحله رفت به مقصد مدینه با ۱۲ پرواز انجام شد. وی ادامه داد : بر اساس برنامه های پیش بینی شده ۱۲ پرواز در مرحله برگشت ، حجاج را از مدینه به ساری بازمی گردانند. حسینعلی طالبی از روند سوخت رسانی ایمن به پروازها در فرودگاه بین المللی ساری ابراز خرسندی نموده و از زحمات مسئولین و کلیه کارکنان مرکز سوختگیری هواپیمایی تقدیر کرد.

سفر استاندار تهران به اسلامشهر برای بازدید از شهرکها و شرکت های صنعتی

اسلامشهر- خبرنگار فرصت امروز: استاندار تهران در دومین دور سفرهای شهرستانی به منظور بررسی وضعیت صنایع و سرمایه گذاری و رسیدگی به مشکلات تولیدکنندگان به اسلامشهر سفر کرد. استاندار تهران به همراه مدیران استانی برای بررسی مسائل و مشکلات صنعتی و اقتصادی اسلامشهر وارد این شهرستان شد . بررسی مسائل مربوط به صنایع ، واحدهای تولیدی اقتصادی و سرمایه گذاری از موضوعات مورد نظر در سفر امروز مسولان استانی در این شهرستان است. استاندار تهران در این سفر با حضور در احمد آباد مستوفی از شهرک ۹۰ هکتاری صنایع چوب ایران در این بخش بازدید کرد. در این شهرک واحدهای تولیدکننده قطعات مختلف چوبی و سطوح پوشش کابینت فعال است. مسئولان شهرک بهسازی صنایع چوب ایران بدنبال اخذ مجوزهای لازم برای راه اندازی فازهای بعدی آن هستند که در آن صورت اشتغال قابل توجهی در این شهرک ایجاد خواهد شد.

آغاز عملیات اجرایی گازرسانی به شهرهای نوسود و نودشه

کرمانشاه- منیر دشتی: در مراسمی با حضور مهندس آستانه، مشاور وزیر نفت، دکتر نادری نماینده مردم اورامانات در مجلس شورای اسلامی ، مهندس شهبازی، مدیرعامل شرکت گاز استان کرمانشاه و جمعی دیگر از مسئولین و مردم کلنگ آغاز عملیات اجرایی گازرسانی به شهرهای نوسود و نودشه در روز چهارشنبه ۱۴ شهریورماه جاری، بر زمین زده شد. مدیرعامل شرکت گاز استان کرمانشاه در تشریح مشخصات این پروژه گازرسانی اظهار کرد: به منظور گازرسانی به شهرهای نوسود و نودشه ۵۶ کیلومتر خط انتقال گاز از شهر پلوه تا ورودی این شهرها اجرا می شود. مهندس شهبازی افزود: در داخل این دو شهر نیز مجموعاً ۲۶ کیلومتر شبکه گذاری گاز به انجام خواهد رسید. وی میزان اعتبار پروژه گازرسانی به شهرهای نوسود و نودشه را ۲۵۰ میلیارد ریال عنوان کرد و گفت: با اجرای این پروژه گازرسانی که از مطالبات مهم مردم این منطقه بود، ۲ هزار و ۵۰۰ خانوار ساکن در این دو شهر و روستاهای اطراف از گاز طبیعی بهره مند خواهند شد. مدیرعامل شرکت گاز استان کرمانشاه مدت زمان پیش بینی شده برای این پروژه گازرسانی را ۱۸ ماه عنوان کرد و بر تلاش و اهتمام مجموعه شرکت گاز استان بر اجرای این پروژه در زمان بندی مقرر تأکید کرد.

مشوقهای ویژه برای جذب سرمایه گذاران در ناحیه صنعتی نیکوبه

قزوین- خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت شهرکهای صنعتی قزوین گفت: زیر ساخت ها در ناحیه صنعتی نیکوبه می باشد و اراضی صنعتی در حال واگذاری به سرمایه گذاران می باشد و متقاضیان سرمایه گذار می توانند با استقرار در ناحیه صنعتی نیکوبه از ۱۳ سال معافیت مالیاتی و تسهیلات ارزان قیمت سامانه کارآ استفاده کنند بنا بر گزارش روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی استان قزوین «حمید رضا خانیپور» در بازدید از ناحیه صنعتی نیکوبه بهاره بهمین طاهرخانی نماینده مردم شریف تاکستان در مجلس شورای اسلامی اظهار است: در راستای حمایت از متقاضیان سرمایه گذاری و ایجاد انگیزه و ترغیب جهت استقرار در ناحیه صنعتی نیکوبه به منظور تسهیل ظرفیت پرداخت ۵۰ درصد از عوامل نقدی حقوق انتفاع و اقساط بلند مدت مابقی عوامل غیر نقدی سرمایه گذاری کنند. خانیپور از اعلام آمادگی این شرکت جهت نشست با حضور مسئولین و سرمایه گذاران محلی و بومی در خصوص فعال سازی این ناحیه صنعتی خبر داد و افزود: نزدیک به آزاد راه قزوین - رشت ، وجود نیروی انسانی جوان و آماده به کار در جوار ناحیه صنعتی نیکوبه را مهمترین مزیت این ناحیه صنعتی خواند. در ادامه این بازدید «بهمین طاهرخانی» نماینده مردم تاکستان در مجلس شورای اسلامی از حمایتهای نمایندگان مجلس برای حضور سرمایه گذاران داخلی و خارجی در استان و ارائه تسهیلات با بهره پایین به سرمایه گذارانی که در مناطق کمتر توسعه یافته حضور یافته خبر داد اعلام کرد تمامی زیرساخت با حمایت شرکت شهرکهای صنعتی آماده شد و باید همه کمک کنند تا سرمایه گذار جذب شود. وی تصریح کرد: نقش مسئولین محلی و بومی برای ترغیب و جذب سرمایه گذار و تشویق مردم و جلوگیری از مهاجرت جوانان از روستاها به شهر را مهم برشمرد. ناحیه صنعتی نیکوبه با مساحت ۷۸ هکتار دارای امکاناتی از قبیل راه دسترسی، آب ، برق، روشنایی و... می باشد که بالغ بر ۲۵ میلیارد ریال برای شهرک سازی سرمایه گذاری شده است و هم اکنون اراضی این ناحیه صنعتی در حال واگذاری به متقاضیان سرمایه گذاری و کارآفرینان علاقتمندی می باشد.

دستور العمل عملیات زمستانی شهرداری رشت با برنامه ریزی به موقع به واحد های تابعه شهرداری ابلاغ شد

رشت- زینب قلیپور: علی بهارمست سرپرست شهرداری رشت به اتفاق فاطمه شیرزاد رئیس کمیسیون بهداشت، محیط زیست و خدمات شهری شورای اسلامی شهر رشت و جمعی از مدیران شهرداری از روند احداث درمانگاه هموفیلی واقع در محله خانه خله رشت بازدید کردند. در جریان این بازدید مهندس علی بهارمست، سرپرست شهرداری رشت اظهار داشت: ظرف چند روز آینده ۵۵ میلیون تومان برای تسریع در روند احداث این درمانگاه به پیمانکار پروژه پرداخت خواهد شد. وی تصریح کرد: به تدریج در بازه های زمانی مختلف مبلغ مورد نیاز به پیمانکار پروژه پرداخت خواهد شد. فاطمه شیرزاد رئیس کمیسیون بهداشت، محیط زیست و خدمات شهری شورای اسلامی شهر رشت نیز در این بازدید به تسریع در روند احداث پروژه درمانگاه هموفیلی تأکید کرد. وی با بیان اینکه توقف در احداث درمانگاه هموفیلی به هیچ عنوان قابل قبول نیست بیان داشت: این درمانگاه باید در دو ماه گذشته به بهره برداری می رسید و این زمینه گوناگونی شایسته بهداشت و محیط زیست شهرداری رشت در انتها تأکید کرد: درمانگاه هموفیلان هموفیلی ظرف ۲۰ روز آینده تکمیل و به بهره برداری برسد. گفتنی است دومین درمانگاه تخصصی بیماران هموفیلی کشور با مشارکت شهرداری رشت و دانشگاه علوم پزشکی گیلان در محله خانه خله رشت در حال احداث است.

نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی:

عزاداری ها مسجد محور و با اولویت مفاهیم قرآنی و احکام شرعی باشد

استان از روحانیت خواست در مواجه با مسائل جناحی و فرا جناحی هم رفتاری جانبدارانه نداشته باشند. امام جمعه تبریز افزود: نه به اختلافات خودی ها دامن زنید و نه غیر خودی ها ارتباط های غیر متعارف داشته باشند. حجت الاسلام والمسلمین آل هاشم با تأکید بر اینکه تلاش و همت روحانیت باید بر محور قرار دادن عزاداری های حسینی با محوریت مسجد باشد، تصریح کرد: فقط به برگزاری مراسم های عزاداری تا سوم امام اکتفا نکنید و تا پایان محرم و صفر برای تبیین اهداف امام حسین علیه السلام برنامه داشته باشید. وی توجه به مسائل سیاسی و اجتماعی و تأکید بر منویات امام راحل و رهبر معظم انقلاب را در سخنرانی های این ایام حائز اهمیت دانست. امام جمعه تبریز پرهیز از خرافه گرایی و تأکید بر عزاداری های بی پیرایه سنتی مورد توجه قرار داد و گفت: مواظب باشیم این خرافه گرایی ها که به عزاداری ها تزریق میکنند با منطق و مستدل جواب داده شود. نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی خاطرنشان کرد: تبریز در برگزاری عزاداری های سنتی و برنامه های مذهبی بی پیرایه سرآمد دیگر شهرها است. حجت الاسلام والمسلمین آل هاشم در پایان افزود: عزاداری های سنتی را با حضور جوانان و نوجوانان رونق دهیم.



مسائل آرمانی که دست نیافتنی است، گفت: با توجه به مسائل روز و مشکلات اقتصادی، اجتماعی و اشتغال و ازدواج جوانان به سوالات مردم پاسخ های منطقی و مستدل ارائه کنید. نماینده ولی فقیه در

تبریز - اسد فلاح: نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز گفت: برنامه های تبلیغی ایام محرم باید با محوریت مساجد و با اولویت مفاهیم قرآنی و احکام شرعی انجام گیرد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی دفتر نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی، حجت الاسلام والمسلمین سید محمدعلی آل هاشم در همایش بزرگ طلایه داران تبلیغ با بیان اینکه ایام محرم فرصت طلایی برای تبیین اهداف و آموزه های نهضت سرخ عاشورا است، گفت: مبلغان دینی و روحانیت که در ایام محرم مأموریت حساس و خطیر تبلیغ و تبیین فرهنگ عاشورا را دارند باید در صحبت های خود از مفاهیم قرآنی و تشویق به فهم و تدبر در آن مورد توجه ویژه داشته باشند. امام جمعه تبریز با ابراز تأسف از مطرح نشدن احکام شرعی سخنرانی های تبلیغی افزود: روحانین توجه داشته باشند ابتدای سخنرانی ها را به بیان مسائل شرعی و احکام دین اختصاص دهند. وی با تأکید بر تشکیل جلسات فردی و اجتماعی در راستای افزایش وحدت و صمیمیت با مسئولان مساجد گفت: مبلغان ماه محرم با مردم خودمانی صحبت کنند و ارتباط های صمیمی در مسیر واقعیت ها گام بردارند. حجت الاسلام والمسلمین آل هاشم با بیان اینکه روحانیت باید با اجتناب از بیان

کسب رتبه برتر بیشترین میزان رشد در جشنواره شهید رجایی توسط برق تبریز

در انتخاب مدیران اختصاص دارد. در محور دولت الکترونیک و هوشمندسازی در زمینه راه اندازی سامانه مایکروسافت شیرپونیت، کاهش آلایندهای زیست محیطی، استقرار میز خدمت الکترونیکی، تسهیل رسیدگی به درخواستهای مشتریان پرداخته است. در محور بهبود فضای کسب و کار، در هوشمندسازی تأسیسات ساختمان های شرکت و کاهش مصرف انرژی، الکترونیکی نمودن فرآیندهای شرکت و تسهیل صدور مجوز های لازم به کارآفرینان انجام شده است . محور استقرار نظام جامع مدیریت عملکرد، ارزیابی عملکرد مدیران و کارکنان به صورت الکترونیکی، تحلیل عملکرد سازمان در تمام حوزه ها، برگزاری مستمر و منظم جلسات کمیسیون توسعه مدیریت و کمیته های پنج گانه در دستور کار قرار گرفته است. محور ارتقا سلامت اداری، مسئولیت پذیری و پاسخگویی، احصاء گلوگاه های فسادخیز و بازرسی مستمر، اجرای منشور حقوق شهروندی، زیرساخت های مناسب جهت استفاده معلولین و جانبازان و توسعه و ترویج فرهنگ اقامه نماز اجرا می شود. در محور شاخص های اختصاصی شرکت توزیع نیروی برق تبریز در زمینه کاهش مدت زمان خاموشی مشتریان به میزان ۰،۱۲، دقیق به ازای هر مشترک و افزایش میزان استقرار سیستم اطلاعات جغرافیایی به میزان ۸۰ درصد پرداخته است.



با شاخص های تجزیه و تحلیل مشاغل، متناسب سازی شرایط شغلی، ایجاد سیستم اطلاعات منابع انسانی، اجرای برنامه های آموزشی و توانمندسازی منابع انسانی و همچنین شایسته سالاری

تبریز- ماهان فلاح: شرکت توزیع نیروی برق تبریز در جشنواره شهید رجایی رتبه برتر از جهت بیشترین میزان رشد نسبت به سال گذشته را در میان دستگاه های منتخب استان آذربایجان شرقی کسب کرد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز با اشاره به کسب رتبه برتر این شرکت در جشنواره شهید رجایی گفت: این شرکت دستاورد های خود را در راستای تحقق برنامه جامع اصلاح نظام اداری در قالب جشنواره شهید رجایی ارائه نموده است. عادل کاظمی در رابطه با این جشنواره اظهار کرد: ارزیابی عملکرد سال ۹۶ حول ۷ محور عمومی و ۵ شاخص اختصاصی محور برق برگزار و شرکت توزیع نیروی برق تبریز موفق به کسب عنوان برتر بیشترین میزان رشد در نتایج شاخص ها نسبت به سال گذشته شد. کاظمی در تشریح محورهای برگزاری جشنواره شهید رجایی گفت: این جشنواره در محورهای اصلاح ساختار سازمانی، محور دولت الکترونیک و هوشمند سازی اداری، مدیریت سرمایه انسانی، شفافیت و مدیریت مالی، محور بهبود فضای کسب و کار، ارتقا سلامت اداری، مسئولیت پذیری و پاسخگویی، محور استقرار نظام جامع مدیریت عملکرد و محور شاخص های اختصاصی برگزار شد. در محور مدیریت منابع انسانی

امضاء تفاهم نامه همکاری فی مابین استانداری قم و دانشگاه فنی و حرفه ای کشور

ای ، ایجاد رشته های تحصیلی بر اساس نیازهای منطقه و همسو با صنایع استان و برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت فنی و مهارتی به منظور ارتقاء توان علمی دانشجویان، اساتید و سازمان های دولتی استان قم از محورهای این تفاهم نامه دو جانبه می باشد. این تفاهم نامه که مشتمل بر ۶ ماده است به امضاء سید مهدی صادقی استاندار قم و ابراهیم صالحی عمران رئیس دانشگاه فنی و حرفه ای کشور رسیده است و طرفین طی مدت یک سال هر یک مبلغ ۱۳ میلیارد ریال جهت انجام مواد این تفاهم نامه اعتبار تخصیص خواهند داد.



و حرفه ای و به روز آوری سرفصل های آموزشی، راه اندازی، توسعه و تجهیز آزمایشگاه ها و کارگاه های فنی و حرفه

قم - خبرنگار فرصت امروز: استاندار قم و رئیس دانشگاه فنی و حرفه ای کشور برای توسعه مهارت های فنی و حرفه ای و توسعه کمتی و کیفی دانشکده ها و آموزشکده های فنی و حرفه ای استان تفاهم نامه همکاری امضاء کردند. به گزارش روابط عمومی استانداری قم، توسعه مهارت های فنی و حرفه ای در استان ، توسعه کمتی و کیفی دانشکده ها و آموزشکده های فنی و حرفه ای استان، فراهم نمودن بستر لازم جهت اشتغال جوانان با توجه به ظرفیت های موجود در استان، ایجاد و راه اندازی بانک اطلاعاتی موجود در زمینه مهارت های فنی و حرفه ای، ایجاد و بازبینی رشته های فنی

صلح و سازش بین ۲ خانوار پس از ۸ سال در رامهرمز

معرفی و دستگیری می شود. وی افزود: در طول این ۸ سال بزرگان ، خیرین و معتمدین زیادی برای حل و فصل بین این ۲ خانوار وساطت نمودند ولی از این وساطتها نتیجه ی حاصل نشد. زبیدی نیا در ادامه اظهار داشت : با راجع برونده اختلاف این ۲ خانوار به شنبه ۲۱۰ شورای حل اختلاف ویژه عشایر ، بلافاصله اعضاء خدمت این شعبه به این موضوع ورود کردند و بعد از چندین نشست و تشکیل جلسات متعددی با طرفین متخاصم اولیاء برق و وساطت دبیر شعب و اعضاء شعبه ۲۱۰ شورای حل اختلاف ویژه عشایر برای حل و فصل بین آنها را می پذیرند.



اختلاف و درگیری رخ می دهد که در این درگیری یک نفر به قتل می رسد و قاتل بعد از مدتی به نیروهای امنیتی رامهرمز

اهواز - شنبین قجاوند: رئیس شوراهای حل اختلاف خوزستان خبر داد: ۲ خانوار در رامهرمز با وساطت و تلاش خستگی ناپذیر دبیر شعب و اعضاء شعبه ۲۱۰ شورای حل اختلاف ویژه عشایر بعد از ۸ سال اختلاف با هم صلح و سازش کردند. به گزارش روابط عمومی شوراهای حل اختلاف استان خوزستان عبدالعباس زبیدی نیا معاون قضایی و رئیس شوراهای حل اختلاف خوزستان با اعلام این خبر گفت: ۸ سال پیش متأسفانه بین ۲ خانوار از یک طایفه در شهرستان رامهرمز

معاون بهره برداری آبفای هرمزگان خبر داد:

راه اندازی پکیج تصفیه فاضلاب بهداشتی در بوستان های بندرعباس

جهت تصفیه در اختیار شهرداری قرار می گیرد. به گفته ی امیریان نژاد، کیفیت پساب خروجی این دستگاه تصفیه فاضلاب در حد استانداردهای آبیاری فضای سبز (استاندارد US EPA) است که مورد تأیید سازمان حفاظت از محیط زیست کشور نیز می باشد. وی افزود: ظرفیت آب تولیدی این دستگاه ۵۰ متر مکعب در شبانه روز است. وی همچنین اضافه کرد: تصفیه فاضلاب در این دستگاه به روش سیستم بیولوژیکی به روش لجن فعال و با استفاده از هوادهی عمقی (MBBR) است. همچنین کاربرد این پکیج تصفیه شامل تصفیه انواع فاضلاب های بهداشتی نظیر فاضلاب مجتمع ها و ویلاهای مسکونی، ساختمان های اداری، هتل ها و مراکز اقامتی، رستوران ها، کارخانجات، کارگاه ها، مجتمع های تفریحی و... است.



وی اضافه کرد: برای تأمین آب مورد نیاز فضای سبز این بوستان، بخشی از فاضلاب مسکن مهر و محلات پیرامون بلوار راه آهن

به منظور برخورداری شهروندان از آب شرب بهداشتی :

۷۰۰۰ متر خط انتقال و شبکه توزیع در سرخورد در حال احداث است

فیزیکی در دستور کار قرار دارد، که تا کنون پیمانکار انتخاب و فیلتر ها ساخته و نصب شدند. مهندس زردان پناه به بهسازی و مهندسی مجدد چاه با هدف افزایش توان تأمین به میزان ۱۵ لیتر در ثانیه اشاره و تصریح کرد: در مرحله انتخاب پیمانکار قرار داریم. وی، ادامه داد: با هدف تعادل فشار در شبکه توزیع و تأمین آب و فشار مورد نیاز در ساعات پیک مصرف، احداث دو باب منبع هوایی به حجم ۱۰۰۰ متر مکعب با ۱۵ درصد پیشرفت فیزیکی در دستور کار قرار دارد که تا کنون زمین مناسب تهیه شد و در مرحله تهیه برآورد قرار دارد. معاون مهندسی توسعه آب وفاضلاب شهری مازندران ، از برگزاری مناقصه خرید دیزل ژنراتور با هدف اجرای طرح پدافند غیر عامل و تأمین آب در مواقع بروز بحران و قطع برق ، خبر داد و گفت: برای اجرای این پروژه ها ۳۰ میلیارد ریال اعتبار پیش بینی شد.



اشاره و تصریح کرد: با هدف ارتقای کیفی آب استحصالی از چاه ها، نصب یک واحد پکیج ارتقای کیفی آب با ۷۰ درصد پیشرفت

ساری - دهقان : معاون مهندسی توسعه آب وفاضلاب شهری مازندران ، گفت: به منظور تحت پوشش قراردادن مناطق شهری واقع در حوزه تحت پوشش شرکت و برخورداری شهروندان از آب شرب بهداشتی، احداث ۷۰۰۰ متر خط انتقال و شبکه توزیع در سرخورد در حال انجام است. مهندس زردان پناه با اعلام خبر بالا، افزود: تاکنون ۳۰۰۰ متر از این طرح اجرا شد و باقیمانده طرح شامل خرید لوله در حال پیگیری است. وی، ضمن اشاره به اینکه با هدف انتقال آب ازچاهها به مخزن ذخیره و از ایستگاه پمپاژ به شبکه توزیع، احداث ۲۵۰۰ متر خط انتقال در مرحله تهیه برآورد اسناد قرار دارد، تصریح کرد: برای اجرای پروژه های آبرسانی در سرخورد ۲ میلیارد ریال اعتبار پیش بینی شد. معاون مهندسی توسعه آب وفاضلاب شهری مازندران ، به طرحهای آبرسانی در محمودآباد

قدرت و تأثیر بازخورد منفی در کارمندان

مترجم: اشکان کوشش

مطمئن هستیم که اکثر شما این را شنیده‌اید که، بهترین آموزگار شما آخرین اشتباه شماست. شکست خوردن روش بسیار مهمی برای یادگیری و پیشرفت است، اما اکثر مدیران از دادن بازخوردهای منفی هراس و اکثر کارمندان نیز از شنیدن آنها نفرت دارند. گرچه ممکن است بسیار سخت باشد، اما تنها راهی که کارمندان شما می‌توانند در محیط شرکت آموزش ببینند و پیشرفت کنند، این است که بدانند چه حیطه‌هایی از کار نیازمند بهبود است. در واقع اهمیت بازخورد منفی در جهت رشد و پیشرفت، اصلی مهم و اساسی است. هر نوع بازخوردی می‌تواند مؤثر باشد و طبیعتاً از عدم‌وجود هرگونه بازخورد به طور کامل بهتر است. ارائه‌ندادن این بازخوردها به طور مداوم، به این معناست که احتمالاً تنها چهار نفر از ۱۰ نفر کارمند شرکت همواره بازده مناسبی خواهند داشت. بنابراین چرا مدیران در ارائه بازخوردها در قدم اول، با سختی مواجه می‌شوند؟ علت اصلی مربوط به چگونگی اعلام این بازخوردهاست و عموماً به عنوان یک فرصت برای اصلاح جهت‌دار به کار گرفته نمی‌شود؛ در این شرایط افراد حالت تدافعی پیدا می‌کنند و در نتیجه از هرگونه پیشرفت باز می‌مانند.

همه به کمی برخورد سخت نیاز دارند و ارائه صحیح آن می‌تواند کارمندان را بیشتر به فعالیت وادارد. حال از کجا باید شروع کرد؟ یک منبع عالی، کتاب مدیر یک‌دقیقه‌ای (The One Minute Manager)، نوشته دکتر کن بلاچارد (Ken Blanchard) و اسپنسر جانسون (Spencer Johnson) است. در این کتاب، قسمت بسیار مهمی راجع به انتقاد یک‌دقیقه‌ای وجود دارد که در آن نکاتی کلیدی در جهت ارائه موفق بازخورد منفی بیان می‌شود.

مراحلی که در این کتاب بیان شده‌اند، به این ترتیب هستند:

- ساعت‌ها و حتی روزها برای ارائه انتقادها صبر نکنید و در اسرع وقت آنها را یا کارمندان در میان بگذارید.

- در اشاره به اشتباهی که کارمندان مرتکب شده‌اند، مستقیم و رک باشید.

• فراموش نکنید که کارمندان باید بتوانند احساس خود را نسبت به اشتباهی که انجام داده‌اند، در میان بگذارند. کاملاً قابل‌قبول است که چندین دقیقه در سکوت سپری شود.

• بگذارید احساس شما را در این زمینه حس کنند. زمانی که انتقاد کردن به اتمام می‌رسد، کل ماجرا به پایان رسیده است. این مطلب را نباید دوباره به میان آورد. ریسورس‌فول منیجر (Resourceful Manager) همچنین اطلاعات و آمارهایی را در قالب نمودار مشخص کرده است که به ارائه انتقادات منفی در جهت تشویق و بهبود عملکرد کارمندان کمک می‌کند.

به تعدادی از این آمارهای جالب اشاره می‌کنیم:

- تعداد کارمندان فعال مدیرانی که به کارمندان خود بازخورد می‌دهند، ۳۰درصد بیشتر است.

- ۷۴درصد از کارمندان از بازخوردهایی که می‌شنوند متعجب نمی‌شوند.

- ۵۷درصد از کارمندان از بازخوردهای منفی/سازنده استقبال می‌کنند.

- ۹۰درصد کارمندان نسل هزاره خواهند بازخورد مکرر و صادقانه هستند.

مدرسه مدیریت

رئیسان جهنمی این‌گونه به ۶ کار آفرین کمک کردند تا کسب‌وکار خود را رشد دهند

مترجم: علی اکبری

گاهی اوقات در دنیای کسب‌وکار باارزش‌ترین درس‌ها را باید از بدترین معلمان آموخت. ما از شش کارآفرین پرسیدیم، بهترین چیزی که از یک رئیس بد آموختید، چه بوده است؟

۱- مشارکت عمومی

«یکی از رئیسان اسبق، به‌شدت رویکرد سلسله‌مراتبی داشت و از همکاری و مشارکت پشتیبانی نمی‌کرد. همه افراد مستقیماً به خود او گزارش می‌دادند و جلسات درون‌دپارتمانی کاملاً ممنوع بود. این بدان معنا بود که تنها رئیس‌مان به نمایه کلی دسترسی داشت و ما فرصت‌های موجود برای همکاری و مشارکت را از دست می‌دادیم. امروزه یکی از اولویت‌های اساسی شرکت‌مان برگزاری جلسات تیمی مرتب است، که این جلسات میزان هماهنگی و مشارکت اعضای تیم را افزایش داده و برهم‌کنش‌های روزمره را بهبود می‌بخشد.» - ملیسا بیگز بردلی، موسس و مدیرعامل شرکت Indagare

۲- آسیب‌پذیر باشید

«از بروز احساسات خود واهمه نداشته باشید! من در شرکت مک‌کینزی برای کسی کار می‌کردم که شخصیت فوق‌العاده‌ای داشت اما به واقع مدیری افتضاح بود چرا که احساساتش را سرکوب می‌کرد. بعد از شکست در یکی از جلسات با مشتریان، دیگر تیم از موقعیت خود هیچ اطلاعی نداشت. این اتفاق پر از کشمکش، تعجب‌آور و ناامیدکننده بود. نشان دادن احساسات می‌تواند به بروز احساس از طرف دیگر اعضای تیم کمک کرده و در نهایت به ایجاد اعتماد منتج شود و به کارمندان ثابت کند که تنها نیستند. این رویه نسبت به خوُسرد بودن پیام واضح‌تری را مخابره می‌کند.» - لئو وانگ، موسس و مدیرعامل Buffy

۳- کمک بخواهید

«من برای شخصی کار می‌کردم که هرگز به کارمندان باسابقه کمک نمی‌کرد حتی اگر کار خودش هم تمام شده بود. -وی خیلی راحت وسایلش را جمع می‌کرد و محل کارش را ترک می‌نمود. اکنون هر‌گاه که کار خودم سبک باشد از کارمندانم می‌پرسم که آیا به کمک نیاز دارند یا نه. این کار موجب ایجاد فرهنگ سازمانی‌ای شد که روحیه کار تیمی را تقویت کرده و نمود سلسله‌مراتبی آن را کاهش داد.» - آدام جانتار، موسس و مدیرعامل Camp No Counselors

۴- همچون یک گروه حرکت کنید

«هنگامی که مدیر پرستاری بودم، رئیسی داشتم که هیچ تجربه‌ای در امر مدیریت بهداشت نداشت. او می‌خواست رویه‌های جلوگیری از لخته خون را تغییر دهد. من می‌دانستم که این کار اشتباه است، اما او پافشاری کرد. در نهایت این تغییر با شکست مواجه شد. این اتفاق اهمیت آزادی بیان کارمندان را برای من آشکار کرد. وظیفه ما در شرکت Extend Fertility جمع‌آوری بازخوردهای مشتریان بود. نتایج بین کارمندان به اشتراک گذاشته شده و ما با هم طرح‌هایی برنامه‌ریزی می‌کنیم تا نتایج منفی را به حداقل برسانیم. کسانی که بهترین راه حل را در اختیار دارند همان پزشکانی هستند که هر روز با مریض‌ها برخورد دارند.» - ایلاتا ادیسون، مدیرعامل شرکت Extend Fertility

۵- به تیم خود اعتماد کنید

من برای خانمی کار می‌کردم مدتی بعد از مشغول به کار شدنم به تیم ما پیوست. هر بار که از جایم بلند می‌شدم از من می‌پرسید که کجا می‌خواهم بروم، حال فرقی نداشت که قصد دستشویی رفتن داشته باشم یا اینکه بخواهم صفحات منظم‌ر را پرینت کنم. او از این می‌ترسید که کنترل کافی را روی زمان و کار من نداشته باشد. دیدن این رفتار در جایگاه یک فرد بزرگسال واقعا ناامیدکننده بود، خصوصاً که من از سال‌ها قبل در این کار تجربه داشتم. روش رهبری من استرس کمتری ایجاد می‌کند. مادامی که اعضای تیمم اعتماد مرا داشته باشند من هم کاری به کار آنان ندارم. - دنیس لی، موسس و مدیرعامل Alalá

۶- به زمان دیگران احترام بگذارید

من در اوایل دوران حرفه‌ای‌ام برای یک مدیر پروژه کار می‌کردم که عادت داشت کار را در دقایق پایانی بررسی کند و همیشه هم نتیجه این بررسی‌ها کوهی از اطلاعات و درخواست‌های جدید بود. این اتفاق در پایان ساعات کاری و یا از آن بدتر هنگامی که در منزل بودم، واقع می‌شد. من در این شرایط روحیه خود را از دست داده بودم، بهره‌وری کافی نداشتم و احترام لازم را دریافت نمی‌کردم. من در فضای شغلی حال حاضر در مورد بررسی‌های شغلی هوشیار هستم و از همین رو تیمم بدون ایجاد کوچکترین مشکلی می‌تواند بازخوردهایم را در کار خود تأثیر دهد. - کریستن آر، موری، صاحب و سرپرست معماری شرکت Olson Kundig

منبع: entrepreneur

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی - اقتصادی

| سه‌شنبه | ۲۰ شهریور ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۵۷ | 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: ۸۸۸۹۵۳۴۴ - ۸۸۸۹۵۳۴۱

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

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

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

آزمون‌هایی برای تشخیص خوب بودن یک ارائه

و برای اثبات ادعاهای خود مدارک و شواهدی را به‌کار می‌برد. این دقیقاً جایی است که ذهن به‌سمت مشکلاتی که خواب را از شما ربوده است، هدایت می‌شود.

برقراری ارتباط قلبی

آریستوتل همچنین می‌گوید که برای یک ارائه عالی بخش دیگری نیز وجود دارد. این بخش برانگیختگی احساس و حس تالم و تاثر است. منظور آن قسمتی از سخنرانی است که مخاطب با آن ارتباط احساسی قلبی برقرار می‌کند.

چطور می‌توان اجزای احساسی ارائه خود را به‌درستی شناخت؟ پاسخ این است: با ترسیم واقعیتی از درون خود.

این کار ساده‌ای نیست. هر انسانی مسائل پنهان و سنگینی در بخش تاریخ درون خود دارد.

البته منظور این نیست که تمام احساسات و مسائل خود را در جلسه ارائه طوری بیان کنید که افراد حاضر را به گریه بیندازید. یادتان باشد که دستمال کاغذی برای پاک کردن اشک‌های مخاطبین روی میز جلسات وجود ندارد! با این وجود هر سخنرانی قدرتمندی با احساسات مخاطبان خود ارتباط برقرار می‌کند. اگر سخنرانی حول محور داستان شخصی شما شکل بگیرد، (شبیه آنچه در سخنرانی‌های TED رخ می‌دهد) ارتباط عمیق احساسی ایجاد خواهد شد.

آنچه که مخاطبین دنبالش هستند، اعتبار و انتقادپذیری است، بنابراین اگر درباره مسائل دشوار صحبت کنید، آن‌ها این سختی را درک می‌کنند. اگر صدای‌تان در حین سخنرانی بگیرد، دلپیش را به‌خوبی می‌فهمند.

در سخنرانی‌های تجاری به‌طور عمومی کمتر با احساسات مخاطبین سروکار دارید. سمت منطقی سخنرانی بیشتر سنگینی می‌کند، اما این به‌آن معنا نیست که هیچ کاری با احساسات مخاطب ندارید. در همین نوع سخنرانی‌ها نیز کارهای احساسی را با اندکی تفاوت انجام می‌دهید. این شانس وجود دارد که با اندکی شوخ‌طبعی که چاشنی سخنان خود می‌کنید، شنوندگان خود را به‌سمت علاقه‌ها و نیازهای‌شان هدایت کنید.

در مجموع تمرکز بر آن چیزی که شما را در شب بیدار نگه می‌دارد، همیشه کافی نیست. لازم است همین موضوع را در مورد مخاطبان خود در نظر بگیرید و از آن‌ها سوال کنید. با این‌کار تشخیص نگرانی‌ها و تمایلاتی که

سخنرانی‌تان را پیچیده می‌کند، کار راحت‌تری خواهد بود. از آنجایی‌که دلیل برگزاری جلسه ارائه و هدف از سخنرانی برای هر مخاطبی اهمیت ویژه‌ای دارد، باید به‌طور جزئی به آن بپردازیم.

تسا اینجا دو آزمون را با هم یاد گرفتیم. حالا بهتر است آن‌ها را در عمل به‌کار ببریم.

کلید اصلی درک دقیق هدف، فکر کردن مثل شنوندگان است. مشکل را به چه صورت مطرح می‌کنید که مخاطب آن‌را به‌درستی درک و هضم کند؟ چه سطحی از جذابیت‌های احساسی (چه مسائل سبک و چه موضوعات سنگین) برای پذیرش و فهم موضوع لازم است؟ در واقع تمام این مطالب در دو جمله خلاصه می‌شود: چرا صحبت می‌کنید؟ چرا آن‌ها گوش می‌کنند؟

یک مفهوم کلی از اینکه چه کسی هستید، به مخاطب ارائه کنید. کاری که سیمون سینک به‌خوبی در سخنرانی‌های تدکس خود و همین‌طور در کتاب با چرا شروع کنید انجام داده است. او می‌گوید:

مردم کاری را که انجام می‌دهید یا می‌سازید، نمی‌خرند. آن‌ها برای چرایی کار شما پول می‌پردازند.

شاید چرایی کار شما بسیار واضح و دانسته باشد، اما از شما خواسته باشند با دلیل و مدرک پیرامون کار خود صحبت کنید. هرچند چنین موقعیتی کمتر پیش می‌آید.

در بیشتر موارد ارائه محصول یا خدمات با هدف ایجاد تغییر صورت می‌گیرد. سخنران افراد را ترغیب می‌کند تا اندکی مانند او فکر کنند و نشان می‌دهد که بهترین راه حل را برای مشکل‌شان دارد. دقیقاً همین مساله چرایی سخنرانی است.

به‌عنوان یک سخنران از حرف‌های کلیشه‌ای مثل «دلایل متعددی وجود دارد که چرا پیشنهاد می‌کنم به توانایی‌ها توجه کنید ...» استفاده نکنید. این قالب رسمی و اشتیاق سست، مخاطبین را بر سر ذوق نمی‌آورد.

در مقابل یکی از ایده‌های مهم و بزرگ خود را با قدرتمندترین زبانی که می‌توانید بیان کنید. به‌طور مثال اینطور بگویید: «امروز من اینجا هستم تا شما را متقاعد کنم که ...»

اجازه دهید هدف باعث انگیزه سخنرانی باشد و ادامه آن را پیش براند.

منبع: inc/zoomit