

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



سقوط آزاد نرخ اوراق تسهیلات مسکن حال بازار مسکن چطور است؟

فرصت امروز: حال بازار مسکن در پایان نیمه اول امسال چطور است؟ رئیس اتحادیه مشاوران مسکن در هفته گذشته از این گفت که بازار را رکود نشده و تنها کمی آنهم در تهران کساد شده است. نایب رئیس اتحادیه مشاوران مسکن اما از این خبر داد که رکود در...

همه چیز درباره اس پی وی

رمزگشایی راهکار اروپا برای همکاری با ایران

فرصت امروز: چند روز پیش بود که محمدجواد ظریف، وزیر خارجه ایران در کمتر از ۴۰ روز مانده به آغاز دور دوم تحریم‌های یکجانبه آمریکا علیه ایران، از توافق ۷ بانک مرکزی اروپایی و برداشتن نخستین گام عملی در چارچوب «سازوکار ویژه» اروپایی برای تقابل با تحریم‌ها خبر داد. البته ظریف به نام بانک‌های اروپایی اشاره نکرد، اما گفت که این بانک‌ها توافق کرده‌اند سازوکار ویژه مالی برای ارتباط با ایران را در گام بعدی به یک موسسه تبدیل کنند که مدیریت‌کننده تعاملات مالی میان ایران و اروپا خواهد بود. او همچنین به سخنان هفته...

صف طولانی متقاضیان ثبت سفارش پشت درب وزارت صمت

راهکار جدید برای تسهیل اعطای مجوز واردات

مدیریت و کسب‌وکار



کمک یک میلیون دلاری
آمازون به بنیاد ویکی‌مدیا

- آیا باید میزان تشویقی کارمندان را فاش کرد؟
- تغییر در توفان فکری و رسیدن به ایده فوق العاده بعدی
- استراتژی‌های بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی
- ۱۰ ایده برای بهبود بازاریابی محتوایی برنندگان
- چگونه تبلیغات آنلاین مان را نجات دهیم؟
- لزوم ایجاد تغییراتی استراتژیک از جانب برندها

۱۶ تا ۸



به اعتقاد آخوندی، عدم قطعیت باعث تشدید بحران اقتصاد ایران شده است

مصائب چندصدایی در سیاست گذاری

۲

یادداشت

تحریم کاسب‌های خودش را دارد



سیدپناه‌الدین
حسینی‌هاشمی
کارشناس بانکی

تحریم به هر روی در رفتار شرکای بانکی ایران در دنیا اثرگذار است. البته سایه تحریم‌های گذشته همچنان بر سیستم بانکی ایران سنگینی می‌کند و می‌توان گفت به طور تقریبی تحریم‌های پیشین برای شبکه بانکی ایران برداشته نشده است. روابط بین‌المللی بانکی ایران حتی در پس‌پسارجام متأثر از تحریم‌های پیشین بود اما با فشار بیشتر آمریکا و اعمال تحریم‌های سخت‌تر، این تأثیرپذیری افزایش یافته و بیشتر هم روابط کارگزاری بانک‌های خارجی با بانک‌های ایرانی را در بر می‌گیرد. با تشدید تحریم‌ها از سوی آمریکا تسویه اعتبارات اسنادی، حواله‌جات و هر نوع ارتباطات بین‌المللی بانکی برای بانک‌های ایرانی سخت‌تر می‌شود. هرچند پیش از مردادماه هم نمی‌شد ادعا کرد که رابطه خوبی بین بانک‌های ایرانی و خارجی همکاری‌های محدود و معذور در تنگنا...

بیانیه ۲۹۲ استاد دانشگاه برای عبور از مشکلات اقتصادی

پی‌ریزی گفتمان اصلاحی و ملی

جمعی از اساتید و صاحب‌نظران دانشگاهی در بیانیه‌ای، چالش‌های کنونی جامعه ایران را برشمرد و راهکارهای عبور از آن را اعلام کردند. در این نامه، نام اقتصاددانانی همچون محمد ستاری‌فر، محسن رئانی، محمود ختایی و بهروز هادی‌زویز دیده می‌شود.
در این بیانیه، ۷ ویژگی بنیادین در پی‌ریزی گفتمان اصلاحی و ملی برشمرده شده که شامل اصلاح نظام حکمرانی کشور، برپایی مالیه عمومی جامع و فراگیر کشور، سیاست خارجی نقش‌آفرین، رعایت همه‌جانبه حقوق شهروندی، آزادی بیان و رسانه، توجه به سرمایه و فرصت‌های گران‌بهای ایرانیان خارج از کشور و محیط‌زیست مطلوب است.
در ابتدای این نامه آمده است: متأسفانه یکی از خطاهای امروز ایرانیان این است که هر روز با انتشار اخبار درست یا نادرست به کم و کیف مشکلات، به‌ویژه در شبکه‌های اجتماعی دامن زده و روان جمعی جامعه را پریشان، نگران و ناآرام می‌کنند. اکنون در نخستین گام به‌عنوان یک تعهد اخلاقی، بیاییم تصمیم بگیریم، کمتر به این پریشانی‌ها دامن زده و تکیه‌گاه عمومی ملت را بر پایه‌های امید و تلاش برای حل‌وفصل مسائل پیش رو بگذاریم.
همچنین امضاءکنندگان این نامه، بر لزوم انجام چند اقدام عاجل به عنوان پیش‌نیاز گفتمان اصلاحی و ملی تأکید کرده‌اند:
* پالایش بودجه سال ۱۳۹۷ از فعالیت‌های غیراصلی و غیرضروری و تخصیص منابع این عرصه‌ها به وظایف اصلی دولت و تدوین لایحه بودجه ۹۸ کشور بر این اساس.
* مدیریت فعال وزارت امور خارجه در عرصه منطقی‌های جهانی در چارچوب اهداف توسعه و منافع ملی و پرهیز از موازی‌کاری و انجام فعالیت‌های قانونی و ضروری کلیه دستگاه‌ها توسط دیپلماسی رسمی کشور.
* برپایی نظام اجرایی و عملیاتی سالم، صریح، شفاف و قانونمند، توأم با عدالت و انصاف در برخورد همه‌جانبه با فرآیندهای فساد و جلوگیری از پیدایش آن و برگرداندن ثروت‌ها از غاصبان.

کاهش آشفتنگی تعطیلات با اصلاح تعطیلات رسمی

اصلاح تعطیلات رسمی کلید می‌خورد؟

اجرای اصلاح تعطیلات رسمی مدتی است که در بهارستان در دست بررسی است و حالا مرکز پژوهش‌های مجلس «طرح اصلاح تعطیلات رسمی» را مورد بحث کارشناسی قرار داده است.
به گفته بازوی پژوهشی مجلس، طرح اصلاح تعطیلات رسمی با هدف حذف تعطیلی روز هشتم ربيع‌الاول (سالروز شهادت امام حسن عسگری (ع))، ارائه شده است. مهم‌ترین دلایل ارائه‌شده برای اقدام در مقدمه توجیهی طرح عبارت است از:
۱. مشخص نبودن ماهیت شادی یا غم در روز هشتم ربيع‌الاول: یکی از مهم‌ترین استدلال‌های ارائه‌کنندگان طرح این است که ماهیت شادی و غم این روز مشخص نیست، زیرا از یکسو باید برای شهادت امام حسن عسگری (ع) عزادار بود و از سوی دیگر برای امامت حضرت ولیعصر (عج) شادی کرد.
۲. فقدان آیین‌های بزرگداشت برای این روز و مغایرت با فلسفه تعطیلی: به دلیل فقدان آیین‌ها و مراسم اجتماعی بزرگداشت برای این روز، تعطیلی این روز با فلسفه تعطیلات که بزرگداشت ایام خاص است مغایر بوده و حتی امکان استفاده از برنامه‌ها و فعالیت‌های رسمی در



تسهیلات ارزان قیمت بانک پاسارگاد محدودیت ندارد

ویژه اشخاص حقوقی، فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل

- تسهیلات بدون محدودیت
- تنوع در نرخ تسهیلات
- نحوه بازپرداخت براساس نیاز مشتری



۰۲۱-۸۷۸۶۰۰

www.bpi.ir

به اعتقاد آخوندی، عدم قطعیت باعث تشدید بحران اقتصاد ایران شده است

مصائب چندصدایی در سیاست گذاری



او دارای‌های سمی در بانک‌ها را یکی دیگر از چالش‌ها عنوان کرد و افزود: بی‌توجهی به اصلاح ساختار ترانزنامه بانک‌ها موجب شده موقوفات و ساختار بانکی با چالشی بسیار جدی مواجه است.

ماشه سیاست، انفجار اقتصاد

آخوندی بحران رفاه را دیگر ابرچالش اقتصادی کشور دانست و تصریح کرد: در سال جاری کسری صندوق‌های بازتنسنگی به ۷۰ هزار میلیارد تومان رسیده که رقمی بسیار بالاست. اقتصاددانان معتقدند تا زمانی که این فشارها وجود دارند ارتباط دادن چالش‌های اقتصادی به موضوع سیاسی بی‌معنا است، اما تمام این مسائل از گذشته وجود داشته و سوال این است که در این چندماهه چه اتفاقی رخ داده که این دمل چرکین سسر باز کرده که در جواب باید گفت ماشه در حوزه سیاست عمل کرده و انفجار را در حوزه اقتصاد ایجاد کرده است.

به گفته وزیر راه و شهرسازی، انتظارات مثبت در ابتدای دولت یازدهم مشکلات اقتصادی را تعادل بخشید و موجب حرکت در مسیر بهبود اوضاع اقتصادی شد، اما با اتفاقی که پس از خروج آمریکا از برجام افتاد، انتظارات از مثبت به منفی تبدیل شد.

او دارای‌های سمی در بانک‌ها را یکی دیگر از چالش‌ها عنوان کرد و افزود: بی‌توجهی به اصلاح ساختار ترانزنامه بانک‌ها موجب شده موقوفات و ساختار بانکی با چالشی بسیار جدی مواجه است.

ماشه سیاست، انفجار اقتصاد

آخوندی بحران رفاه را دیگر ابرچالش اقتصادی کشور دانست و تصریح کرد: در سال جاری کسری صندوق‌های بازتنسنگی به ۷۰ هزار میلیارد تومان رسیده که رقمی بسیار بالاست. اقتصاددانان معتقدند تا زمانی که این فشارها وجود دارند ارتباط دادن چالش‌های اقتصادی به موضوع سیاسی بی‌معنا است، اما تمام این مسائل از گذشته وجود داشته و سوال این است که در این چندماهه چه اتفاقی رخ داده که این دمل چرکین سسر باز کرده که در جواب باید گفت ماشه در حوزه سیاست عمل کرده و انفجار را در حوزه اقتصاد ایجاد کرده است.

به گفته وزیر راه و شهرسازی، انتظارات مثبت در ابتدای دولت یازدهم مشکلات اقتصادی را تعادل بخشید و موجب حرکت در مسیر بهبود اوضاع اقتصادی شد، اما با اتفاقی که پس از خروج آمریکا از برجام افتاد، انتظارات از مثبت به منفی تبدیل شد.

باید مذاکرات FATF به موازات برجام جلو می‌رفت

او با اشاره به ریشه‌های عدم قطعیت که موجب منفی شدن انتظارات شده، گفت: دسترسی به بازارهای بین‌المللی موجب ایجاد حس مثبت، افزایش تولید و جذب سرمایه‌گذاری خواهد شد که احساس قطع شدن ارتباطات این عدم قطعیت را ایجاد کرد. در پایان دولت دهم، دو مانع اساسی برای عمل کردن در محیط بین‌المللی داشتیم که یکی بحث کنوانسیون‌ها و مجموعه قوانین FATF بود و مورد دوم به تحریم‌های سازمان ملل برمی‌گشت.

آخوندی ادامه داد: در دولت قبل هم با مشکل FATF مواجه شدند و اولین باری که ایران تقاضا کرده به این مجموعه بپیوندد در سال ۱۳۸۷ است و در سال ۱۳۹۰ دبیر شورای امنیت کشور طی نامه‌ای می‌گوید پیوستن ما به این مجموعه ضروری است، اما ۱۰ سال است که هنوز تعیین تکلیف نشده و به‌عنوان یک عدم قطعیت مطرح است.

وزیر راه و شهرسازی اذعان داشت: این نقد به دولت وارد است که هم‌زمان با مذاکرات برجام، مذاکرات FATF را پیش نبرد تا ارتباط با بانک‌های بزرگ برقرار شود و علی‌طینتیا سال ۹۵ با این مجموعه مذاکره کرد و ایران از لیست سیاه خارج شد که موجب شد روابط بانکی و همکاری‌های اقتصادی بین‌المللی افزایش یابد و انتظار مثبتی ایجاد

فرصت امروز: وزیر راه و شهرسازی در «همایش سیاست‌های توسعه مسکن در ایران»، بی‌ثباتی بازار را معلول عدم قطعیت در جامعه خواند و هیچ سمی را مهلک‌تر از عدم قطعیت برای اقتصاد ندانست. عباس آخوندی، بحران اقتصاد کلان در ایران را ناشی از عدم قطعیت، چندصدایی در سیاست‌گذاری و دست بسته دولت در اجرای سیاست‌های خود معرفی کرد و راه برون‌رفت از این وضعیت بغرنج را سه‌گانه اتحاد با کشورهای جهان در موضوع برجام، پذیرش FATF و بازگشت به اقتصاد بازار بیان کرد. او نگرانی از آینده و عدم قطعیت را مشکل اصلی اقتصاد ایران دانست و گفت: اگر مسائل خود را در حوزه اقتصاد کلان حل نکنیم، حرف زدن درباره موضوعات درون‌بخشی همچون حوزه مسکن بی‌معنا است.

گزارش «فرصت امروز» از «هجدهمین همایش سیاست‌های توسعه مسکن در ایران» را در ادامه می‌خوانید. این همایش دیروز در مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی برگزار شد و امروز به کار خود پایان می‌دهد.

سه‌گانه نجات اقتصاد

عباس آخوندی با بیان اینکه در شرایط محیطی فعلی که بر اقتصاد ایران حاکم است، بحث درباره سیاست‌های بخشی بسیار مشکل است، بر اهمیت ارتباط بین سیاست‌های بخشی و سیاست‌های کلان کشور تأکید کرد و گفت: برای سیاست‌گذاری بخشی ۴ مسئله وضعیت اقتصاد کلان، بحران اقتصاد رفاه، تغییر پارادایم در حوزه سیاست‌های مسکن شهرسازی و توانایی دولت برای اجرای سیاست‌گذاری‌ها مسائلی است که باید مورد بحث قرار گیرد. به عقیده اقتصاددانان، وضع بی‌ثباتی بازار معلول عدم قطعیت در جامعه است و هیچ سمی مهلک‌تر از عدم قطعیت برای اقتصاد وجود ندارد.

آخوندی با تأکید بر اینکه باید ریشه این عدم قطعیت را پیدا کرد، ادامه داد: برخی معتقدند این عدم قطعیت ناشی از نوظهور بین‌المللی توسط عوامل بین‌المللی و رقابای منطقه‌ای ایران است و ماهیت سیاسی و امنیتی دارد و از سویی دیگر عده‌ای معتقدند اگر اقتصاد عدم تعادل نداشته باشد هیچ موضوع سیاسی نمی‌تواند بر آن اثرگذار باشد و این عدم قطعیت ریشه اقتصادی دارد.

وزیر راه و شهرسازی با اشاره به اینکه ابرچالش‌های بنیادین، ساختار اقتصاد ایران را در بر گرفته است، افزود: یکی از این چالش‌ها بدهی‌های دولت به اقتصاد است که چیزی حدود ۴۲ تا ۴۵ درصد تولید ناخالص داخلی ایران را تشکیل می‌دهد.



مسکن

سقوط آزاد نرخ اوراق تسهیلات مسکن

حال بازار مسکن چطور است؟

فرصت امروز: حال بازار مسکن در پایان نیمه اول امسال چطور است؟ رئیس اتحادیه مشاوران مسکن در هفته گذشته از این گفت که بازار را رکد نشده و تنها کمی آنهم در تهران کساد شده است. نایب‌رئیس اتحادیه مشاوران مسکن اما از این خبر داد که رکود در انتظار بازار مسکن است. در عین حال، مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی از این سخن گفت که مسکن دیگر کشش افزایش قیمت را ندارد، چراکه قیمت‌ها به حد نهایت رسیده است. دیروز هم عباس آخوندی حل مساله مسکن را در گروی حل مساله اقتصاد کلان دانست و معاون او، حامد مظاهریان نیز از عدم تعادل بازار مسکن خبر داد و گفت که این بازار از تعادل خارج شده است.

حال بازار مسکن درست مثل این اظهارنظرها ضد و نقیض و آشفته است. هفته گذشته بانک مرکزی از افزایش قیمت مسکن و کاهش تعداد معاملات خبر داد و اعلام کرد که در شه‌ریورماه امسال متوسط قیمت هر متر واحد مسکونی در پایتخت به بیش از ۸ میلیون تومان رسیده است.

تسه ۵۵ و تملی ۴۵ هزار تومان شد

از سوی دیگر نیز در پی کاهش تقاضای خرید مسکن، تقاضای خرید اوراق تسهیلات مسکن نیز در بازار سرمایه با کاهش شدید روبه رو شده، به گونه‌ای که از ۲۲ نماد اوراق تسسه، در ۱۷ نماد، حجم تقاضا زیر ۱۰۰ برگه بوده است.

به گزارش مهر، اوراق تسهیلات مسکن با افتی شدید مواجه شده و قیمت در برگه تسهیلات مسکن بین ۵۵ تا ۵۸ هزار تومان در نوسان است. این امر سبب شده تابلوی نمادهای تسه (اوراق تسهیلات مسکن صادره از سوی بانک عامل بخش مسکن) و تملی (اوراق تسهیلات مسکن صادره از سوی بانک ملی) در معاملات روز شنبه ۷ مهر در برخی نمادها قرمزپوش باقی بماند. ضمن اینکه قیمت‌ها در چند نماد نسبت به آخرین معاملات آخرین روز کاری هفته گذشته بازار سرمایه (چهارشنبه ۴ مهر) تا حدودی با افزایش مواجه بوده است.



همچنین از نظر حجم عرضه و تقاضای اوراق تسهیلات مسکن در بازار سرمایه، نمایشگر معاملات افت شدید تقاضای خرید این برگه‌ها را نشان می‌دهد به گونه‌ای که در ۱۷ نماد از ۲۲ نماد اوراق تسهیلات مسکن بانک عامل بخش مسکن (تسه)، حجم فروش برگه‌ها کمتر از ۱۰۰ برگه بوده است. به گونه‌ای که تنها در نماد «تسه ۹۷۰۴» (اوراق تسهیلات مسکن صادره در تیر امسال) به عنوان نمادی که بیش‌تری برگه در معاملات عرضه شد، ۵۰۴ برگه وارد بازار شده است.

اگرچه این شدت کاهش خرید و فروش واحد مسکونی در طول یک ماه، بی‌سابقه بوده است، اما کارشناسان اقتصاد مسکن، احتمال تداوم رکود تورمی بخش مسکن در ماه‌های آتی اما با شیب ملایم قیمتی را پیش‌بینی کرده بودند. به گفته این کارشناسان، یکی از دلایل عدم تعادل تقاضای خرید مسکن به حضور جدی در بازار، جهش قیمتی بیش از ۶۰ درصدی بخش مسکن طی ۶ ماهه نخست امسال است. همین موضوع در کاهش تقاضای خرید و فروش اوراق تسهیلات مسکن نیز مؤثر است؛ به خصوص که سقف این تسهیلات (وام خرید مسکن از محل اوراق تسهیلات) برای زوجین (در تهران) ۱۴۰ میلیون تومان است که پوشش قیمتی آن کمتر از ۴۰ درصد واحدهای مسکونی کوچک یا میان‌متراژ بوده و تأثیر چندانی در افزایش قدرت خرید مسکن خانوارهای پایتخت‌نشین ندارد. از همین رو تقاضای خرید اوراق تسهیلات مسکن نیز کمتر شده و از حجم معاملات این برگه‌ها در بازار سرمایه کاسته شده است.

همچنین فرابورس در روز پانجی هفته گذشته طی گزارشی در خصوص رصد بازار سرمایه و معاملات فرابورس در شه‌ریور اعلام کرد: ارزش مبادلات اوراق تسهیلات مسکن نسبت به شه‌ریورماه سال گذشته ۱۴ درصد کاهش یافت و خریداران و فروشندگان این اوراق یک‌میلیون و ۶۵۰ هزار ورقه تسه را به‌ارزش بیش از یک‌هزار میلیارد ریال مبادله کردند.

همین موضوع سبب شده تا هم قیمت اوراق تسهیلات و هم حجم معاملات و تعداد برگه‌های خرید و فروش شده طی یک هفته اخیر روند کاهش داشته باشد؛ به عنوان نمونه، در حالی که در ابتدای هر ماه که اوراق تسهیلات صادره در ماه گذشته به بازار سرمایه تزریق می‌شود، گران‌ترین اوراق تسهیلات صادره در روزهای نخست هر ماه به حساب می‌آید، در معاملات هفته گذشته این اتفاق رخ نداد و در داد و بستندهای هفته قبل فرابورس، اوراق تسهیلات مسکن صادره در شه‌ریور امسال با نماد «تسه ۹۷۰۶» جزو ارزان‌ترین برگه‌ها بوده و در کمترین قیمت با نرخ ۵۸ هزار و ۶۳۳ تومان و در گران‌ترین معامله با نرخ ۶۳ هزار تومان به فروش رسید.

کاهش شدید عرضه و تقاضای اوراق تسهیلات مسکن در معاملات دیروز شبیه مشهود بود. در این معاملات، اوراق تسهیلات مسکن تنها در ۲ نماد مهر ۹۵ (تسه ۹۵۰۷) و مرداد ۹۶ (تسه ۹۶۰۵) قیمت این اوراق در بازه قیمت ۵۵ هزار تومان بود و در سایر نمادها در بازه ۵۶ تا ۵۷ هزار تومان قرار گرفت. همچنین اوراق تسهیلات صادره از بانک ملی نیز اگرچه در معاملات دیروز فرابورس عرضه نشد، اما در معاملات دو روز پایانی کاری هفته گذشته در ارزان‌ترین برگه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومان برای اوراق تسهیلات مسکن صادره در اسفند ۹۶ (تملی ۶۱۲) و در گران‌ترین برگه نیز برای اوراق تسهیلات مسکن صادره در تیرماه امسال (تملی ۷۰۴) با قیمت ۵۹ هزار و ۴۰۰ تومان معامله شد.

مظاهریان در «هجدهمین همایش سیاست‌های توسعه مسکن در ایران» تشریح کرد

الگوهای مختلف دخالت دولت در بازار مسکن

بنابراین دولت باید در بازار مسکن به ۳ شیوه عمل کند: دولت کمترین دخالت را داشته باشد و بازار مسکن رقابتی را مختل کند؛ در مقطعی دخالت کند که بازار از تعادل خارج شده باشد؛ اگر دخالت لازم بود از طریق بخش خصوصی و نهادهای عمومی اعمال شود.

سیاست‌های مسکن در ژاپن، کره و فرانسه

مظاهریان سیاست‌های کشورهای مختلف در زمینه مسکن را قابل استناد دانست و با تشریح چند نمونه آن گفت: در ژاپن، دولت مسئول تنظیم چارچوبی برای افزایش رشد اقتصادی توسط افزایش ساخت مسکن، بزرگ شدن قشر متوسط جامعه و تأمین مسکن اقشار کم‌درآمد و همچنین تشویق سرمایه‌گذار بخش خصوصی به مشارکت در بازار مسکن اولیه است. سیاست‌های دخالت دولت در کره جنوبی نیز در راستای محدود کردن تقاضاهای سیاست‌های مبتکرانه با استفاده از ایجاد قوانین مالیاتی تنبیهی، ایجاد شهرهای جدید و همچنین محدود کردن منابع حاصل از سرمایه‌گذاری مبتکرانه در حوزه مسکن‌های نوساز بوده است.

وی بهترین الگو را سیاست‌های توسعه مسکن فرانسه دانست و گفت: در فرانسه تأکید دولت بر طرح مسکن اجتماعی است، چنانچه از سال ۱۷۷۵ یک طرح گسترده به این منظور اختصاص داده شد و شناسایی افراد از طریق بررسی میزان پرداخت مالیات به دست آمد. همچنین در این طرح ساخت مسکن اجتماعی توسط بخش خصوصی صورت می‌گیرد، به گونه‌ای که سازندگان بیش از ۲ هزار متر بنای مسکونی موظف هستند ۲۰ درصد از ساختمان‌های خود را به مسکن اجتماعی اختصاص دهند.

دلیل مشکلات اقتصادی وارد بازار مسکن شد این بازار را از تعادل خارج و بخش اقتصاد کلان کشور را دچار اختلال کرد.

او با اشاره به اینکه دولت نمی‌تواند عملاً در مورد قیمت‌گذاری وارد این بازار شود، تصریح کرد: بازار مسکن تابعه‌ای از اقتصاد کلان کشور است و دولت‌ها نمی‌توانند زمانی که اقتصاد کلان دچار مشکل شده است در این بازار دخالت چندانی داشته باشند. هم‌اکنون نیز دولت به دلیل اینکه به سمت دولت مشارکتی حرکت می‌کند، مداخلات در این زمینه با عوامل پیچیده‌ای روبه‌رو می‌شود تا این بازار را به تعادل برساند و باعث امید به آینده شود.

معاون وزیر راه و شهرسازی با یادآوری پارامترهایی که تعادل در بازار مسکن را مختل می‌کند، گفت: این پارامترها شامل تأمین دسترسی به مسکن برای دهک‌های کمتر برخوردار، حاشیه‌نشینی، سکونت غیررسمی، کیفیت ساخت مسکن و شکست بازار است که این عوامل باعث می‌شوند تا دولت توجیه شود تا در بازار مسکن دخالت‌های ویژه‌ای انجام دهد. باین‌حال باید دخالت‌های دولت در این بخش نیز از طریق بخش خصوصی صورت گیرد و دخالت‌ها به حداقل برسد. او با ناکارآمد خواندن دخالت‌های مستقیم دولت در بخش مسکن افزود: تجربه‌های جهانی که ما نیز در گذشته یکی از آن‌ها را در مسکن مهر داشته‌ایم و خود شامل این تجربه هستیم، نشان می‌دهد به عنوان مثال مسکن مهر که بعد از گذشته ۱۱ سال هنوز به نتیجه نرسیده است.

وی با بیان اینکه دخالت‌های دولت علاوه بر برون‌سپاری به بخش خصوصی باید در زمینه مسکن اجتماعی نیز تداوم یابد، تصریح کرد:

حامد مظاهریان، معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی، یکی از سخنرانان «هجدهمین همایش سیاست‌های توسعه مسکن در ایران» بود و او با تأکید بر لزوم بازگشت مسکن از کالای سرمایه‌ای به کالای مصرفی، شکل دخالت مستقیم دولت در بازار مسکن را نکوهش کرد و با تشریح الگوهای مختلف دخالت دولت در کشورهای ژاپن، کره و فرانسه، بهترین الگو را سیاست‌های توسعه مسکن در فرانسه دانست. به گفته مظاهریان، بازار مسکن در ایران به دلیل مشکلات اقتصادی و تبدیل شدن به بازار سرمایه‌گذاری از تعادل خارج شده و باید با تبدیل شدن مسکن به کالای مصرفی این بازار دوباره به تعادل برسد.

او با بیان اینکه برگزاری این همایش، اتفاق بزرگ و مبارکی است و باید در این همایش مشخص شود که دخالت دولت در بازار مسکن چگونه است، ادامه داد: دو حوزه مصرف و سرمایه‌گذاری همواره در بازار مسکن تعیین‌کننده بوده‌اند و دولت‌ها دوست دارند که همیشه بازار به سمت نیاز مصرفی سوق یابد و مسکن تبدیل به یک کالای مصرفی برای شهروندان گردد. باین‌حال متأسفانه با توجه به اینکه ساختمان یک کالای بادوام است همیشه به یک کالای سرمایه‌ای تبدیل می‌شود. این دخالت دولت در بخش سرمایه‌گذاری مسکن باید براساس یک مکانیزم خاص مبتنی بر توجه به بخش خصوصی صورت گیرد و در رده‌های مختلف به‌عنوان موتور محرک اقتصاد و سرمایه حرکت کند.

چرا مسکن از تعادل خارج شد؟

مظاهریان با اشاره به اینکه در ۵ سال گذشته بازار مسکن ایران مبتنی بر مصرف بود و این مسئله اتفاق خوبی برای بازار مسکن به حساب می‌آمد افزود: در یک سال گذشته نیاز سرمایه‌گذاری که به

یادداشت

همه‌مه بازار حمایت از تولید را
سخت کرده است

عباس آرگون

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران



دولت از اقداماتی مثل توقف دریافت مالیات بر ارزش افزوده از بنگاه‌های کوچک و متوسط یا بخشودگی جرائم تأمین اجتماعی و افزایش تسهیلات بانکی سخن می‌گوید، اما برای نجات تولید، بازگشت آرامش به بازار مهم‌ترین نکته به نظر می‌رسد. تلاطم بازارها در چند ماه اخیر به عدم قطعیت دامن زده و پیش‌بینی‌پذیری بسیاری از مسائل اقتصاد را زیر سوال برده است. هرچند در عمل بخش عمده‌ای از واردات با نرخ ارز نیمایی یعنی زیر ۱۰ هزار تومان (تا زمان نگارش این مطلب) انجام می‌شود اما همه موضوعات در بازار خودش را با نرخ ارز در بازار آزاد تطبیق می‌دهد و این بیش از هر چیز ناشی از عدم مدیریت است.

تولید در همه بخش‌ها تحت تأثیر عدم آرامش در بازار قرار گرفته است. اجرای هر نوع اقدام حمایتی از تولید نیاز به بازگشت آرامش به بازارهاست. در کالاهای صادرات محور نیاز حمایت در زمینه‌های مختلف از جمله معافیت‌های گمرکی و مالیاتی دیده می‌شود. جهش قیمت ارز نیاز به نقدینگی واحدها را در برابر کرده است. اگر یک فعال اقتصادی بخواهد در سطح گذشته فعالیت کند و اگر در گذشته با ۱۰۰ واحد هزینه ۱۰۰ واحد کالا وارد می‌کرد، اکنون به ۲۰۰ واحد هزینه برای انجام همان سطح از فعالیت اقتصادی نیاز دارد. پول قیمت دارد و ارزش کنونی پول در ایران توجیه فعالیت اقتصادی در کشور را خدشه‌دار کرده است. از سوی دیگر مشکلات مربوط به مالیات، فرآیند کار با گمرک و بیمه‌ها بر رضایتمندی کارکنان، سطح درآمدها و بهره‌وری بنگاه‌ها اثر منفی برجای گذاشته است. قدرت خرید کارکنان بنگاه‌های اقتصادی نصف شده در حالی که نیاز بنگاه‌ها به نقدینگی نیز افزایش یافته است.

متأسفانه دولت در مقاطع مختلف مسیر افراط و تفریط را در پیش گرفته است. عدم آرامشی که اکنون در بازار می‌بینیم ناشی از شیوه مدیریت دولت بر این بازار است. دولت زمانی تلاش می‌کرد همه چیز را کنترل کند و یک زمان تصمیم گرفت که نرخ را رها کند. معتقدم که دولت در زمینه مدیریت بازار ارز فعالانه عمل نکرده است و این عدم فعالیت به اعتماد مردم لطمه زده است. با این وجود هیچ وقت برای اصلاح دیر نیست و نباید فراموش کرد که هر روزی که از انجام یک اقدام موثر بگذرد، آثار تخریبی بیشتری می‌شود.

کدام نهادها برای پیوستن به سامانه‌های الکترونیک مقاومت می‌کنند؟

رونمایی از سامانه جامع تجارت ایران با حضور شریعتمداری و آذری جهرمی



آذری جهرمی ادامه داد: ما حتماً به عنوان یک دستور حاکمیتی و یک مسئول دولتی بر این امر پافشاری خواهیم کرد. امروز در توسعه سامانه‌های مختلف در کشور توفیق داشتیم که از جمله آن‌ها سامانه تخصیص سوخت به میزان پیمایش بوده که تاکنون ۶ میلیارد و ۴۰۰ میلیون لیتر از قاچاق سوخت جلوگیری شده است. او با بیان اینکه آنچه در این میان مورد غفلت قرار گرفته، ناشی از معضلی فرهنگی و ساختاری متصل نشدن این سامانه‌ها به یکدیگر است و اصطلاحاً در بین دستگاه‌های دولتی در این زمینه وجود دارد، گفت: نمی‌توان دستگاه قضایی و انتظامی کشور را درگیر آن کنیم که افراد فاسد را دستگیر و برخورد کنند، بلکه باید زمینه‌های فساد را در کشور را با اتصال سامانه‌ها برطرف کرد.

محمد شریعتمداری در مراسم رونمایی از سامانه جامع تجارت گفت: روزانه بیش از ۲ هزار ثبت سفارش برای واردات کالا و همین تعداد حواله تخصیص ارز در بانک مرکزی انجام می‌شود و همچنین بیش از ۱۰۰ هزار بارنامه و هزاران بیمه‌نامه و چندین هزار فاکتور فروش و صدها هزار اطلاعات دیگر اقتصادی در کشور تولید می‌شود که بدون استفاده از سامانه‌های اطلاعات برخط، امکان تضمین سلامت آنها وجود ندارد. وی افزود: اگر به این سامانه‌ها دسترسی وجود نداشته باشد همه ادعاها در مبارزه با فساد شعاری بیش نیست و ایجاد این سامانه‌ها که زیرمجموعه سامانه جامع تجارت هستند می‌تواند نقش مهمی در مبارزه با رانت و فساد داشته باشد. به گفته شریعتمداری، با بهره‌برداری کامل از سامانه رتبه‌بندی در ثبت سفارش، صف مردم برای مراجعه حضوری و ثبت سفارش در آینده حذف می‌شود. سامانه ضوابط کالایی نیز تا پایان ماه به صورت کامل عملیاتی و همه ضوابط و مقررات تجارت در آن تعیین و تأیید می‌شود. وزیر صنعت با بیان اینکه برخی قوانین، متغیر و متناقض هستند، افزود: درباره قوانین حاکم بر دولت الکترونیک، نیازمند یک بازنگری هستیم تا از موازی‌کاری و سرگردانی مردم جلوگیری شود. ایران در بحث سهولت کسب و کار رتبه ۱۲۴ از بین ۱۹۰ کشور، در مبارزه با فساد رتبه ۱۳۰ از بین ۱۸۰ کشور و در بحث تجارت فرامرزی رتبه ۱۶۶ را دارد که آمار راضی‌کننده‌ای نیست. شریعتمداری گفت: تاکنون ۱۵ سند تجاری الکترونیکی شده است که از آن جمله کارت‌های بازرگانی، مجوزها، اعلامیه‌ها و بارنامه‌هاست و سامانه جامع تجارت هم‌اکنون به حدود ۴۰ دستگاه مرتبط است و همه زیرفرایندهای تجاری این سامانه ایجاد شده است. سعی می‌کنیم با الکترونیکی کردن بقیه اسناد تجاری، مجوزهای زائد را نیز به صفر برسانیم و بخش خصوصی بتواند بدون مراجعه حضوری و به صورت شفاف خدمات خود را دریافت کند.

نگهداشت اطلاعات به مثابه جرم است

همچنین وزیر ارتباطات نیز گفت: برخی دستگاه‌ها برای اتصال سامانه‌های اطلاعاتی خود به سامانه‌های جامع الکترونیکی مقاومت می‌کنند، درحالی که به نظر من بزرگ‌ترین جرم که عامل بسیاری از جرم‌های دیگر است همین نگهداشت اطلاعات و عدم اتصال دستگاه‌ها به سامانه‌ها است که باید به صورت جدی پیگیری شود. برخی از دستگاه‌ها از جمله نیروی انتظامی که از مهم‌ترین ارکان مبارزه با قاچاق است از اتصال به زیرسامانه‌ها به دلایل مختلف خودداری می‌کنند این درحالی است که برخی دیگر از دستگاه‌های دولتی نیز از این امر خودداری می‌کنند در حالی که این اتفاق از فساد خواهد کاست.

فرصت امروز: منظومه سامانه‌های تجارت ایران دیروز با حضور وزرای صنعت، معدن و تجارت و ارتباطات و فناوری اطلاعات در نمایشگاه بین‌المللی تهران رونمایی شد و براساس آن، همه سامانه‌های تجارت به صورت یکپارچه به یکدیگر متصل شدند و از این پس، تمامی مراحل واردات کالا از ثبت سفارش تا توزیع، قابل رصد و پایش است. این سامانه‌ها شامل سامانه جامع تجارت، سامانه شناسه کالا، سامانه یکپارچه انبارها و مراکز نگهداری کالا، سامانه اعتبارسنجی و رتبه‌بندی اعتباری و همچنین زیرساخت اعتباری خوشه تجارت است. به گفته بهنام امیری، معاون مرکز توسعه تجارت الکترونیک وزارت صمت، سامانه‌هایی که رونمایی شدند ۲ هدف تسهیل فرآیندهای تجارت کشور برای تجار و بازرگانان و کنترل‌های سیستمی به‌منظور مبارزه با قاچاق مدیریت کالاهای استراتژیک و حتی مبارزه با فساد سیستمی را دنبال می‌کنند.

او با اشاره به کارکرد هر یک از این سامانه‌ها ادامه داد: سامانه جامع تجارت با ایجاد یکپارچگی و هماهنگی الکترونیکی بین دستگاه‌های دخیل در فرآیند تجارت خارجی و داخلی منجر به ارتقای تعامل‌پذیری دستگاه‌ها و یکپارچگی اطلاعات تجاری کشور می‌شود و با بلوغ این سامانه انتظار می‌رود، سرعت، سهولت و شفافیت در امور تجاری کشور محقق شود. همچنین سامانه جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا کمک شایانی به‌واقع‌نمایی میزان موجودی انواع کالا کرده و امکان مدیریت و تنظیم بازار را با دقت بالاتر فراهم می‌کند. با راه‌اندازی این سامانه کمبودهای احتمالی قابل‌پیشگیری و موارد احتکار کالا در کشور قابل‌شناسایی خواهد بود.

به گفته این مسئول، سامانه شناسه کالا نیز با ایجاد یک زبان مشترک برای تبادل اطلاعات کالایی، تناقض‌های آماری بین دستگاه‌ها را کاهش می‌دهد. همچنین با ایجاد یک طبقه‌بندی مشترک، اعمال سیستمی ضوابط کالایی را زمینه‌سازی می‌کند که خود کمک شایانی به سیستمی شدن تصمیم‌گیری‌ها، کاهش خطاهای انسانی و تسریع فرآیندهای مربوط به کنترل کالا می‌شود.

وی در خصوص رونمایی از سامانه اعتبارسنجی و رتبه‌بندی اعتباری نیز گفت: یکی از علل طولانی بودن فرآیندهای تجاری اعمال ضوابط سخت‌گیرانه بر همه بازرگانان با هدف کاهش مفاسد است. اعتبارسنجی و رتبه‌بندی اعتباری راهکاری پیشرفته برای ایجاد سهولت برای بازرگان با سابقه مثبت است که البته موجب ایجاد انگیزه برای اصلاح رفتار تجاری و ایجاد سابقه و اعتبار مثبت می‌شود. صف حضوری ثبت سفارش، حذف می‌شود

شرکت‌های ارزش افزوده در دوراهی کلاهبرداری ۳۵ میلیاردی یا خدمت!

که تخلفاتی انجام شده و وقتی کل پرونده به سرانجام رسید، اعلام می‌کنیم. یک باندی در حوزه ارزش افزوده وجود دارد که اختاپوسی است و گزارش آن را به مردم می‌دهیم.

پس از آن نیز جهرمی از کلاهبرداری ۲۲ میلیارد تومانی شرکت‌های ارزش افزوده خبر داد و اعلام کرد: برخی از شرکت‌های ارزش افزوده در پنج ماه اخیر حدود ۲۲ میلیارد تومان از مردم کلاهبرداری کرده‌اند که خواسته‌ام وجوه اخذی‌شده را ظرف ۱۰ روز به مشتریان بازگردانند و پرونده به دادستانی ارسال شود.

در نهایت وزیر ارتباطات از بازگشت مبالغ کسرشده از حساب ۲ میلیون مشترک همراه اول که بدون اطلاع در سرویس‌های ارزش افزوده عضو شده بودند، خبر داد و گفت: مجموع مبالغ کشف‌شده تاکنون بالغ بر حدود ۳۵ میلیارد تومان بوده است.

او همچنین در پاسخ به اینکه سود این ۳۵ میلیارد که بیش از یک سال در حساب همراه اول بوده چه می‌شود نیز گفت: در حساب همراه اول نبوده بلکه در حساب شرکت‌های ارزش افزوده بوده. همراه اول نقش کلیدی در برخورد با این موضوع داشته. یک سال هم نبوده و مربوط به پنج ماه اخیر بوده است.

به هر صورت، باید توجه داشت اگرچه کلاهبرداری‌های صورت گرفته از طرف شرکت‌های ارزش افزوده بوده است، اما صرف نظر از بازگشت هزینه‌هایی که از کاربران کلاهبرداری شده، اینکه اطلاعات کاربران چرا و چطور در اختیار این شرکت‌ها قرار گرفته که بتوانند بدون اطلاع از کاربری، او را عضو سرویس‌های ارزش افزوده کنند، جای پیگیری دارد.

اگرچه خدمات ارزش افزوده باید با اطلاع مشترکین فعال شود، اما برخی از این خدمات بدون اطلاع کاربران و توسط شرکت‌های ارزش افزوده فعال شده و بعضاً هزینه‌های زیادی برای برخی کاربران داشته است.

سه گزارش ایسنا، خدمات ارزش افزوده (Value Added Services) که به اختصار VAS نامیده می‌شوند، شامل مواردی غیر از خدمات استاندارد اپراتورها مانند تماس صوتی و پیامک معمول است. مهم‌ترین موضوعات خدمات ارزش افزوده تلفن همراه، شامل مسابقات و رای‌گیری، خدمات تماس از دست رفته و صندوق پستی، تبلیغات موبایلی، پرداخت موبایلی، تلویزیون آنلاین و OTT، پخش یا دانلود موسیقی، رنگ انتظار تماس، بازی آنلاین، خدمات ورزشی و اطلاع‌رسانی، خدمات استیکر و این قبیل سرویس‌ها می‌شود.

اگرچه استفاده از این خدمات ارزش افزوده باید اختیاری و توسط کاربر انتخاب شود، اما به نظر می‌رسد توسط برخی از شرکت‌های ارزش افزوده، کاربران به عضویت این سرویس‌ها درآمده بودند و با توجه به اینکه این خدمات معمولاً هزینه‌های بالایی دارند، برای مثال ارسال یک پیامک ارزش افزوده به کاربر می‌تواند حداقل ۳۰۰ تومان هزینه داشته باشد، این موضوع که ظاهراً موجب بالا رفتن قبض گوشی کاربران شده بود، نارضایتی آن‌ها را دربر داشته و واکنش وزیر ارتباطات را هم برانگیخت.

محمدجواد آذری جهرمی با اشاره به این نارضایتی‌ها گفته بود: به یک پرونده بزرگ تخلف در ارزش افزوده رسیده‌ایم. برای ما شفاف است



خبرنامه

تحریم کاسب‌های خودش را دارد

سیدپناه‌الدین حسینی‌هاشمی
کارشناس بانکی

تحریم به هر روی در رفتار شرکای بانکی ایران در دنیا اثرگذار است. البته سایه تحریم‌های گذشته همچنان بر سیستم بانکی ایران سنگینی می‌کند و می‌توان گفت به طور تقریبی تحریم‌های پیشین برای شبکه بانکی ایران برداشته نشده است. روابط بین‌المللی بانکی ایران حتی در پس‌برجام متأثر از تحریم‌های پیشین بود اما با فشار بیشتر آمریکا و اعمال تحریم‌های سخت‌تر، این تاثیرپذیری افزایش یافته و بیشتر هم روابط کارگزاری بانک‌های خارجی با بانک‌های ایرانی را در بر می‌گیرد. با تشدید تحریم‌ها از سوی آمریکا تسویه اعتبارات اسنادی، حواله‌جات و هر نوع ارتباطات بین‌المللی بانکی برای بانک‌های ایرانی سخت‌تر می‌شود. هرچند پیش از مردادماه هم نمی‌شد ادعا کرد که رابطه خوبی بین بانک‌های ایرانی و خارجی برقرار بوده است اما به هر حال همکاری‌های محدود و محدود در تنگنا انجام می‌شود. انتقال وجوه ناشی از خرید و فروش نفت در تحریم بانکی سخت‌تر از همیشه انجام می‌شود و البته این سختی به دلیل وابستگی اقتصاد ایران به نفت به شکل دومینووار دیگر بخش‌هایی را که از درآمد نفت تغذیه می‌کنند تحت تاثیر قرار می‌دهد. تحریم در بخش بانکی همیشه ملموس و اثرگذار تر از دیگر بخش‌ها بوده است. نظام کنترلی آمریکا بر شبکه بانکی به دلیل نقش پولی این کشور در اقتصاد جهان تقویت شده است. با وجود این اما نمی‌توان گفت با تشدید تحریم‌های آمریکا علیه ایران و درگیر شدن شبکه بانکی و منع همکاری بانک‌های بزرگ اروپایی با بانک‌های کشورهای دنیا به آخر می‌رسد. بسیاری از موسسات و بانک‌ها و شرکت‌ها در زمان تحریم و تنگنا همکاری‌شان را با کشورها آغاز می‌کنند چراکه تحریم کاسب و تاجران خودش را در آن سوی دنیا دارد. بانک‌های کوچک همچنان همکاری با طرف‌های ایرانی را ادامه می‌دهند هرچند این همکاری محدود باشد. بانک‌هایی که با شرکت‌ها و طرف‌های آمریکایی روابط زیادی ندارند و در حوزه دلار کمتر فعالیت می‌کنند هم می‌توانند به عنوان شرکای بانکی نقش موثری در آینده بانکی ایران ایفا کنند چرا که همکاری‌شان با بانک‌های ایرانی باعث جرمیمه و تحریم خودشان نخواهد شد.

سوئیفت بعید است تحریم کند

سوئیفت یک موسسه یا تعاونی عمومی است که ایران و دیگر کشورها هم در آن عضویت دارند. این تعاونی عمومی نباید وارد ماجرای تحریم‌ها شود. با قطع دسترسی ایران به سوئیفت ارتباط بانکی ایران با شبکه بانکی جهانی مختل می‌شود، اما احتمال پیوستن سوئیفت به تحریم ضعیف است چراکه این موسسه پیش از تحریم کشورها قطعنامه‌ها و تحریم‌های سازمان ملل را برای همکاری یا عدم همکاری مد نظر قرار می‌دهد. با توجه به این مسئله برای سوئیفت که در یک کشور اروپایی فعالیت می‌کند، دلیلی برای تحریم ایران وجود ندارد. با وجود این اگر به تحریم‌کنندگان ایران بپیوندند، ارتباطات، تبادل اطلاعات، ارسال پیام‌های بانکی، حواله‌جات و مبادلات پولی ایران با مشکل روبه‌رو خواهد شد. در این صورت بانک‌های ایرانی می‌توانند از دیگر شبکه‌های ارتباطی مثل اینترنت بین بانکی، ایمیل و... استفاده کنند که البته ضریب امنیت ایمیل بسیار پایین است. به هر حال جایگزین‌هایی برای سوئیفت وجود دارد ضمن اینکه اگر ارزهای مجازی جایگاهی در اقتصاد جهانی پیدا کند دیگر نیازی به پیام‌های سوئیفتی یا دیجیتالی نیست.

ساختار بانکی

در شرایط عدم اعمال هیچ‌گونه تحریم بر اقتصاد ایران، بسیاری از بانک‌های درجه‌یک جهان با نظام بانکی ایران همکاری نمی‌کنند. دلیل این عدم همکاری به ساختار معیوب مالی و ترازنامه‌ای سیستم بانکی ما بازمی‌گردد. یکی از بزرگ‌ترین مشکلات سیستم بانکی ایران کفایت سرمایه و مدیریت ریسک است. ساختار بانکی ایران بدون توجه به تحریم‌ها باید برای رسیدن به سطح همکاری با بانک‌های بین‌المللی بیش از همیشه تلاش کند. مدیریت نظام کنترل داخلی و دیگر مسائل داخلی بانک‌ها ربطی به شرایط تحریم ندارد. بانک‌های ما در شاخص‌های بانکی از نسبت خوبی در مقایسه با هموعان خارجی و بین‌المللی‌شان برخوردار نیستند. کارایی و قدرت وام‌دهی که رسالت اصلی بانک‌هاست، با اصلاح ساختار درونی بهبود پیدا می‌کند و بانک‌ها می‌توانند به بازی توانمندی برای رشد و توسعه اقتصادی تبدیل شوند. درباره اصلاح ساختار درونی، تحریم یا عدم تحریم اهمیتی ندارد. این یک ضرورت برای سیستم بانکی است. مسائلی مثل FATF در کشور ما بیشتر رنگ و بوی سیاسی به خود گرفته است در حالی که صرفاً نظارت بر عملیات بانکی اشخاص حقیقی و حقوقی را شامل می‌شود. اینکه پولی از محل ارتش، تپانی و فرار مالیاتی در شبکه بانکی جابه‌جا نشود اهمیت دارد و پذیرش FATF به معنای شفاف‌سازی و سالم‌سازی اقتصاد است و عدم تأمین مالی تروریسم از بندهای مهم در این زمینه است. این نگرانی وجود دارد که تأیید FATF به معنای عبور از خط قرمزها و ارائه اطلاعات محرمانه کشور باشد. این در حالی است که هیچ کشوری اطلاعات محرمانه‌اش را در اختیار این سازمان قرار نمی‌دهد و استانداردهای این کمیته صرفاً بر سلامت نظام مالی کشورها اصرار دارد.

منبع: آ آینده‌نگر

بانکنامه



با دستور رئیس کل بانک مرکزی

فهرست دریافت‌کنندگان ارز نیمایی و دولتی منتشر شد

بانک مرکزی در راستای شفاف‌سازی و اطلاع‌رسانی عمومی فهرست دریافت‌کنندگان ارز دولتی و سامانه نیما را منتشر کرد. به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، فهرست انتشار یافته حاوی دریافت‌کنندگان ارز دولتی و نیمایی در بازه زمانی ۲۱ فروردین ماه سال جاری تا امروز است. گفتنی است این فهرست شامل اسامی اشخاص حقیقی و حقوقی به همراه میزان و نرخ ارز دریافتی است که از طریق سامانه نیما ارز دریافت کرده‌اند. هفته گذشته رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرده بود از روز شنبه هفته جاری فهرست دریافت‌کنندگان ارز اطلاع‌رسانی خواهد شد. لازم به ذکر است فهرست مذکور از این پس نیز به‌روزرسانی خواهد شد.

ایمان ولی‌پور
ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

روز گذشته دادستان تهران از خروج متهم سکه ثامن از کشور خبر داد و این درحالی بود که چند ساعت پیش از آن، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران از موجودی ۵۰ میلیارد تومانی حساب‌های بانکی مدیر سکه ثامن خبر داده بود. با این حال، متهم از کشور گریخته و به گفته جعفری دولت‌آبادی دادستان تهران، چند روز قبل از آن هم همسرش را از کشور خارج کرده بود. بر این اساس، دادستان تهران بار دیگر از مردم خواست که غیر از بانک و موسسات مالی مجاز، به هیچ شرکت و موسسه‌ای اعتماد نکنند و تأکید کرد که هیچ شرکت و موسسه‌ای جز بانک و موسسات مالی مجاز حق ندارد به مردم سود پرداخت کند و پرداخت سود به‌ویژه در قالب سپرده‌های کلان جرم است.

اما این تنها پرونده‌ای نبود که دادستان دپروز درباره آن صحبت کرد. جعفری دولت‌آبادی در رابطه با پرونده کلاهبرداری در قالب دریافت طلا و پرداخت سود به مردم نیز از اتحادیه طلا و جواهرات به دلیل عدم نظارت گلايه کرد و درباره متهم پرونده گفت: «متهم این پرونده که سال‌های زیادی در تهرانپارس به عنوان طلافروش فعالیت می‌کرده هفته گذشته در شیراز دستگیر و همه اموال وی توقیف شده است. این فرد مدعی است که بیش از ۲۴۰ میلیارد تومان بدهی ندارد و می‌توان گفت که اموال توقیف شده از وی تکافوی پرداخت بدهی‌ها را می‌دهد.» جعفری دولت‌آبادی با بیان اینکه هیچ‌کسی حق ندارد در ازای دریافت طلا به مردم سود دهد، گفت: «حتی بانک کارگشایی نیز وقتی طلاهای مردم را می‌گیرد در قالب ارزش طلا به آن‌ها وام می‌دهد و سودی پرداخت نمی‌کند و اشکالی نیز ندارد، اما در این پرونده از افراد پول و طلا گرفته شده و به آن‌ها سود داده‌اند که اشکال دارد. دادستان تهران از مردم خواست که به دلیل دریافت سود بیشتر به سمت چنین افرادی نروند که در نهایت پرونده تشکیل شود و هم برای خودشان و هم برای کشور، دردسر ایجاد شود.»

آیا خبر «موجودی ۵۰ میلیارد تومانی حساب بانکی مدیر سکه ثامن» صحت دارد؟

متهم گریخت



دارد و صاحب چندین املاک و زمین است.»

طلای آب‌شده تخرید، ضرر می‌کنید

همچنین مسعود یزدانی، نایب‌رئیس اتحادیه طلا و جواهر در رابطه با «پرونده ثامن» گفت: «این شرکت از اتحادیه طلا و جواهر هیچ‌گونه مجوزی نداشته و به صرف داشتن مجوز اتحادیه طلای بناب، در تهران فعالیت می‌کرده که با دریافت نصاب اعتماد الکترونیک به تبلیغات گسترده و جمع‌آوری مشتریان فراوان اقدام کرده که در نهایت باعث ضرر هنگفتی به مردم و خریداران طلا و سکه شد.»

او با بیسان اینکه طلای ثامن با نماد اعتماد الکترونیک مردم را فریب داد، از مردم خواست تا از واحدهای دارای «جواز سکه‌فروشی» که دارای هلوگرام اتحادیه هستند، سکه خرید کرده و دقت کنند که پلمب سکه با واحد صنفی یکی بوده و از خرید سکه از افراد متفرقه یا دیگر رسته‌های این صنف جدا خودداری کنند.

نایب‌رئیس اتحادیه طلا و جواهر ضمن ممنوع اعلام کردن هرگونه معاملات طلا، جواهر و سکه در فضای مجازی، توصیه کرد که مردم طلای آب‌شده، طلای دست دوم و قسطنی نخرند. یزدانی در گفت‌وگو با ایسنا، به مردم اکیدا توصیه کرد که از خرید «طلای دست دوم» «طلای قسطنی» اجتناب کنند که این دو مورد تبعات و پیامدهایی را برای خریداران ایجاد می‌کند و باعث متضرر شدن آنان می‌گردد و متأسفانه با توجه به شرایط فعلی اقتصاد، این موارد بیش از بقیه مشاهده شده است.

نایب‌رئیس اتحادیه طلا و جواهر تقاضای مردم برای خرید آب‌شده طلا را یکی دیگر از مشکلات عنوان کرد و افزود: «به مردم توصیه می‌کنیم که به سمت طلای آب‌شده یا شمش طلا نروند، چراکه در اکثر موارد با بحث تخصصی و عیار آن آشنایی نداشته و موجب ضررشان می‌شود. در همین راستا مردم می‌توانند از مصنوعات طلای کم‌اجرت که هم مقرون به صرفه و هم دارای کد استاندارد و کد شناسایی است برای خرید طلا استفاده کنند.»

حساب بانکی ۵۰ میلیارد تومانی

اما در حالی رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران از موجودی ۵۰ میلیارد تومانی حساب‌های بانکی مدیر سکه ثامن خبر داده که صحت و سقم آن هنوز مشخص نیست، به خصوص از این جهت که متهم پرونده نیز از کشور گریخته و با این حال، به گفته دادستان تهران، تمام حساب‌ها و اموالش از جمله املاک و تعدادی اتومبیل گرانقیمت توقیف شده است. از سوی دیگر، به نظر می‌رسد این گمانه‌زنی‌های رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران درباره موجودی میلیاردی حساب‌های بانکی متهم پرونده ثامن بیشتر از بابت رفع مسئولیت از اتحادیه طلا و جواهر باشد، چه آنکه دادستان تهران نیز از بابت عدم نظارت این اتحادیه بر فروش آنلاین و بدون مجوز موسسه ثامن گله‌مند بود.

آیست محمدرولی، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران در این باره گفته بود: «پرونده سکه ثامن توسط دستگاه قضایی در حال رسیدگی و تحقیقات بیشتر است و مال‌باختگان سکه ثامن نیز به منظور معلوم شدن تعداد مال‌باختگان و رقم کلاهبرداری این شرکت باید برای شکایت به دادگاه مراجعه کنند و منتظر باشند تا این پرونده به صورت قانونی تعیین تکلیف شود؛ شرکت سکه ثامن باید تا آخرین ریال نسبت به پرداخت سرمایه مال‌باختگان اقدام کند، اتحادیه طلا و جواهر یا بانک مرکزی مسئول بازپرداخت سرمایه مردم نیست چرا که بارها برای معاملات سکه و طلا به صورت آنلاین هشدار داده شده بود و اتحادیه و بانک مرکزی هیچ‌گونه مجوز یا تبلیغاتی برای این کسب و کار نداشته که حالا بعد از اعلام ورشکستگی نسبت به پرداخت خسارت‌های آن اقدام کند.»

او در گفت‌وگو با ایسنا، درباره موجودی ۵۰میلیاردی حساب‌های متهم پرونده نیز گفته: «با توجه به توقیف حساب‌های مدیر سکه ثامن با همکاری بانک مرکزی و تحت تعقیب قضایی گرفتن این فرد توسط دستگاه قضایی، اطلاعاتی به ما رسیده که عنوان می‌کند مدیر سکه ثامن در حدود ۵۰ میلیارد تومان در حساب‌های بانکی خود موجودی

همه‌چیز درباره اس‌پی‌وی

رمزگشایی راهکار اروپا برای همکاری با ایران

با استقبال آلمان، انگلیس و ایتالیا روبه‌رو شد. چنین ایده‌ای این مزیت را دارد که نیازمند جذب سرمایه عمومی نیست و نهایتاً در قالب یک موسسه مالی مستقل عمل می‌کند.

اس پی وی چیست؟

اما سوال این است که مکانیزم مالی اروپا برای همکاری با ایران چگونه کار خواهد کرد؟ اتحادیه اروپا وعده داده تا علی‌رغم تحریم‌های آمریکا به همکاری اقتصادی با ایران ادامه دهد و این کار از طریق سازوکار پیشنهادی ویژه (اس پی وی) صورت خواهد گرفت.

به گزارش ایسنا به نقل از دویچه وله، اس پی وی چیست و چگونه کار خواهد کرد؟ در واقع هدف این مکانیزم جدید فراهم کردن امکان مبادلات مالی با ایران و شرکت‌های خریدار نفت و صادرکننده کالا به ایران است. آن طور که اداره خدمات خارجی اتحادیه اروپا اعلام کرده است، این مکانیزم با هدف اجرای کامل و موثر برجام ایجاد می‌شود.

در واقع این سیستم پرداخت به کسب وکارهای اروپایی امکان می‌دهد تا بدون تحریم شدن توسط آمریکا به روابط خود با ایران ادامه دهد. در سال ۲۰۱۷ اتحادیه اروپا پس از چین بزرگ‌ترین شریک تجاری ایران بوده است. به عقیده برخی تحلیلگران این مکانیزم جدید به شرکت‌ها امکان می‌دهد برای تبادل مالی با ایران نیازی به سیستم سوئیفت نداشته باشند.

طبق ساز و کار پیشنهادی اروپا، شرکتی که از ایران نفت می‌خرد به جای پرداخت وجه به ایران، آن را مستقیماً یا با واسطه به شرکتی که کالا به ایران می‌فروشد پرداخت خواهد کرد و وجهی به ایران نخواهد رفت. همچنین مبادلات در این مکانیزم بر حسب یورو خواهد بود و دلار از مبادلات کنار گذاشته خواهد شد. به گفته برخی از سیاستمداران

نماگر بازار سهام



ورود شاخص بورس به تراز ۱۸۷ هزار واحدی

بورس باز هم رکورد زد

شاخص بورس دیروز شنبه با ورود نقدینگی‌های جدید ۶ هزار و ۷۷۰ پله نسبت به روز چهارشنبه هفته گذشته (۴ مهر) رشد کرد و در ابتدای هفته در جایگاه ۱۸۷ هزار و ۴۰۶ واحدی ایستاد. در واقع، افزایش قیمت سهامها و رکوردشکنی شاخص بورس نیز با قوت دنبال شد و در بسیاری از سهامها صف‌های خرید وجود داشت، این در حالی است که سهامداران نیم‌نگاهی به وضع تحریم‌های آمریکا در آبان ماه نیز دارند. به گزارش ایسنا، دیروز بار دیگر بازیگران بازار سهام شاهد افزایش قیمت سهامها با شتاب فزاینده‌ای بودند، به طوری که در بیشتر گروه‌ها مخصوصاً گروه‌های صادرات‌محور از جمله نفتی‌ها، پتروشیمی‌ها، پالایشی‌ها و فلزات اساسی شاهد صف خرید بودیم.

شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران که این روزها هر لحظه در حال رکوردشکنی است شنبه نیز ۶ کانال جدید را پشت سر گذاشت و برای اولین بار در تاریخ بورس وارد تراز ۱۸۷ هزار واحدی شد. افزایش ۶۷۷۰ واحدی نماگر بازار سرمایه، در حالی رخ می‌دهد که ریسک‌های سیستماتیک و غیرسیستماتیک بازار سهام را در بر گرفته است. بسیاری از سهامداران و فعالان بازار سهام نیم‌نگاهی به آبان ماه و شروع به تحریم‌های یک جانبه آمریکا دارد. از طرفی به خاطر رشد فزاینده ارزهای خارجی از جمله یورو و دلار شرکت‌هایی که محصولات صادراتی دارند سود بیشتری را در صورت‌های مالی خود شناسایی کردند و فعالان بازار سرمایه نیز به خرید این قبیل سهام‌ها به شدت ترغیب شده‌اند.

در این روزها عمده افرادی که در بورس اوراق بهادار دادوستد می‌کنند نوسان‌گیران بازار سهام هستند. این افراد با هدف به دست آوردن بازده‌های لحظه‌ای اقدام به خریدوفروش می‌کنند و تقریباً می‌توان با توجه به آنچه که تابلوی بورس نشان می‌دهد و با توجه به تعداد، حجم و ارزش معاملات و جو بازار این موضوع را به وضوح دید که کسی با هدف بلندمدت در بورس سرمایه‌گذاری نمی‌کند.

شاخص کل هم‌وزن نیز با رشد فزاینده ۱۶۳ واحدی مواجه شد و تا رقم ۳۲ هزار و ۱۸۱ بالا رفت اما در عین حال شاخص آزاد شناور ۷۱۷۷ واحد افزایش یافت و به رقم ۱۹۹ هزار و ۶۵۰ واحدی رسید. در عین حال شاخص بازار اول و دوم هر یک به ترتیب ۴۵۹۵ و ۱۵ هزار و ۳۶۶ واحد رشد کردند. دیروز سهام‌هایی در گروه پتروشیمی و پالایشی بیشترین تاثیر را بر نوسانات شاخص‌های بازار داشتند، به طوری که صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس، سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تامین و پالایش نفت اصفهان هر یک به ترتیب ۵۸۱، ۵۰۲ و ۴۳۹ واحد تاثیر فزاینده روی شاخص‌های بازار داشته‌اند. در گروه محصولات شیمیایی دو نماد صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس و سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی شاهد رشد فزاینده‌ای در قیمت نهایی بوده‌اند، به طوری که تاپیکو توانست بیش از ۱۰ درصد در قیمت پایانی رشد کند. ۸۳ درصد از خریداران این سهم حقیقی و حدود ۱۶ درصد حقوقی بودند. صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس نیز ۵۵ درصد با رشد قیمت مواجه شد که ۵۶ درصد از خریداران آن سهامداران حقیقی بودند. از طرفی در بازار سراسر سبز روز شنبه، فرآورده‌های نفتی نیز یک‌دست با رشد قیمت مواجه شده است و سهامداران برای خرید سهام‌های آن صف کشیدند. در این گروه ۱۱۶ میلیون سهم به ارزش بیش از ۱۵۹ میلیارد تومان مورد دادوستد قرار گرفت. در گروه خودرو و ساخت قطعات نیز به جز معدود سهم‌هایی مابقی یک‌دست با رشد قیمت مواجه شده‌اند و در سهام‌های شاخص‌ساز این گروه شاهد صف خرید بودیم. به عنوان نمونه در سهم ایران خودرو که در ساعاتی از معاملات با صف خرید مواجه بود ۹۳۵ درصد از خریداران افراد حقیقی و مابقی حقوقی بودند. ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۱۴۲۵ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن بیش از ۳۰۷ میلیون سهم و اوراق مالی طی ۲۵۲ هزار و ۸۵ نوبت دادوستد بود.

آیفکس نیز در رشدی بی‌سابقه حدود ۸۰ واحد بالا رفت و تراز تاریخی ۲۱۵۰ واحدی تجربه کرد. حجم معاملات فرابورس ایران ۱۰۳ میلیارد سهم و اوراق مالی را پشت سر گذاشت و ارزش آن به ۷۳۴ میلیارد تومان رسید.



سطح سهم یک شرکت باشد. مثلاً اگر سرمایه‌گذاران در مقابل سهم «ایران خودرو» رفتار توده‌وار داشته باشند و «ایران خودرو» نیمی از صنعت خودرو را شامل شود، احتمال دارد سرمایه‌گذاران در صنعت خودرو رفتار توده‌وار نشان دهند.

صنعت برای سرمایه‌گذاران خرید یک سبک است

نتایج پژوهش مشخص می‌کند که می‌توان صنعت را به‌عنوان نوعی سبک قلمداد کرد، به‌طوری‌که معاملات سرمایه‌گذاران خرید در سطح سبک صنعت حدود ۲۳ درصد همبستگی داشتند. همچنین نتایج نشان می‌دهد سرمایه‌گذاران به سبک‌های دیگری همچون «اندازه» و «ارزش دفتری» به بازار نیز توجه می‌کنند. در واقع، اطلاعات صنعت، اندازه و ارزش دفتری به بازار به‌عنوان سه سبک برای دسته‌بندی اطلاعات در کانون توجه سرمایه‌گذاران قرار دارد. از این رو، دسته‌بندی دقیق و مناسب صنایع و شرکت‌های مرتبط می‌تواند در تحلیل مناسب به سرمایه‌گذاران کمک کند. یافته‌های این پژوهش اهمیت اطلاعات در سطح صنعت در بازار سرمایه را نشان می‌دهد. همچنین وجود استفاده سرمایه‌گذاری سبک پایه تأیید می‌شود، یعنی سرمایه‌گذاران به جای تحلیل تک‌تک سهام، به انتخاب گروه (مثلاً اندازه کوچک‌تر) می‌پردازند، سپس از میان شرکت‌های کوچک، سهم مدنظر را خریداری می‌کنند. در این پژوهش به‌طور مستقیم استفاده از سبک «صنعت» و به‌طور غیرمستقیم استفاده از سبک‌های «اندازه» و «ارزش دفتری» به بازار نشان داده شده است. این نتایج می‌تواند در شرکت‌های مدیریت سرمایه و مشاورانی که به سهامداران خرید خدمات می‌دهند به کار آید. همچنین مدیران و تحلیلگران بازار سهام نیز می‌توانند با استفاده از نتایج این پژوهش، آگاهی بیشتری نسبت به رفتار سهامداران، به‌خصوص سهامداران خرید، داشته باشند.

یک صنعت، به اطلاعاتی درباره یک شرکت خاص در همان صنعت پی ببرند.

اگر سرمایه‌گذار، سهام را بر مبنای صنعت دسته‌بندی کند، پس تصمیم سرمایه‌گذاری وی ترکیبی در سطح صنعت (و نه در سطح شرکت) خواهد داشت. این موضوع نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران سهام خود را می‌فروشند و مجدداً سهام مرتبط با صنعت هدف را می‌خرند (بازتخصیص). این خرید مجدد و بازنگری سبب سرمایه‌گذاری در سطح صنعت، باید با فراوانی بیشتری انجام شود و خرید مجدد بین گروه‌های تصادفی سهام (در سطح شرکت) کمتر روی دهد.

به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاری سبکی در بازار سرمایه، امر رایجی باشد. دست‌کم به دو دلیل ممکن است سرمایه‌گذاران از الگوی سرمایه‌گذاری سبکی پیروی کنند: نخست، دسته‌بندی که مشکل انتخاب را ساده می‌کند و اجازه پردازش مقادیر زیاد اطلاعات را با کارایی معقول می‌دهد؛ دوم، ایجاد دسته‌های دارای به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند که عملکرد مدیران مالی حرفه‌ای را ارزیابی کنند، چون سبک به‌طور خودکار گروه‌های مدیران همتایی را ایجاد می‌کند که سبک خاصی را دنبال می‌کنند. با سبک می‌توان عملکرد مدیران مختلف را با یکدیگر در سرمایه‌گذاری روی یک سبک خاص مقایسه کرد.

از میان سرمایه‌گذاران حاضر در بازار سرمایه، به‌طور خاص، سرمایه‌گذاران خرید مستعد معامله براساس احساسات هستند. سرمایه‌گذاران خرید معمولاً به‌دنبال تنوع‌بخشی سرمایه‌گذاری و کاهش ریسک هستند. در واقع، آنها به امید بازده آتی سبب سهام خود سرمایه‌گذاری می‌کنند، نه به امید آینده بهتر یک شرکت خاص، اما به‌دلیل ملاحظه هزینه‌های منفعت، سرمایه‌گذاران خرید اطلاعات کافی و تخصص لازم را برای اتخاذ تصمیم بهینه ندارند. در مقابل، سرمایه‌گذاران نهادی دارای ساختار منسجم سازمانی و شبکه پیچیده مالکانه، تصمیم آگاهانه‌تر و منطقی‌تری اتخاذ می‌کنند و کارایی تخصصی منابع توسط بازار را سرعت و بهبود می‌بخشند. با توجه به مطالب بیان‌شده، دست‌کم به دو دلیل انتظار می‌رود خرید سهام و سرمایه‌گذاری مجدد در سطح صنعت (سبک) میان سرمایه‌گذاران خرید قوی‌تر باشد؛ نخست، در مقایسه با سرمایه‌گذاران نهادی، سرمایه‌گذاران خرید منابع مالی و اطلاعاتی محدودتری دارند. از این رو، به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاران خرید مستعد هستند که تصمیم برای سرمایه‌گذاری را با دسته‌بندی سهام برحسب صنعت ساده‌تر کنند. در واقع، پردازش اطلاعات پنجاه صنعت متفاوت نسبت به پردازش اطلاعات صدها سهم از شرکت‌های متفاوت، زمان و هزینه بسیار کمتری را طلب می‌کند.

دوم، پژوهش‌های پیشین در سایر کشورها، شواهد قوی یافته‌اند که سرمایه‌گذاران خرید به‌طور نظام‌مند از یکدیگر پیروی می‌کنند و معاملات آنان هم‌بسته است.

صنعت و سبک

این پژوهش به دنبال بررسی کاربرد صنعت به‌عنوان سبک در میان سرمایه‌گذاران خرید در بورس اوراق بهادار تهران است. پرسش‌های اصلی نیز به شرح زیر است:

- ۱- آیا صنعت به‌عنوان سبک کاربرد دارد؟
- ۲- فراوانی و گستره کاربرد صنعت به‌عنوان سبک به چه میزان است؟ در صورت وجود سرمایه‌گذاری سبکی، پدیده رفتار توده‌وار گروهی از سرمایه‌گذاران و تشکیل یک سبک روی می‌دهد. رفتار توده‌وار در شکل یک رفتار بهم‌پیوسته، زمانی رخ می‌دهد که سرمایه‌گذاران از سایر سرمایه‌گذاران تقلید و پیروی می‌کنند، درحالی‌که اطلاعات و عقاید خود را نادیده می‌گیرند. به احتمال زیاد، این رفتار در گروهی از دارای‌های مشابه، مانند سهام یک صنعت خاص رخ می‌دهد. در تحلیل رفتار توده‌وار بر منشأ این رفتار تمرکز می‌شود که ممکن است نشأت‌گرفته از اطلاعات بنیادی یا متأثر از عملکرد سایر سرمایه‌گذاران باشد. اگر صنعت در نگاه سرمایه‌گذاران نوعی سبک باشد، انتظار می‌رود معاملات سرمایه‌گذاران در سطح صنعت، دارای همبستگی باشد. فرضیه اول این پژوهش به بررسی این موضوع می‌پردازد.

در سطح شرکت، ممکن است این سیگنال‌ها متناوب و دربردارنده اطلاعات خاص درباره عملکرد آتی یک شرکت خاص باشند. ممکن است رفتار توده‌وار در سطح صنعت، برآمده از بروز رفتار توده‌وار در

سرمایه‌گذاری سبک‌پایه از جمله نظریه‌های مطرح در حوزه مالی رفتاری است. در سرمایه‌گذاری سبک‌پایه سرمایه‌گذاران ابتدا گزینه‌های سرمایه‌گذاری پیش رو را بر مبنای یک ویژگی مشترک گروه‌بندی می‌کنند، سپس از گروه منتخب دارای مد نظر را می‌خرند. این ویژگی مشترک «سبک» نامیده می‌شود که اساس گروه‌بندی است. در این گزارش کاربرد «صنعت» به‌عنوان سبک در «سرمایه‌گذاری سبک‌پایه» بررسی شده است. همبستگی معاملات سرمایه‌گذاران خرید در سطح صنعت با کنترل متغیرهای اندازه و ارزش دفتری به ارزش بازار آزمون علمی شده است. به عبارت دیگر، آزمون شده است که آیا سرمایه‌گذاری در تعداد زیاد هستند که فقط سهام گروه‌های شرکت‌های صنعتی را در بازار سهام بخرند و اگر چنین کسانی در بازار بورس تهران وجود دارند، چه ویژگی‌هایی دارند.

به گزارش آینده‌نگر، این گزارش را مجتبی سلیمانی مارشک، سید عباس هاشمی و سعید صمدی در پژوهش خود انجام داده‌اند و نتایج آن را تحت عنوان «سرمایه‌گذاری صنعت‌پایه و سرمایه‌گذاران خرید» در آخرین شماره فصلنامه «تحقیقات مالی» دانشکده مدیریت دانشگاه تهران منتشر کرده‌اند. آنها به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، نمونه‌ای شامل ۸ میلیون معامله متناسب به ۳۳۵ شرکت به روش حذف سامانمند از بین شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۳ انتخاب کردند و مورد آزمون قرار دادند. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که صنعت سبکی است که سرمایه‌گذاران خرید از آن برای انتخاب سهام استفاده می‌کنند.

سرمایه‌گذاری سبکی در بازار سرمایه

این پژوهش در زمره پژوهش‌های مالی رفتاری است و به‌دنبال تحلیل سرمایه‌گذاری سبکی توسط سرمایه‌گذاران خرید است. در این رویکرد فرآیند تصمیم‌گیری طی دو مرحله صورت می‌گیرد: در گام نخست، یک سبک هدف در نظر گرفته می‌شود و در گام دوم، سهامی از آن سبک انتخاب می‌شود. سبک هدف در این پژوهش صنعت است. سرمایه‌گذاران خرید به‌دلیل محدودیت منابع مالی و اطلاعاتی، به‌دنبال ساده‌سازی و ارزان‌تر کردن تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری هستند. سرمایه‌گذاری سبکی نیز فرآیند تصمیم‌گیری را ساده می‌کند و منطقی است کاربرد آن در میان سرمایه‌گذاران خرید مشهود باشد. در این پژوهش، یک پرسش کلی درباره معامله سرمایه‌گذاران در سطح سبک صنعت بررسی می‌شود؛ آیا معامله سهام سرمایه‌گذاران خرید در سطح صنعت بهم پیوسته است؟

در نظریه رفتاری «سرمایه‌گذاری سبک‌پایه» بیان شده است که سرمایه‌گذاران بر مبنای سبک‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند. شواهد تجربی بسیاری نشان داده‌اند که اغلب سرمایه‌گذاران بر مبنای نقاط اشتراک، سهام را در گروه‌ها یا سبک‌ها دسته‌بندی می‌کنند. نتایج تجربی نیز تأیید می‌کند که سرمایه‌گذاران سهام را بر مبنای گروه یا قیمت شاخص دسته‌بندی می‌کنند. یکی از مباحث دسته‌بندی رایج میان سرمایه‌گذاران، دسته‌بندی براساس صنعت است. برای مثال، غالباً سهام شرکت‌های ایران خودرو، سایپا و پارس خودرو را به‌عنوان «سهام صنعت خودرو» و سهام شرکت‌های زهراوی، رازک و فراری را به‌عنوان «سهام صنعت داروسازی» دسته‌بندی می‌کنند.

به‌طور خاص، دسته‌بندی صنایع در رویکرد سرمایه‌گذاری بالا به پایین (کل به جزء) اهمیت دارد؛ یعنی سرمایه‌گذاران ابتدا صنعتی را با ویژگی‌های مدنظر خود انتخاب می‌کنند و سپس در صنعت منتخب به جست‌وجوی سهام شرکت مناسب اقدام می‌کنند. تحلیل صنعت برای هر دو طرف خریدار و فروشنده اهمیت دارد. تحلیلگران طرف خریدار، اغلب صندوق‌های سرمایه‌گذاری متخصص در صنعتی خاص را پیشنهاد می‌کنند. تحلیلگران طرف فروشنده، به‌طور معمول پیش‌بینی‌ها و تحلیل‌هایی را در سطح صنعت منتشر می‌کنند. به همین سان، تحلیلگران در سطح شرکت‌ها نیز متخصص در یک صنعت هستند و اغلب تحلیل‌هایی در سطح شرکت را با تحلیل‌های گسترده در سطح صنعت تکمیل می‌کنند. به‌علاوه، بسیاری از پدیده‌های مالی همچون بازار عرضه اولیه سهام، ادغام شرکت‌ها، تحصیل شرکت‌های دیگر، پاداش مدیران و حباب‌های بازار سهام، اغلب ترکیب مشخصی در سطح صنعت دارند. همچنین نتیجه پژوهش‌ها نشان داده است که سرمایه‌گذاران می‌توانند بر مبنای اطلاعات شرکت‌های دیگر حاضر در

آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله‌ای (فشرده)



به شماره ۱۳-۷-۹۷-۱۰۰-۱۰۰-T ACS100

موضوع: ۸ دستگاه برف خوار (SNOW BLOWER) فرودگاهی

شرکت فرودگاهها و ناوبری ایران در نظر دارد نسبت به خرید ۸ دستگاه برف خوار (SNOW BLOWER) فرودگاهی از طریق مناقصه عمومی دو مرحله‌ای (فشرده) اقدام نماید در صورت تمایل به دریافت اسناد مناقصه بصورت حضوری با پرداخت ۳۰۰/۰۰۰ ریال از طریق دستگاه کارتخوان (POS) مستقر در اداره درآمد شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران به آدرس زیر مراجعه فرمایند.

آدرس: فرودگاه بین‌المللی مهرآباد - بلوار معراج - ساختمان شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران - اداره کل تدارکات و تامین تجهیزات - اداره قراردادها.

در صورت نیاز به دریافت اسناد بصورت غیر حضوری، از طریق پایگاه ملی مناقصات به آدرس <http://iets.mporg.ir> اقدام نمایند.

ردیف	شماره فراخوان عمومی	موضوع فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله‌ای (فشرده)
	T-ACS100-97-7-13	۸ دستگاه برف خوار (SNOW BLOWER) فرودگاهی

مهلت خرید و دریافت اسناد حضوری تا ساعت ۱۶ روز چهارشنبه مورخ ۹۷/۷/۱۱ می‌باشد. مهلت تحویل پیشنهادات تا ساعت ۱۶ روز دوشنبه مورخ ۹۷/۷/۳۰.

م.الف ۲۱۷۹ اداره کل تدارکات و تامین تجهیزات شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران



امکان استفاده از وای فای رایگان آسیاتک در تخت جمشید

شرکت آسیاتک در راستای ایجاد تسهیلات جهت دسترسی عموم مردم به خدمات پرسرعت و باکیفیت، اقدام به ارائه خدمات وای فای رایگان Public WIFI در بیش از ۷۰ نقطه کشور اعم از اغلب فرودگاه‌ها، ایستگاه‌های راه آهن، مراکز بزرگ خرید و مراکز گردشگری سراسر کشور کرده است.

به گزارش روابط عمومی شرکت آسیاتک هدف اصلی این شرکت از ارائه سرویس وای فای رایگان در مراکز پررفت و آمد و پرتردد کشور، افزایش میزان رضایت‌مندی عمومی جامعه و استفاده از سرویس اینترنت رایگان و با کیفیت است.

براساس این گزارش، تخت جمشید یکی از مراکز مهم گردشگری کشور شناخته می‌شود که هر ساله میزبان میلیون‌ها گردشگر ایرانی و خارجی است و بر همین اساس به عنوان یکی از مراکز ارائه خدمات وای فای رایگان آسیاتک انتخاب شد.

در ادامه این گزارش آمده است کلیه گردشگران ایرانی و خارجی از این‌س پس می‌توانند در هنگام بازدید از تخت جمشید، با اتصال به Asiotech Free WIFI و انتخاب گزینه اتصال رایگان، از اینترنت رایگان و باکیفیت آسیاتک لذت ببرند.

همچنین مشترکین شرکت آسیاتک نیز علاوه بر امکان دسترسی به اینترنت رایگان، در صورت تمایل می‌توانند با وارد کردن نام کاربری و رمز عبور سرویس فعلی خود، با سرعت و کیفیت سرویس فعلی در کلیه مکان‌های دارای سرویس Asiotech Public WIFI استفاده کنند.

کالاهای احتکاری به زودی با تعیین قیمت توزیع می‌شود

معاون امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صمت گفت بعد از ابلاغ نظر سران قوا، با نظر وزارت صمت در کوتاه‌ترین زمان نسبت به قیمت‌گذاری و توزیع کالاهای احتکاری اقدام خواهد شد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، حسن یونس سینیکی در حاشیه رونمایی از سامانه‌های جامع تجارت، جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا در جمع خبرنگاران، اظهار کرد: درخصوص احتکار باید در چارچوب و مسیر قانونی آن درباره توزیع‌اش تصمیم‌گیری شود، با روندی که کالاهای احتکاری طی کرده بود احساس کردیم نیازمند به یک هماهنگی برای عرضه این کالاها هستیم و مجوز خاصی را از طرف سران قوا طلب کردیم امروز قرار است که در جلسه سران محترم قوا این مسئله مطرح شود، بعد از ابلاغ نظر سران قوا تنها سازمان مرجع اعلام احتکار کالا، سازمان حمایت مصرف‌کننده خواهد بود و با نظر وزارت صمت در کوتاه‌ترین زمان نسبت به قیمت‌گذاری و توزیع کالاهای احتکار شده اقدام خواهد شد.

معاون امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صمت در پاسخ به سوال خبرنگار اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، درباره زمان‌بر شدن این امر ضمن رد این موضوع افزود: خوشبختانه علی‌رغم فضای که برای کالاهای احتکاری ایجاد شد، ما در بررسی‌های حرفه‌ای خودمان متناسب با این فضا کالای احتکار شده نداشتیم. ما باید توجه داشته باشیم که وقتی فقط به مردم انبوه نگهداری کالا را گزارش می‌کنیم از نظر اقتصادی مفهوم این‌تجمع کالا احتکار نیست، برخی از اینها در جریان طبیعی تامین کالا نگهداری و عرضه شده است، درحالی که از منظر افکار عمومی هرچا تمرکز کالایی وجود داشته به نوعی کالای احتکار شده تعریف شده است، اما از نگاه تخصصی این کالا احتکار شده نبوده است.

حسن یونس سینیکی اظهار کرد: در حال حاضر لیست کالاهایی که احتکار شده در آمده و انبار آنها مشخص است و از این به بعد طبق ابلاغیه‌ای که هفته گذشته شده اگر کالاهایی که وارد انبار می‌شوند، در سامانه انبارها ثبت نشده باشد و ورود و خروج این کالاها در این سامانه تایید نشده باشد کالا به عنوان کالای احتکاری ضبط خواهد شد و با همان توضیحی که ارائه داده شد در حوزه جغرافیایی خودش در کوتاه‌ترین زمان هم قیمت کالای احتکاری توسط سازمان حمایت اعلام خواهد شد هم نسبت به توزیع‌اش دستور خواهد داد.

سامانه جامع تجارت رونمایی شد

سامانه جامع تجارت دیروز با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت و وزیر ارتباطات به منظور رصد آنلاین تجارت در کشور رونمایی شد. به گزارش تسنیم، یکی از برنامه‌هایی که در سامانه جامع تجارت پیگیری می‌شود رصد آنلاین انبارها است تا از احتکار کالا جلوگیری شود همچنین وضعیت صادرات و واردات بازرگانان در این سامانه مورد توجه قرار می‌گیرد؛ همچنین براساس اعلام وزارت اطلاعات و فناوری ارتباطات قرار است که میان سامانه‌های آماری دستگاه‌های مختلف ارتباطی صورت گیرد و به یکدیگر وصل شود.

قیمت سیب زمینی به ۵۵۰۰ تومان رسید

قیمت هر کیلوگرم سیب زمینی در بازار داخلی به حدود ۴ تا ۵ هزار و ۵۰۰ تومان رسید و رکوردی بی‌سابقه را از خود به جای گذاشت. به گزارش تسنیم، قیمت هر کیلوگرم سیب زمینی در بازار به حدود ۴ هزار تومان تا ۵ هزار و ۵۰۰ تومان و در میادین میوه و تره بار شهرداری تهران به ۳ هزار تومان تا ۳ هزار و ۴۰۰ تومان رسید و رکوردی بی‌سابقه را از خود به جای گذاشت. افزایش نرخ دلار در ماه‌های گذشته باعث شده است که صادرات محصولات مختلف از جمله مواد خام افزایش چند برابری را تجربه کند و صادرات آنها صرفه اقتصادی برای افراد داشته باشد.

برای اعلام دقیق میزان صادرات سیب زمینی به تازمانی گمرک جمهوری اسلامی ایران مراجعه شد اما این سایت از ارائه آمار جزئیات صادرات و واردات اقلام مختلف خودداری کرده است و بخش‌های مرتبط با این آمار قابل استفاده نیست. بنابر این گزارش قیمت هر کیلوگرم سیب زمینی در ماه‌های گذشته هزار و ۲۰۰ تومان تا ۲ هزار و ۵۰۰ تومان قیمت داشت.

راهکار جدید برای تسهیل اعطای مجوز واردات

صف طولانی متقاضیان ثبت سفارش پشت درب وزارت صمت



سفارش از ساختمان استاد نجات‌اللهی وزارت صمت، اظهار کرد: در برخی از مواقع مشکلی به وجود می‌آید و دولتمردان برای حل این مشکل، مشکلات جدیدی ایجاد می‌کنند.

فعال تجاری و صادرکننده کشور گفت: بحث ثبت سفارش یکی از موضوعاتی بود که با بی‌تدبیری، مشکل آن تبدیل به یک معضل شد و مطمئن باشید که تا چند وقت دیگر دولتمردان اعلام می‌کنند که این روش ثبت سفارش جدید اشتباه بوده و باید راهکارهای جدیدی اجرا شود.

وی افزود: به طور حتم با سیستم جدیدی که برای ثبت سفارش در نظر گرفته شده است روند کاری در این حوزه تسهیل نخواهد شد. نئی‌زاده با اشاره به ممنوعیت واردات کالاهای گروه چهارم توسط دولت، گفت: کالاهای گروه اول که ارز دولتی دریافت کرده و نظارت‌های خاصی بر روی آنها وجود دارد، اما کالاهایی که نه جزو گروه یک و نه جزو گروه چهارم است چرا باید با بوروکراسی سخت اداری روبه‌رو شوند.

فعال تجاری و صادرکننده کشور تصریح کرد: آیا چنین عملکردی غیر از اتلاف هزینه، سرمایه و وقت مردم است و نکته مهم‌تر اینجاست که هرچایی که محدودیتی ایجاد شده ناخودآگاه رانت و فساد به وجود آمده است.

کشور ندارند و می‌بایست برای بازگشت امور به حالت عادی همکاری بیشتری با دولت صورت دهند.

وی تصریح کرد: شرایط کنونی شرایط عادی نیست که بخواهیم همه چیز را سریع به دست آوریم و هزینه‌های برای آن نکنیم.

فزونسی با تقبیح غر زدن‌های برخی از فعالان بخش خصوصی گفت: بسیاری از موارد به وجود آمده ناگزیر بوده و ربطی هم به اقتصاد ندارد. فعال حوزه تجارت با توصیه به فعالان بخش خصوصی برای صبر بیشتر در راستای رسیدن به شرایط عادی اظهار کرد: راهکارها و دستورالعمل‌هایی که دولت ارائه می‌دهد در نهایت مفید واقع خواهد شد و رسیدن به هدف‌های مهم اقتصادی نیازمند همکاری همه بخش‌های مختلف با دولت است.

وی تأکید کرد: اکنون مشکل اصلی کشور مشکل عملیاتی نیست بلکه مشکلات اقتصادی پایه‌ای داریم که اصلی‌ترین آنها وجود نقدینگی بالا در کشور است و می‌بایست تمام انرژی خود را در جهت برطرف کردن این مشکلات به کار بریم.

محدودیت؛ ایجاد رانت و فساد می‌کند

حمید نیسی‌زاده، فعال تجاری و صادرکننده کشور در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان؛ درخصوص دریافت کد هشت رقمی ثبت سفارهای طولانی جلوی درب وزارت صمت به وجود آید.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وزارت صنعت، معدن و تجارت به منظور بررسی بیشتر کالاهای وارداتی به کشور اعلام کرده است کسانی که متقاضی ثبت سفارش کالا هستند باید مرحله آخر ثبت سفارش یعنی دریافت کد ۸ رقمی را به صورت حضوری در ساختمان استاد نجات‌اللهی این وزارتخانه انجام دهند.

در روزهای گذشته، تماس‌های متعددی از سمت متقاضیان ثبت سفارش به باشگاه خبرنگاران جوان انجام شد و طی این تماس‌ها، فعالان تجاری کشور از میزان بالای متقاضیان در صف دریافت کد ۸رقمی ثبت سفارش از سراسر کشور و اتلاف وقت و هزینه خود شاکی بودند.

در راستای بررسی بیشتر موضوع ثبت سفارش و مشکلات آن، با چند تن از صاحب‌نظران به گفت‌وگو پرداخته‌ایم که در ادامه می‌آید؛

رسیدن به هدف‌های مهم اقتصادی، نیازمند همکاری همه بخش‌های مختلف با دولت است

فرهاد فزونی، فعال حوزه تجارت در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان؛ اظهار کرد: متأسفانه تجار ما درک درستی از وضعیت کنونی یک مقام مسئول گفت عده‌ای دلال با خرید زعفران از سازمان تعاون روستایی یا بورس کالا اقدام به فروش محصول با نرخ‌های دو تا سه برابر خرید در بازار می‌کنند.

به گفته وی، اکثر افرادی که از بورس کالا اقدام به خرید زعفران می‌کنند، هیچ سنجیتی با بازار زعفران نداشته و در واحدهای روستایی یا بورس کالا اقدام به فروش محصول با نرخ‌های دو تا سه برابر خرید در بازار می‌کنند.

به گفته وی، اکثر افرادی که از بورس کالا اقدام به خرید زعفران می‌کنند، هیچ سنجیتی با بازار زعفران نداشته و در واحدهای روستایی یا بورس کالا اقدام به فروش محصول با نرخ‌های دو تا سه برابر خرید در بازار می‌کنند.

به گفته مدیرعامل اتحادیه سراسری تعاونی‌های فرش دستباف از رشد ۱۰درصدی صادرات فرش دستباف ایران خبر داد و گفت تحریم‌ها به تنهایی نمی‌تواند بر بازار فرش ایران و صادرات آن تاثیر بگذارد. عبدالله بهرامی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: براساس آمار گمرکی در چهار ماهه امسال صادرات فرش دستباف ایران حدود ۱۰درصد افزایش داشته است. سال قبل میزان صادرات ما حدود ۴۰۰میلیون دلار بود که نسبت به دوره قبیل ۲۰درصد افزایش داشته و به‌طور متوسط از سال ۱۳۹۵ به بعد هر سال ۱۵ تا ۲۰درصد رشد صادرات داشتیم. وی با بیان اینکه تحریم‌ها به تنهایی نمی‌تواند بر صنعت فرش دستباف ایران تاثیر بگذارد، افزود: ما در سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ هم تحریم بودیم، بنابراین تنها تحریم اثرگذار نیست بلکه بیش‌تر مشکلات

مدیرعامل اتحادیه سراسری تعاونی‌های فرش دستباف از رشد ۱۰درصدی صادرات فرش دستباف ایران خبر داد و گفت تحریم‌ها به تنهایی نمی‌تواند بر بازار فرش ایران و صادرات آن تاثیر بگذارد. عبدالله بهرامی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: براساس آمار گمرکی در چهار ماهه امسال صادرات فرش دستباف ایران حدود ۱۰درصد افزایش داشته است. سال قبل میزان صادرات ما حدود ۴۰۰میلیون دلار بود که نسبت به دوره قبیل ۲۰درصد افزایش داشته و به‌طور متوسط از سال ۱۳۹۵ به بعد هر سال ۱۵ تا ۲۰درصد رشد صادرات داشتیم. وی با بیان اینکه تحریم‌ها به تنهایی نمی‌تواند بر صنعت فرش دستباف ایران تاثیر بگذارد، افزود: ما در سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ هم تحریم بودیم، بنابراین تنها تحریم اثرگذار نیست بلکه بیش‌تر مشکلات

مدیرعامل اتحادیه سراسری تعاونی‌های فرش دستباف از رشد ۱۰درصدی صادرات فرش دستباف ایران خبر داد و گفت تحریم‌ها به تنهایی نمی‌تواند بر بازار فرش ایران و صادرات آن تاثیر بگذارد. عبدالله بهرامی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: براساس آمار گمرکی در چهار ماهه امسال صادرات فرش دستباف ایران حدود ۱۰درصد افزایش داشته است. سال قبل میزان صادرات ما حدود ۴۰۰میلیون دلار بود که نسبت به دوره قبیل ۲۰درصد افزایش داشته و به‌طور متوسط از سال ۱۳۹۵ به بعد هر سال ۱۵ تا ۲۰درصد رشد صادرات داشتیم. وی با بیان اینکه تحریم‌ها به تنهایی نمی‌تواند بر صنعت فرش دستباف ایران تاثیر بگذارد، افزود: ما در سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ هم تحریم بودیم، بنابراین تنها تحریم اثرگذار نیست بلکه بیش‌تر مشکلات

دلالان در بازار زعفران جولان می‌دهند

حداکثر نرخ واقعی هر کیلو زعفران ۷ میلیون تومان

بازرگانی یا جواز کسب مطالبه کند تا این محصول با ارزش صادراتی دست عده‌ای دلال که تنها به منافع خود فکر می‌کنند، نیفتد.

وی نرخ واقعی هر کیلو زعفران را ۴ میلیون و ۷۲۰۰ تا ۷ میلیون تومان اعلام کرد و افزود: این درحالی است که هم‌اکنون با نرخ‌های حدود ۱۴میلیون تومان توسط دلالان به فروش می‌رسد.

عضو شورای ملی زعفران در پایان گفت: با توجه به آنکه در ۱۰ تا ۱۵ روز آینده زعفران نور وارد بازار می‌شود، از این رو پیش‌بینی می‌شود که به زودی به قیمت واقعی محصول در بازار برسیم چرا که زعفران کالای مصرفی است و نمی‌توان بیش از حد قیمت آن را در بازار افزایش داد.

رشد صادرات فرش دستباف ایران در ۴ ماهه امسال

سال ۱۳۸۸، همه بافندگان کشور می‌توانند با دریافت گواهی از سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای و تایید ادارات صنعت، معدن و تجارت، از مزایای بیمه تامین اجتماعی بهره‌مند شوند. دولت در لایحه بودجه سال ۱۳۹۶ در بخش توزیع اعتبارات برای بیمه قالیبافان رقم ۳میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان را پیشنهاد کرد؛ رقمی که سال‌ها در بودجه‌های سنواتی کشور تصویب می‌شود اما به دلیل کافی نبودن به نتیجه نمی‌رسد و جمع زیادی از بافندگان از دریافت آن محروم می‌مانند. در برنامه ششم توسعه دولت مکلف شده توسعه و ایجاد خانه فرش در بازارهای هدف، ارتقای کیفیت تولید، سفارش‌پذیری و حمایت از ایجاد و توسعه و تجهیز کارگاه‌های متمرکز و غیرمتمرکز اتحادیه‌ها و شرکت‌های تعاونی فرش دستباف روستایی و شهری کشور را در دستور کار قرار دهد.

تلاطم‌های بازار قطعات خودرو با ثبت سفارش فروکش می‌کند

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان همدان با اشاره به اینکه مصوبه تخصیص ارز ۴۲۵۰ تومانی برای حل مشکلات قطعه‌سازان از سوی وزارتخانه در دستور کار قرار دارد و در مراحل پایانی خود است، بیان کرد: مقرر شده مشکل واردات و تخصیص مواد اولیه قطعه‌سازان از گمرک به صورت کشوری با تصویب مصوبه فوق برطرف شود.

حمیدرضا متین در گفت‌وگو با ایسنا، عنوان کرد: برخی از قطعه‌سازان با روابط کاری که با صادرکنندگان در سامانه نیما داشتند، ارز مورد نیاز خود را تأمین کردند و مشغول تولید هستند و مشکلی در این زمینه ندارند. وی با اشاره به اینکه با بررسی‌های صورت گرفته هنوز ارزی به قطعه‌سازان تعلق نگرفته است، افزود: امیدواریم یک‌سری از موارد خاص در جدول ۲۵ قلم کالای ضروری برای تخصیص ارز ۴۲۵۰ هزار تومانی قرار بگیرد که مشکلات تولید و تأمین مواد اولیه آنها نیز مرتفع شود. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان همدان با بیان اینکه مشکل قطعه‌سازان درباره تأمین مواد اولیه است و مشکل جدی در زمینه تولید ندارند، بیان کرد: با وضع کنونی قطعه‌سازان تا دو ماه دیگر نیز با این روند می‌توانند تولید داشته باشند که با برطرف شدن موانع واردات و تخصیص کالا از گمرکات و تخصیص ارز مشکل این بازار نیز برطرف می‌شود. وی با تأکید بر اینکه تا ۲۰ مهرماه امسال با ثبت سفارش‌ها و تخصیص‌هایی که صورت می‌گیرد در بازار قطعات خودرو تلاطم‌های به وجود آمده فروکش می‌کند، خاطر نشان کرد: بازار قطعات خودرو با کمی کمبود مواجه است که علت آن ایجاد وقفه‌ای بود که در واردات و ثبت سفارش در اردیبهشت تا تیرماه صورت گرفت که از اواخر مرداد تاکنون با عادی شدن واردات این روند به سمت ثبات بازار قطعات خودرو و برطرف شدن مشکلات تأمین مواد اولیه منجر خواهد شد. متین با بیان اینکه برخی از قطعه‌سازان به علت نامشخص بودن نرخ ارز بازار ثانویه و عدم مهارت کافی در ایجاد رابطه کاری با صادرکنندگان در سامانه نیما دچار مشکلاتی شدند، افزود: این قطعه‌سازان در حال حاضر دچار مشکل تأمین مواد اولیه هستند که با تمهیدات صورت گرفته در زمینه تخصیص ارز دولتی ۴۲۵۰ هزار تومانی امیدواریم مشکلات این قطعه‌سازان برطرف شود. وی در ادامه با اشاره به وجود هفت واحد شاخص قطعه‌ساز خودرو در استان همدان اظهار کرد: سه واحد در شهر همدان، دو واحد در شهرستان رزن، یک واحد در شهرستان تویسرکان و یک واحد نیز در ملایر مشغول به فعالیت هستند که مابقی تولیدکنندگان سفارش‌های مربوط به این هفت واحد قطعه‌ساز را تولید می‌کنند. متین ضمن اشاره به اینکه قطعه‌سازان ۱۱ قطعه از شرکت پژو فرانسه را تحت لیسانس همین شرکت تولید و صادر می‌کردند، گفت: در زمینه مشارکت و همکاری با شرکت‌های باتجربه خارجی این سابقه را قطعه‌سازان استان دارند که با توجه به شرایط کنونی اولویت فعال تمرکز بر تأمین نیاز داخلی است و تمایلی به تولید در بحث صادرات نداریم.

دلار افسار خودرو را در دست گرفت، اما باخت

پس از مدتی یک‌تازی خودرو در بازار، حالا دو هفته‌ای می‌شود که قیمت خودرو از سکه افتاده و روند نزولی به خود گرفته است. در این باره برخی فعالان بازار طرح‌های پیش‌فروش خودرو را دلیل اصلی می‌دانند و برخی دیگر حرکت کاهش رفتارهای هیجانی و سرمایه‌گذاری‌ها در بازار را عنوان می‌کنند. به گزارش پدال نیوز، از حدود دو هفته گذشته که طرح‌های پیش‌فروش خودرو از سوی خودروساز دولتی مطرح شد، بازار خودرو روند نزولی در قیمت به خود گرفت تا جایی که طی هفته گذشته برخی خودروها تا ۱۱ میلیون تومان کاهش قیمت را تجربه کردند؛ البته در همین زمان هم برخی گروه‌های خودرویی نوسان قیمتی داشتند، اما گروه‌های خودرویی ایران خودرو و سایپا در بازار روند کاهشی قیمت در پیش گرفتند.

بازار خودرو از تیر تا شهریور ۹۷

اگر بخواهیم اوج افزایش قیمت خودرو در نیمه اول امسال را یادآوری کنیم، باید گفت که اوج افزایش قیمت خودرو در بازار بین تیرماه تا شهریورماه امسال بوده است، به گونه‌ای که قیمت برخی خودروها با اختلاف قیمتی کارخانه تا بازار از حدود ۵ تا ۴۵ میلیون تومان متغیر بود که این امر به تشدید التهاب بازار انجامید و حتی باعث شد تا در برخی روزها میانگین معاملات خودرو به دلیل افزایش بی‌رویه و غیرمنطقی قیمت خودروها به کمترین حد خود برسد. با این حال اما التهابات بازار خودرو و افزایش دو برابری قیمت‌ها حدود سه ماه دوام آورد و تقریباً از نیمه‌های شهریورماه و با اعلام برنامه‌هایی همچون طرح‌های پیش‌فروش خودرو از سوی ایران خودرو و سایپا، سیر نزولی قیمت‌ها آغاز شد. نکته‌نماد که از ابتدای امسال و بیشتر سه ماهه تابستان امسال، دلار به راحتی افسار بازار خودرو را دست گرفت و با هر تنش بین‌المللی و داخلی که نرخ دلار صعودی می‌شد، قیمت خودرو نیز تحت تأثیر آن روند افزایشی به خود می‌گرفت، اما با عادی شدن روند افزایش نرخ دلار در بازار، گویی دیگر بازار خودرو به این التهاب هم واکنش نشان نمی‌دهد و سیر نزولی قیمت‌ها را پیش گرفته است. برخی فعالان بازار خودرو با اشاره به آغاز روند نزولی قیمت خودرو در بازار بر این باورند که درست از روزهایی که برنامه شرکت‌های خودروساز مبنی بر پیش‌فروش حدود ۹۰ هزار خودرو مطرح شد، به تدریج بازار روند نزولی به خود گرفت.

حالا حدود دو هفته از پیش‌فروش ۵۰ هزار دستگاهی گروه خودروسازی سایپا می‌گذرد و چهار روز از آغاز پیش‌فروش ۵۰ هزار دستگاهی ایران خودرو، از این رو انتظار می‌رود، هرچه بازار به تحویل این تعداد خودرو و تزریق آن به بازار نزدیک‌تر می‌شود، کاهش قیمت و به عبارتی از بین رفتن حباب بیشتری را شاهد باشد، چرا که پیش‌تر و درست در زمان اوج التهابات بازار خودرو، نمایشگاه‌داران و فعالان بازار خودرو کمبود عرضه خودرو را یکی از مهم‌ترین دلایل افزایش بی‌رویه قیمت‌ها عنوان می‌کردند و حالا همان فعالان بازار پیش‌بینی می‌کنند که با تزریق هرچه بیشتر خودروی جدید به بازار، با یک تیر دو نشان زده می‌شود؛ به گونه‌ای که هم التهاب بازار مبنی بر خرید خودروی نو کاهش می‌یابد و هم اینکه دست دلانان برای فروش خودروهای دست دوم کوتاه‌تر می‌شود و بازار به تعادل قیمتی می‌رسد.

برخی دیگر از فعالان بازار نیز معتقدند که روند حرکت سرمایه‌گذاری‌ها از خودرو به سمت سایر بازارهای سرمایه‌ای در حال حرکت است و این امر به نفع بازار خودرو است که قیمت‌ها را واقعی می‌کند.

آشفته‌گی و نابسامانی بازار خودرو ریشه در مشکلات کلان اقتصادی کشور دارد



گذشته دایما وجود داشته و این عرصه نیاز به کار اساسی دارد. وی افزود: بعید می‌دانم با یک نسخه واحد بتوانیم در کوتاه‌مدت مشکلات صنایع خودرو را حل و فصل کنیم.

بازار خودرو؛ متاثر از اتفاقات حوزه روابط بین‌الملل

نورقلی‌پور اشاره کرد: شاید یکی از مهم‌ترین مسائلی که در کشور نیاز داریم به آن بپردازیم بحث کلانی است که در حوزه روابط بین‌الملل مطرح است. ما به ترمیم روابط اقتصادی و سیاسی در دنیای پیرامون نیاز داریم. در واقع به یک بازنگری کلی نیاز داریم که بتوانیم سیاست‌های حوزه بین‌الملل را مورد تجدید نظر قرار دهیم. **نوسانات شدید نرخ ارز؛ عامل تأثیرگذار در بازار خودرو** این نماینده مردم در مجلس دهم، اضافه کرد: یکی از مهم‌ترین مسائلی که بازار خودرو را دستخوش نوسانات شدید قرار داده، نوسانات

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، ریشه آشفته‌گی و نابسامانی بازار خودرو را در مشکلات کلان اقتصادی کشور دانست و تأکید کرد نه تنها بازار خودرو که سایر عرصه‌ها نیز متاثر از مسائل اقتصادی کلان کشور است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، رامین نورقلی‌پور گفت: چرایی آشفته‌گی بازار خودرو پاسخ مشخصی ندارد، اما با توجه به شرایط حال حاضر، مشکلات بازار خودرو تنها از طریق خودروسازان و قطعه‌سازان قابل حل و فصل نیست.

مشکلاتی که یک شبه به وجود نیامده است!

نماینده مردم کردکوی، ترکمن، بندرگز و گمیشان در مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه مشکلات بازار خودرو یک شبه به وجود نیامده و اینگونه نیست که صرفاً در عرض چهار یا پنج سال اخیر ایجاد شده باشد، تصریح کرد: نوسانات قیمت خودرو در طول چند دهه

فرصت ۱۰ روزه دولت به تجار برای واردات تیر سنگین

وی تولید این تایرها را سالانه ۶۰۰ هزار حلقه اعلام و تصریح کرد: این در حالی است که ظرفیت تولید یک میلیون حلقه نیز وجود دارد. رئیس انجمن صنفی صنعت تایر ایران بخش دوم تایرهای مورد نیاز را تایر سنگین دانست و افزود: ۳۰ درصد از نیاز این دسته از تایرها در ایران تولید و ۷۰ درصد از طریق واردات تأمین می‌شود که با توجه به چنین شرایطی انجمن پیشنهاد کاهش تعرفه واردات به ۵ درصد را مطرح کرد تا نسبت به تأمین نیاز اقدام شود.

گنجی ادامه داد: بر این اساس در حال حاضر ارز تخصیصی برای واردات این تایرها ۴۲۰۰ تومانی بوده و واردات آن با این میزان تعرفه و ارز ارزان، برای تجار به صرفه خواهد بود، به طوری که قیمت تایرهای وارداتی با ارز ۴۲۰۰ تومانی و تعرفه ۵ درصدی زیر قیمت تولیدات داخلی تمام می‌شود که انتظار می‌رود با انجام واردات تایرهای سیمی،

رئیس انجمن صنفی صنعت تایر ایران گفت به تجار و واردکنندگان فرصت ۱۰ روزه داده شده تا نسبت به واردات تیر با ارز نیامی با هدف شکست قیمت‌ها در بازار اقدام کنند در غیر این صورت شرکت بازرگانی دولتی با هدف ایجاد تعادل در بازار نسبت به واردات تایر اقدام خواهد کرد.

محمدرضا گنجی در گفت و گو با پایگاه خبری «عصر خودرو»، با بیان اینکه با تصمیمات اخذشده طرف دو ماه آینده بازار تایرهای سنگین به آرامش خواهد رسید، گفت: تولید تایرهای سنگین در ایران به دو بخش تقسیم می‌شود که بخش نخست تایرهای نخ و قدیمی است که برای کامیون‌های قدیمی‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرد و از آن تحت عنوان تایر ۲۴*۱۲ یاد می‌شود که در حال حاضر تولید این تایرها در کشور به اندازه نیاز انجام می‌شود.

قیمت بنزین در کشورهای همسایه ۳۰ برابر ایران است

افزود: باید جلوی قاچاق سوخت گرفته شود که مهم‌ترین عامل برای جلوگیری از قاچاق کارت سوخت است حتی اگر قیمت سوخت افزایش نیابد. خود به خود با بازگشت کارت سوخت سهمیه‌بندی مطرح می‌شود و ای ادامه داد: در حال حاضر اگر شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی و ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز گزارشی درباره میزان قاچاق سوخت و ارز به صورت روزانه ارائه دهند، حتماً باید تصمیمی برای جلوگیری از قاچاق اتخاذ شود که بهترین تصمیم بازگشت کارت سوخت است.

نماینده مردم علی‌آبادکنول در مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه با بازگشت کارت سوخت سهمیه‌بندی خود به خود مطرح می‌شود، اظهار داشت: اگر شخصی کارت سوخت داشته و روزانه ۱۰ باک بنزین زده و خالی کند دیگر کارت سوخت معنایی ندارد، لذا در این بخش بار دیگر با استفاده از کارت سوخت سهمیه‌بندی معنا پیدا می‌کند.

جایگاه‌داران سوخت اعلام کرده‌اند که دیگر با قیمت‌های گذشته فعالیت برای آنها مقرون به صرفه نیست. وی افزود: در شرایط کنونی جایگاه‌داران سوخت و تانکرهای حمل و نقل اعلام کرده‌اند که دیگر با قیمت‌های گذشته فعالیت برای آنها مقرون به صرفه نیست، لذا اگر آنها قیمت را افزایش دهند، باید از طریق این افزایش‌ها جبران شود که یکی از این راه‌ها افزایش قیمت بنزین است، لذا ممکن بوده حتی قیمت سوخت و بنزین افزایش یابد، اما در شرایط کنونی موضوع مهم جلوگیری از قاچاق سوخت است. سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه مصوبه استفاده از کارت سوخت در دست دولت است، تصریح کرد: در این بخش به دولت تکلیف شده که از مشوق‌هایی برای استفاده از کارت سوخت استفاده کند که یکی از این مشوق‌ها سهمیه‌بندی بنزین است که سهمیه‌بندی به معنای کاهش قیمت سوخت برای یک بخش و افزایش برای بخشی دیگر است.

سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس، گفت تفاوت فاحشی بین قیمت بنزین در داخل و خارج از کشور وجود دارد، چراکه اگر بنزین در خارج از ایران به فروش برسد و ۲ دلار قیمت آن باشد با قیمت دلار کنونی به حدود ۳۰ هزار تومان می‌رسد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از خانه ملت، اسدالله قه‌خانی با اشاره به اعلام خبری مبنی بر احتمال سهمیه‌بندی بنزین، گفت: تفاوت فاحشی بین قیمت بنزین در داخل و خارج از کشور وجود دارد، چراکه اگر بنزین در خارج از ایران به فروش برسد و ۲ دلار قیمت آن باشد با قیمت دلار کنونی به حدود ۳۰ هزار تومان می‌رسد در حالی که در ایران بنزین هزار تومان است.

سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه در واقع در کشورهای دیگر قیمت بنزین ۳۰ برابر ایران است که با این قیمت‌ها هر فردی برای قاچاق و صادرات بنزین وسوسه می‌شود،

۷۵ بانک به سرویس پرداخت بلاک چین جی پی مورگان ملحق شدند

پروژه مبتنی بر پرداخت بلاک چین که توسط جی پی مورگان (شرکت سرمایه گذاری چند ملیتی) هدایت می شود توانسته است ۷۵ بانک را با خود همراه کند. به گزارش زومیت، Financial Times در گزارشی اعلام کرد شرکت های ارائه دهنده خدمات بانکی مانند Santander و Societe Generale در حال آزمایش شبکه اطلاعات بین بانکی (IIN) هستند. جی پی مورگان برنامه کار اشتراک گذاری اطلاعات را روی پلتفرم بلاک چین اختصاصی خود یعنی Quorum قرار داده است و از این ماه سال گذشته آن را با تعدادی از وام دهندگان آزمایش کرده است. IIN، سر فصلی مشترک برای پرداخت های بین المللی است که به بانک ها اجازه می دهد اطلاعات لازم برای پرداخت را با سرعت و به آسانی به سایر بانک ها ارسال کنند.



دریچه

استراتژی رشد سودمندی که احتمالاً در حوزه تمرکزتان نیست، اما بهتر است که باشد

مترجم: علی اکبری

عمده موسسان شرکت ها کسب و کار خود را به گونه ای راه اندازی نکرده اند که تا ابد شرکتی کوچک باقی بمانند. پس با فرض اینکه کسب و کارتان را با هدف رشد دادن آن راه اندازی کرده اید، هنگامی که به برنامه رشد کار خود نگاه می کنید، احتمالاً یک سوال را از قلم انداخته اید: «کدام کسب و کار را می توانم خریداری کنم؟»

این عدم موفقیت در پرسش چنین سوالی، علل متعددی دارد. شما ممکن است به کسب و کارتان به مثابه کودک خود نگاه کرده و خریداری کردن کسب و کار دیگران برای تان به منزله قبول قیومت فرزند دیگری باشد که حتی او را نمی شناسید. ممکن است فکر کنید که از پس هزینه های مالی آن بر نمی آید یا شاید فکر کنید

خریداری کردن کسب و کارهای دیگر برای بازیگران بزرگ است و این استراتژی به کار شما نمی آید.

حقیقت این است که ایجاد رشد از طریق خریداری کردن کسب و کار دیگران، استراتژی ای است که برای هر کسب و کاری مناسب است. این مساله تنها به کاری که می خواهید انجام دهید بستگی دارد.

شما می خواهید از بازار سهم داشته باشید
واضح ترین دلیل برای خریداری کردن کسب و کارهای دیگران، شکست دادن یک رقیب است. یکی از مزیت های خریداری کردن کسب و کار رقیب مستقیم، این است که شما این صنعت

را به خوبی می شناسید و برای اجرایی کردن و تسهیل عملکرد آن آماده هستید. شما ممکن است بخواهید فعالیت های آنان را با تسهیلات خودتان ترکیب کنید و یا با استفاده از فضایی که آنها در اختیار دارند، تشکیلات خود را وسعت ببخشید. یک هشدار! مطمئن شوید که فروشنده از این مرحله انتقالی پشتیبانی نموده و خود را کنار می کشد. پشتیبانی فروشنده نکته قابل توجهی است و هزینه بالایی دارد. شما می توانید با مذاکره در مورد امور مالی فروشنده، او را تشویق کنید. این کار به شما کمک می کند تا مالیه مورد نیاز برای معامله را تامین نمایید.

شما می خواهید وارد بازار جدیدی شوید
فرقی نمی کند که برند شما در منطقه تمرکزتان تا چه حد شناخته شده باشد، به محض اینکه فراتر رفته و بخواهید وارد بازار جدیدی شوید، مشکلاتی بروز خواهند کرد. اگر قصد توسعه کسب



کمک یک میلیون دلاری آمازون به بنیاد ویکی مدیا

آمازون به تازگی خبر از این داده که به بنیاد ویکی مدیا، سازمان مادر دانشنامه ویکی پدیا یک میلیون دلار کمک مالی اهدا کرده است.

به گزارش زومیت، چندی پیش در ماه مارس سال میلادی جاری، مجله خبری تک کرانچ مقاله ای با این عنوان منتشر کرد: «آیا شرکت هایی که از ویکی پدیا استفاده می کنند، سهم خود را در اعطای کمک های مالی به این دانشنامه اینترنتی ادا می کنند؟» نویسنده این مقاله توانسته بود رد پایی از بیشتر غول های فناوری را در کمک به بنیاد ویکی مدیا پیدا کند. اپل، فیس بوک، مایکروسافت و گوگل هر یک در برنامه هایی جداگانه در قالب هدایای انطباقی (matching gifts) دین خود را نسبت به این سازمان ناسودبر خیریه ادا کرده اند. آمازون اما غایب بزرگ در فهرست حامیان مالی Wikipedia بود. هدیه انطباقی، روشی است که کسب و کارها برای اعطای هوشمندانه تر کمک های خیریه به کار می گیرند. در این روش، اگر کارکنان به یک موسسه خیریه یا نهاد غیرانتفاعی کمک مالی اهدا کنند، سازمان متبوع آنها نیز به همان اندازه یا حتی چند برابر به آن موسسه کمک می کند.

با این حال دو روز پیش، Amazon که اکنون دومین شرکت ثروتمند جهان است، برای جبران مافات اعلام کرد که به ویکی مدیا اندومن (Wikimedia Endowment)، صندوق وقف پشتیبان ویکی پدیا یک میلیون دلار کمک مالی اهدا می کند. همان طور که آمازون در بیانیه خود اذعان کرده، دانشنامه آنلاین ویکی پدیا نقش بسیار پررنگی در موفقیت Alexa داشته و بسیاری از اطلاعات و آموخته های این دستیار مجازی مدیون آن است.

در بیانیه آمازون آمده است:

الکسا از صدها منبع از جمله ویکی پدیا برای پاسخگویی به پرسش های کاربران خود استفاده می کند. تیم الکسا همانند دست اندر کاران بنیاد ویکی مدیا و دانشنامه ویکی پدیا هدف و چشم اندازی مشترکی را دنبال می کنند و آن تسهیل به اشتراک گذاری دانش در سراسر جهان است.

هر چند ممکن است نام بردن از ویکی پدیا به عنوان یکی از صدها منبع مورد استفاده الکسا به نشانه کمرنگ جلوه دادن نقش این وبسایت در توسعه الکسا تعبیر شود، اما نمی توان این کمک مالی هنگفت و تاثیر آن بر سازمان ناسودبر ویکی مدیا را نادیده گرفت.

Amazon همچنین امیدوار است که کاربران خیر خواه الکسا، کمک های مالی خود را از ویکی پدیا دریغ نکنند.

و کارتان به استان و یا کشور جدیدی را داشته باشید، خریدن یک برند معتبر محلی مزیت رقابتی بسیار خوبی به حساب می آید. خریداری کردن دو یا چند برند و قرار دادن آنها تحت یک برند واحد، می تواند سرعت روند پیشرفت را افزایش دهد. شرکت Altice که ابتدا در هلند تاسیس شد، این تاکتیک را پیاده کرد. این شرکت در سال ۲۰۱۵ شرکت Suddenlink و سپس Cablevision را خریداری کرده و سپس در سال ۲۰۱۶ آنها را تحت یک برند واحد با نام Optimum روانه بازار کرد. در سال ۲۰۱۷ این شرکت به چهارمین ابرشرکت تامین کننده اینترنت بدل شد و سرمایه ای معادل ۲,۲ میلیارد دلار رقم زد.

اگر شرکت شما کوچک بوده و یا یک استارتاپ نوپا است، احتمالاً نمی خواهید میلیاردها دلار خرج کرده و در بازار ملی به چهارمین بازیکن تعیین کننده بدل شوید، اما اگر می خواهید وارد یک بازار

منطقه ای جدید بشوید، می توانید از این رویکرد استفاده کرده و برای خود مزیت رقابتی ایجاد کنید.

شما می خواهید ایجاد تنوع کنید

شاید پرسرودترین اتفاق در این حوزه، خریداری شدن شرکت Whole Foods از سوی شرکت آمازون بود. این یک مثال کلاسیک از ایجاد تنوع است که می توان از آن درس های زیادی آموخت. آمازون بازار محصولات فناوری را در اختیار داشت، حال با ورود به بازار محصولات تازه ۳۶۵ محصول جدید را به صورت آنلاین ارائه می کند. افزون بر این می توان توانایی پیشنهاد قیمت های پایین تر را اذعان کرد. برای مطالعه بیشتر نمونه های برنده می توانید مثال الومارت و تردیر را بررسی کنید.

در مورد نحوه برخورداری از مزیت های ایجاد تنوع نشانه هایی وجود دارد، می توانید کسب و کارها را بررسی کرده و ببینید آنها چه چیزی را ارائه می کنند که خودتان ندارید، علاوه بر این با کسب مزیت های رقابتی مذکور می توانید کسب و کار تازه خود را بیش از پیش به موفقیت برسانید.

اندازه، سابقه و موقعیت قرارگیری شرکتتان در بازار به هر شکلی که باشد، خریداری کردن یک کسب و کار دیگر، به شکلی سازمان یافته می تواند بیش از هر کمپین بازاریابی بازگشت سرمایه داشته باشد و به مدت چندین سال برای تان سودآوری خواهد داشت.

منبع: entrepreneur

تلاش برای حذف دیوار بین دانشگاه ها و پارک های علم و فناوری

تدوین شده است، به عنوان مثال باوجود پتانسیل های گردشگری در استان با چالش های بسیاری در این حوزه مواجه هستیم که می توان در این راستا پیشنهادات سازنده در قالب استارت آپها مطرح و پس از آن، افراد و ایده های برتر انتخاب و جذب

پارک شوند. وی تاکید کرد: رویکرد پارک به سمت دانشگاه و اعضای هیات علمی است، با توجه به اینکه عموماً اساتید دانشگاه تمایلی به ساختارهای سازمانی و بوروکراسی اداری ندارند، تاکنون این نگاه مانع تعامل سازنده بوده و در واقع به مانند دیواری بین دانشگاه و دیگر دستگاه ها شده است که پارک در صدد حذف این دیوارها و شکل گیری ارتباطات اثربخشی است. رئیس پارک علم و فناوری استان مرکزی در پایان گفت: پارک خود را قسمتی از دانشگاه می داند و نمی توان دانشگاه و پارک را از هم جدا تلقی کرد، به



رئیس پارک علم و فناوری استان مرکزی گفت پارک و دانشگاه دو مجموعه علمی در هم تنیده است و برای تعاملات بیشتر برنامه های مشترک ترتیب داده شده است. دکتر محمد رفیعی در گفت و گو با ایسنا، با تاکید

بر تعامل مجموعه پارک علم و فناوری استان مرکزی با دانشگاه های استان عنوان کرد: در این راستا دو برنامه در نظر گرفته شده است که به شکل گیری ارتباط و تعامل دوجانبه کمک شایانی خواهد داشت. وی تصریح کرد: در تلاش هستیم که آزمایشگاه های استان به صورت ۲۴ ساعته فعال باشند تا دانشجویان بتوانند کار پژوهشی و پایان نامه های خود را با پرداخت کمترین میزان هزینه دنبال کنند و تنها هدف این است که محیطی جذاب برای دانشجویان ایجاد شود، همچنین به جذب اساتید برای انجام مطالعات و تحقیقات بینجامد. رفیعی با بیان اینکه پارک علم و فناوری استان مرکزی اساتید و اعضای هیات علمی دانشگاه ها را جزئی از مجموعه خود می داند و حتی تعدادی برنامه مشترک با دانشگاه اراک و دانشگاه صنعتی ترتیب داده شده است، افزود: رویدادهای متنوع با مبنای مشکل محوری

همکاری سامسونگ و Squire در تولید تراشه ماینینگ ارز رمزنگاری شده

که در زمینه ماینینگ بیت کوین در کانادا مشغول فعالیت است، قرارداد جدیدی بین این شرکت و Samsung برای تولید تراشه ASIC به امضا رسیده است. تراشه های جدید مخصوص ماینینگ

ASIC می توانند سرعت ماینینگ را افزایش دهند و به صورت کارآمدتری مورد استفاده قرار گیرند و به همین دلیل برای ریگ ماینینگ (mining rig) مناسب هستند. ریگ ماینینگ، سخت افزارهای مناسب استخراج ارز رمزنگاری شده هستند. از آنجایی که شرکت کانادایی Squire، از تجهیزات تخصصی برای کار خود استفاده می کند، می تواند رقیب Bitmain، یکی از شرکت های پیشرو در زمینه تولید سخت افزار ماینینگ باشد. شرکت کانادایی اسکوئر، در بیانیه مطبوعاتی اعلام کرد: در تاریخ اول



براساس اعلام شرکت کانادایی Squire، سامسونگ برای تولید تراشه مخصوص ماینینگ ارز رمزنگاری شده، قراردادی با این شرکت امضا کرده است. به گزارش زومیت، به نظر می رسد تبلیغات

و هیجانات مربوط به ارز رمزنگاری شده، نسبت به قبل، تا حدی کمتر شده است، هرچند علاقه به فناوری های این حوزه هنوز کم رنگ نشده اند، اما هنوز علاقه زیادی برای طرح ایده و توسعه فناوری های مربوط به ارز رمزنگاری شده، جهت ارائه به شرکت های درگیر و کسب پول بیشتر وجود دارد. سامسونگ، به عنوان بزرگترین شرکت در حوزه تولید نیمه هادی در جهان، اوایل سال جاری میلادی با تراشه های ASIC (مدارهای مجتمع یا کاربرد خاص) مخصوص ماینینگ، فرصتی برای تجربه حضور در صنعت ارز رمزنگاری شده پیدا کرد. پیشتر گفته شد که سامسونگ سخت افزار معدن کاوی ارز دیجیتال توسعه می دهد. به نظر می رسد، سامسونگ همکار جدیدی در کانادا پیدا کرده است. براساس اعلام شرکت کانادایی Squire



تخصیص منابع مالی به شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها

پیمان صالحی، معاون نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درباره برنامه‌های جدید معاونت علمی برای حمایت از فناوران گفت: تأسیس صندوق پژوهش و فناوری در هر یک از استان‌های کشور برنامه جدیدی است که معاونت علمی آن را دنبال می‌کند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، معاون نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی با بیان اینکه صندوق پژوهش و فناوری می‌تواند مشکلات شرکت‌های دانش‌بنیان را برطرف کند، اظهار کرد: این صندوق برای کمک به شرکت‌ها راه‌اندازی خواهد شد و بودجه اصلی خود را از منابع خصوصی تأمین خواهد کرد.

یادداشت

تأثیر مطالعه یک کتاب فوق‌العاده بر ذهن

مترجم: هانیبه لاری

تأثیرات عصب‌شناسی مطالعه ژرف و عمیق، شما را به خواندن یک کتاب خوب ترغیب می‌کند.

کتاب‌ها می‌توانند ما را باهوش‌تر، مطلع‌تر و حتی از نظر فکری متواضع‌تر سازند، اما یکی از مهم‌ترین مزایای مطالعه منظم، تقویت همدلی است. از طریق کلمات می‌توان با دیدگاه‌ها و زوایای فکری دیگری آشنا شد، از دریچه دید آنها به دنیا نگاه کرد و درد و لذت آنها را چشید.

این موضوع می‌تواند احساس تنهایی را کم‌رنگ و زندگی را بسیار خوشایند سازد و در عین حال برای کسب و کار نیز سودمند باشد. درک مشتریان و همکاران می‌تواند کمک کند کارهای بیشتری انجام و قدرت خلاقیت‌تان را افزایش دهید.

حال این سوال پیش می‌آید که کتاب‌ها چگونه می‌توانند چنین اثر جادویی داشته باشند؟ به تازگی در سایت کانون ادبی (Lit Hub)، استاد متخصص رشد و خوانش کودک، ماریان ولف (Maryanne Wolf)، تأثیر مطالعه کتاب خوب بر ذهن را از دیدگاه جذاب علم عصب‌شناسی توضیح می‌دهد. خواندن این مطلب برای افراد دوستدار کتاب یک الزام است، اما دانستن آن برای هر فرد حرفه‌ای که می‌خواهد از کتاب به عنوان ابزاری برای عملکرد مناسب استفاده کند نیز بسیار ارزشمند است.

«هیچ همراهی مانند کتاب وجود ندارد»

این مقاله شامل عبارات و نقل‌قول‌های متفاوت و متعددی است که نشان می‌دهند مطالعه عمیق می‌تواند تا چه حد مفید باشد؛ مانند شعر معروف امیلی دیکنسون (Emily Dic - enson) با عنوان «هیچ همراهی مانند کتاب وجود ندارد». ما به طرز جالبی متوجه شدیم ماکیاولی (Machiavelli) عادت داشت مطابق سبک و شخصیت‌های داخل کتاب‌هایی که مطالعه می‌کرد لباس بپوشد و حتی گفت‌وگویی تخیلی با آنان در ذهنش بپرواند.

شاید این همدلی با شخصیت‌ها از سوی ماکیاولی کمی زیاده‌روی باشد، اما تأثیر مطالعه و غرق شدن در یک داستان و شخصیت‌های آن در تغییر دید شما بسیار قدرتمند است. بنا بر گفته ولف، تغییر دیدگاه و قرار دادن خود به جای شخصیت‌ها کمک می‌کند احساسات متناقض را در خود بیابیم و با وجود مجموعه این احساسات متنوع کمتر احساس تنهایی کنیم.

با مطالعه زندگی‌شخصیتی خاص در یک کتاب، با خود فکر می‌کنیم «ظاهراً من تنها فردی نیستم که این طور فکر می‌کنم» و یا «تا به حال هیچ‌گاه از این زاویه به موضوع نگاه نکرده بودم»، اما هنگام تغییر زاویه دید چه اتفاقی در مغز رخ می‌دهد که این تغییر را ممکن می‌سازد؟

مطالعه، ذهن شما را مانند درخت کریسمس نورانی و روشن می‌سازد

هنگام مطالعه عمیق یک کتاب عالی، بخش‌های مختلف مغز ما تنها طی پروسه پردازش زبانی درگیر نمی‌شوند. ما در حقیقت به طور عمیق درگیر یک داستان می‌شویم و مغزمان

حرکات و احساسات شخصیت‌ها را انعکاس می‌دهد، بنابراین اگر یکی از شخصیت‌ها در حال شنا کردن باشد، بخش‌هایی از مغز - مرتبط با عمل شنا کردن - در این زمان فعال می‌شوند.

ولف می‌گوید «در یکی از به طور قطع جذاب‌ترین مقالات این تحقیق با عنوان «مغز شما از دید جین آستن»، محقق ادبیات قرن هجدهم، ناتالی فیلیپس (Natalie Philips) به همراه دانشمندان علوم اعصاب استنفورد مطالعه‌ای انجام داد مبنی بر اینکه ضمن خواندن داستان چه اتفاقی در ذهن ما رخ می‌دهد. فیلیپس و همکارانش دریافتند زمانی که یک داستان را با دقت می‌خوانیم، ذهن با احساسات و اعمال شخصیت‌های داستان هم‌تراز می‌شود.»

به عبارتی دیگر زمانی که داستان آن کارنیرا را می‌خوانید، در آن بخش از داستان که او به سمت ریل قطار می‌دود، بخش حرکتی مغز شما در این عمل با او همراه و زمانی که درباره لباس حریر و یا صدای خش‌خش برگ‌ها می‌خوانید، بخش‌های دریافت حسی در مغز فعال می‌شوند. در سطح بنیادی مغز دقیقاً همان تجارب شخصیت‌ها را احساس خواهیم کرد. ما تنها کتاب را نمی‌خوانیم؛ از دیدگاه عصب‌شناسی ما با داستان کتاب زندگی می‌کنیم.

ولف می‌افزاید «هنگام مطالعه مغز به طور فعال، ضمیر شخص دیگری که شاید اکنون حتی در ذهن تصورشان نکرده‌ایم را شبیه‌سازی می‌کند. به بیانی برای لحظاتی هر چند کوتاه درک می‌کنیم فرد دیگری بودن به چه معناست». این موضوع به طرز فوق‌العاده‌ای نوعی تمرین همدلی به حساب می‌آید.

سطحی خواندن را متوقف و خود را به طور عمیق درگیر مطالعه یک کتاب خوب کنید

در اینجا باید متذکر شد که این موضوع تنها در مطالعات عمیق دوران مدرسه صدق می‌کند. اگر صرفاً اطلاعات را به طور سطحی بررسی می‌کنید و یا مشغول مطالعه یکی از ۱۵ صفحه باز شده در مرورگرتان هستید، ذهن شما به طور عمیق درگیر امر مطالعه نمی‌شود. ممکن است حقایقی را دریافت کنید، اما احساس همدلی کسب نخواهید کرد.

ولف در این راستا می‌گوید: «اگر به آهستگی تحمل شناختی خود را برای غرق کردن خودمان در دنیای ایجادشده توسط کتاب‌ها از دست بدهیم، اتفاقات بسیاری ممکن است رخ دهد. چه بر سر خوانندگان جوانی می‌آید که هرگز افراد جدید را ملاقات و تفکر و احساسات آنها را درک نکرده‌اند؟

چه اتفاقی برای خوانندگان مسن‌تر خواهد افتاد که ارتباط و همدلی خود را با افراد خارج از حوزه بصیرت‌شان قطع کرده‌اند؟ این یک فرمول برای چشم‌پوشی غیرعمدی، ترس و سوءبرداشت است.»

خوب است این هفته سعی کنید تمام عوامل حواسپرتی را کنار بگذارید و خود را درگیر مطالعه یک کتاب خوب کنید. چنین مطالعه عمیقی سبب برقراری ارتباط همدلانه با هم‌عوان‌تان می‌شود و در اوقات تنهایی و سختی برای همگان در دسترس است.

منبع: inc



کاربران آمازون پرایم علاقه‌مند به عضویت در سیستم بانکداری آمازون

هول فودز و برنامه‌های جدی برای ورود به صنعت دارو داشته باشیم. در گزارش منتشر شده در منبع این خبر آمده است: تحقیقات ما نشان می‌دهد که آمازون می‌تواند روی تقاضای بالا برای خدمات بانکداری حساب کند. در میان شرکت‌کنندگان عضو سرویس آمازون پرایم (که حق عضویت ماهانه‌ای را برای خدماتی همچون دریافت کالا تا دو روز پس از سفارش پرداخت می‌کنند)، ۶۵ درصد از آنها عنوان کرده‌اند که حساب بانکی آنلاین و رایگان آمازون را امتحان خواهند کرد. گفته شده که این حساب بانکی، ۲۲ درصد از مبلغ خرید را در خریدهای افراد از سایت آمازون به آنها باز می‌گرداند.



۴۳ درصد از آن دسته از کاربران آمازون که عضو پرایم نیستند نیز به امتحان کردن چنین حساب بانکی ابراز تمایل کرده‌اند. حتی ۳۷ درصد افرادی که از آمازون برای خریدهای آنلاین استفاده نمی‌کنند نیز به این سرویس علاقه‌مند هستند.

خبرهای مختلفی از برنامه‌های آمازون برای ورود به بازارهای مالی به گوش می‌رسد و کاربران این شرکت نیز تمایل بالایی به همکاری با آن دارند.

به گزارش زومیت، تحقیقات اخیر کمی توسط شرکت Bain روی ۶ هزار نفر از کاربران آمازون پرایم انجام شده است، خبر از علاقه آنها به سرویس‌های مالی احتمالی این شرکت دارد. در این تحقیق، ۶۵ درصد از کاربران آمازون پرایم اعلام کرده‌اند که در صورت ارائه حساب بانکی رایگان از سوی این شرکت، آن را امتحان خواهند کرد. به علاوه، ۳۷ درصد از افرادی که حتی خریدی از آمازون ندارند، به استفاده از خدمات مالی این شرکت تمایل نشان داده‌اند.

خبرهای منتشر شده، بیش از همه برای بانک‌های سنتی نگران‌کننده است. با نگاهی به تاریخچه آمازون به این نتیجه می‌رسیم که این شرکت و مؤسسه‌اش از ورود به هیچ بازار جدیدی ترس ندارند. تنها کافی است نگاهی به خرید بزرگ آنها یعنی

پرداخت تسهیلات به استارت‌آپ‌های روستایی

صنایع دستی، گردشگری، فناوری مواد معدنی، دامپروری و کشاورزی ژنتیک از جمله فعالیت‌های اقتصادی است که مشمول دریافت وام در روستا شده است، علاوه بر این در نواحی صنعتی نیز وام سرمایه



در گردش تا سقف یک میلیارد تومان با کارمزد ۱۰ درصد و بازپرداخت ۱۸ ماهه برای شهرهای زیر ۱۰ هزار نفر در اختیار صنعتگران قرار گرفته است. معاون توسعه روستایی و مناطق محروم ریاست‌جمهوری همچنین اظهار داشت: در دولت برای عشایر و روستاییان مرزنشین وام ۴ درصد و روستاییان دور از مرزها وام ۶ درصد تا سقف ۶۰۰۰ میلیارد تومان در نظر گرفته شده که دوره پرداخت آن شش ساله است. وی افزود: میزان مبلغ طرح‌های مصوب‌شده در مرحله اول هنوز به ۶۰۰۰ میلیارد تومان نرسیده است. مبلغ نزدیک به ۵۱۵۰ میلیارد تومان برای طرح‌های مصوب در نظر گرفته شده است. طرح‌های قرارداد منعقد شده نیز نزدیک به ۴۰۰۰ میلیارد تومان است، این آمار برای ۲۴ شهریور ماه است.

معاون توسعه روستایی و مناطق محروم ریاست‌جمهوری از پرداخت ۳۰۰۰ میلیارد تومان تسهیلات اشتغال‌زایی روستایی از سقف ۶۰۰۰ میلیارد تومان منابع اشتغال‌زایی روستایی که در اختیار

بانک‌ها قرار داده شده خبر داد و گفت: به استارت‌آپ‌های روستایی هم تسهیلات اشتغال‌زایی پرداخت خواهد شد. سید ابوالفضل رضوی در گفت‌وگو با ایسنا، در تشریح روند پرداخت تسهیلات اشتغال‌زایی روستایی گفت: در فاز نخست پرداخت این تسهیلات ۳۰۰۰ میلیارد تومان در نظر گرفته شده است که با اتمام این رقم فاز دوم آغاز می‌شود. وی افزود: مطابق اطلاعات کسب‌شده از سامانه کارا، پرداختی بانک‌ها به وام‌گیرندگان به ۳۰۰۰ میلیارد تومان رسیده است. یعنی حدود ۳۰۰۰ میلیارد تومان باقی مانده است. در حال حاضر پول در بانک‌ها وجود دارد تا طرح‌ها بررسی و در قبال آن دسته از طرح‌هایی که تصویب می‌شود وام پرداخت شود. وی فعالیت‌های اشتغال‌زایی پایدار روستاییان را شامل دریافت وام دانست و افزود:

کارگاه برندینگ

لزوم ایجاد تغییراتی استراتژیک از جانب برندها

مترجم: اشکان کوشش

اکثر برندها با حضور در شبکه‌های اجتماعی، به دنبال اعتمادسازی و ترویج حس آشنایی برای مخاطبین خود هستند. متأسفانه به گفته Edelman Trust Barometer در سال ۲۰۱۸، به نظر می‌آید این تلاش‌ها منجر به پسرقت و عقبگرد آنها می‌شود. مصرف‌کنندگان به نسبت قبل، اعتماد کمتری به رسانه‌های اجتماعی دارند. این امر شامل برندهایی می‌شود که از پلتفرم‌های زیر استفاده می‌کنند:

- در ایالات متحده، اعتماد به رسانه‌های اجتماعی ۱۱ رتبه کاهش یافته است.

- این اعتماد در آلمان و انگلستان به ترتیب ۴ و ۲ رتبه کاهش یافته است.

- در سطح جهانی، تنها ۴۱ درصد از مردم مدعی اعتماد به رسانه‌های اجتماعی هستند.

- ۴۰ درصد از مردم، به دلیل عدم اعتماد به رسانه‌های اجتماعی در راستای حفظ اطلاعات شخصی‌شان، مدعی حذف حساب کاربری خود در رسانه‌های اجتماعی در سال ۲۰۱۷ شدند.

در این میان بیش از همه برندها ضربه می‌خورند. متأسفانه مقادیر قابل توجهی از تعابیر و استنباط‌های منفی نمی‌توانند عاری از اشتباه باشند. برای مثال، ۴۸ درصد از مردم اگر در تبلیغی سخنانی کوبنده، تنفرآمیز و خشن و مفاهیمی نادرست ببینند، صاحب آن برند را مقصر می‌دانند. ۴۷ درصد دیگر معتقدند مفاهیم و محتوایی که در یک تبلیغ وجود دارد، انعکاسی از ارزش‌ها و دیدگاه‌های صاحب تبلیغات است.

در نهایت کمبود اعتماد، سبب ایجاد نگرش و برخورد منفی نسبت به شیوه‌های مرسوم بازاریابی می‌شود. برای مثال، ۵۴ درصد از مردمی که در بررسی‌ها شرکت کرده‌اند، با بازاریابانی که میزان خریدهای داخلی مغازه‌شان را به منظور بازاریابی هدفمند پیگیری می‌کنند، احساس راحتی نمی‌کنند. به علاوه، ۴۹ درصد به دلیل داشتن تجربه خرید شخصی، مخالف از دست‌دادن حریم اطلاعاتی خود هستند.

دلایل بسیار زیادی مبنی بر فرسایش اعتماد مصرف‌کنندگان وجود دارد. شواهد حاکی از آن است که رسانه‌های اجتماعی در مقابله با ترول‌های اینترنتی، حساب‌های کاربری غیرواقعی و اخبار دروغین، بسیار ضعیف ظاهر شده‌اند. در همین راستا، برخورد‌های عمومی ثابت می‌کند اطلاعات شخصی کاربران، همواره مسئولانه اداره نمی‌شود. برندها نیز خود مسبب برخی قدم‌های اشتباه و ناآگاهانه در رسانه‌های اجتماعی هستند. هم‌اکنون زمان مناسبی برای ایجاد نگرشی جدید است. در اینجا به اقداماتی اشاره خواهیم کرد که برندها باید برای بازسازی اعتماد، اعتبار و نفوذ خود انجام دهند.

شفاف‌سازی در زمینه مجموعه اطلاعات و استفاده از آنها

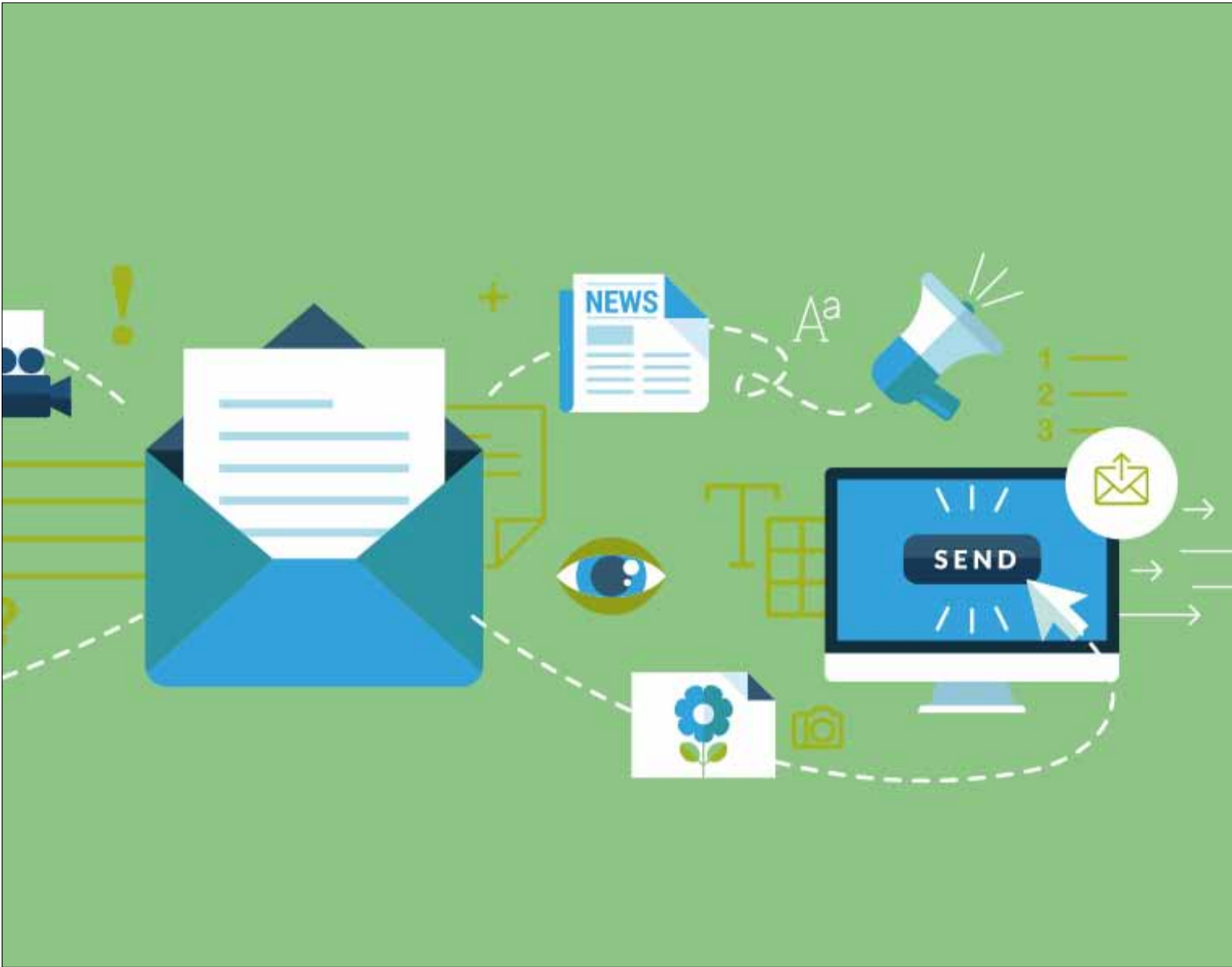
اگر شما مسئول تجارت در اتحادیه اروپا هستید، مقرره حفاظت از اطلاعات (GDPR)، به احتمال زیاد تغییراتی در زمینه ضوابط و افشاشگری‌های اطلاعات شما ایجاد کرده است. راس آرچر (Ross Archer)، مدیرعامل Viderium (شرکتی در زمینه نگهداری اطلاعات) با وجود امکانات زیاد در سرتاسر اروپا می‌گوید، «این نامه نه‌تنها به تأثیر خود بر آینده شیوه بررسی مجموعه اطلاعات ما ادامه می‌دهد، بلکه باعث افزایش اهمیت و ایجاد روش‌هایی جهت ارسال و نگهداری اطلاعات خواهد شد.» اما برای رسیدن به حریم اطلاعات در سریع‌ترین زمان ممکن، نباید نیازی به قوانین باشد. برندهایی که در آینده اعتماد مصرف‌کنندگان را به دست می‌آورند، آنهایی نیستند که حداقل کارها را انجام می‌دهند. مصرف‌کنندگان از آنجایی که معتقدند به صورت فعالانه از حریم خصوصی‌شان حفاظت می‌شود، به شرکت‌ها وفادار می‌مانند و با وفاداری خود، آنها را پشتیبانی می‌کنند. تمام این اعمال با نوشتن قوانینی شفاف آغاز می‌شود. شما در این قوانین برای کاربران روشن می‌سازید که چه داده‌ای را و به چه علتی جمع‌آوری و همچنین اجازه کاربر را نیز کسب می‌کنید.

ایجاد نظم در محتوای تولیدشده توسط کاربران

برندها تماماً مسئول آن چیزی هستند که در رسانه خود به دیگران ارائه می‌دهند. اگر رسانه اجتماعی شما برای ارائه محتوا توسط عموم آزاد است، باید آماده نظم و ترتیب‌دادن به آن باشید. زمانی که مخاطبین شما مطالبی نامناسب و سخنانی تنفرآمیز به اشتراک می‌گذارند، احتمال بسیار زیادی وجود دارد که فالوورها تصور کنند شما این سخنان و مطالب را تأیید می‌کنید. ارزش‌های خود را بشناسید و برای عمل به آنها آماده شوید. حذف نظرات این‌چنینی ممکن است کافی نباشد. اگر بیهانه‌های صریحی در مخالفت با این‌گونه مطالب نیز اعلام کنید، بسیار مهم و تأثیرگذار خواهد بود. حقوق مالکیت معنوی (IP rights) نیز در حال ایفای نقش در این زمینه است. اگر شما و یا یک فالوور، در حال گردآوری عکس‌ها، ویدئوها، نقل‌قول‌ها، اثرهای هنری، یادداشت‌ها و یا هر محتوای متعلق به شخصی خاصی هستید، بسیار مهم است که به حق مالکیت معنوی احترام بگذارید. زمانی که گردآوری محتوا صورت بگیرد، در واقع شما با پیامدهای استدلالی و اخلاقی روبرو هستید. مهم نیست محتوا در برگیرنده چه چیزی باشد؛ نقض حق تکثیر در تمامی موارد، همان معنا را می‌دهد. علاوه بر این انکار اعتبار مالکین اثر و یا پرداخت غرامت به آنها در بسیاری از سطوح اشتباه است. صاحبین اثر و حامیان آنها رفته‌رفته در حال افزایش صراحت در بیان حقوق مالکیت معنوی و درخواست اعتبار و بهایی درخو هستند. اگر اثری را بدون اشاره به صاحب آن به اشتراک می‌گذارید، آگاه باشید که ممکن است این کار عواقب و پیامدهایی داشته باشد. بهانه‌هایی مانند «زمانی که آن اثر را پیدا کردم، نام صاحب اثر را ارائه ندادند» کافی نیست. حتی توجیه و دلیل تراشی مانند «آیا دیده‌شدن این اثر مهم‌تر از نام صاحب اثر نیست؟» و یا «صاحبین اثر باید اهمیت بیشتری به نمایش اثر بدهند تا به پول و درآمد حاصل از آن» نمی‌تواند تأثیری داشته باشد.

ایجاد مرجعی شایسته

تا همین اواخر، تعداد زیادی از برندها با هدف برکاربودن و جذب مخاطبین به رسانه‌های اجتماعی ملحق شدند. نوشتن مطالب به صورت لیست‌وار و ... به منظور جذب تعداد زیادی مخاطب، نمی‌تواند شما را به هدف موردنظر برساند. در عوض، بر محتوایی تمرکز کنید که شما را مشخص و سردمدار صنعت خود نشان می‌دهد. این راه، ضربه‌ای حیاتی به مدیریت است و هر که تجربه یا گواهینامه‌ای در زمینه مدیریت داشته باشد، می‌تواند آن را تأیید و ضمانت کند. برای مثال، این روشی است که باید از امروز آغاز و تأثیرگذاری خود را پایه‌ریزی کنید و به یک مرجع تبدیل شوید.



بر این اساس به طور معمول اندازه‌گیری زمان مشاهده تبلیغات برای آگهی‌های ویدئویی کاربرد دارد، اما واحد اندازه‌گیری در تکنولوژی بلاک‌چین میزان پیکسل بارگیری‌شده از سوی کاربر است. به این ترتیب با اندازه‌گیری میزان بارگیری پیکسل‌ها از سوی کاربران نسبت زمان مشاهده به دست می‌آید. مزیت اصلی این راهکار به صفر رساندن احتمال ارائه آگهی‌مان به روایات‌های خودکار افزایش بازدید تبلیغات است.

به عبارت ساده، بلاک‌چین از تقلب ناشرهای تبلیغاتی نسبت به برندها جلوگیری به عمل می‌آورد. به همین خاطر ناشرهای تبلیغاتی فقط در قبال ارائه واقعی تبلیغات به مخاطب پول دریافت خواهند کرد. شاید در نگاه اول فناوری بلاک‌چین مزیت‌های بسیار زیادی داشته باشد. با این حال نباید مشاهده این مزیت‌ها چشم‌مارا بر روی کاستی‌هایش بسته نگه دارد. بر این اساس در اینجا به یکی از کاستی‌های اصلی این فناوری اشاره خواهیم کرد. این کاستی هماهنگی برخی از مرورگرهای محدود با سیستم بلاک‌چین است. بر این اساس برندها، ناشرهای تبلیغات و از همه مهم‌تر کاربران باید از نسخه‌های خاصی به عنوان مرورگر استفاده کنند. در غیر این صورت نمایش تبلیغات برای آنها با مشکلات جدی مواجه خواهد شد. نکته مهم در اینجا هماهنگی برخی از مشهورترین و پراستفاده‌ترین مرورگرها با فناوری بلاک‌چین است. بی‌شک اگر بلاک‌چین در صد همگانی شدن است، باید نسبت به پشتیبانی مرورگرهای بیشتر اقدامات جدی به عمل آورد.

۲. تحلیل‌ها

یک روش دیگر در این میان مشاهده تحلیل‌های ترافیک گوگل است. اگرچه در این مدل میزان دقیق بازدیدها از آگهی به نمایش در نمی‌آید، اما میزان ارزشمندی کار ناشر تبلیغاتی به خوبی نمایان خواهد شد. همچنین به مانند الگوی قبلی در اینجا نیز امکان تقلب از سوی ناشرها محدود شده است. بنابراین می‌توان نسبت به مشاهده تبلیغات از کاربران واقعی اطمینان حاصل کرد. به منظور افزایش دقت این داده‌ها می‌توان آن را با اطلاعات جانبی دیگر نیز ترکیب کرد. به این ترتیب اطلاعات به دست آمده از میزان دقت بسیار بالایی بهره‌مند خواهند شد. به یاد داشته باشید که استفاده از تکنولوژی بلاک‌چین به معنای تلاش برای دسترسی به مخاطب‌های علاقه‌مند و البته واقعی است. بر همین اساس ماهیت کمپین‌های شما دیگر همگانی نخواهد بود. در عوض شما مخاطب علاقه‌مند به دست خواهید آورد. این قشر از مخاطب‌ها دقیقاً همان‌هایی هستند که شما در صورت صرف هزینه بالا و اذیت بسیاری از کاربران به دست می‌آورید. تکنولوژی بلاک‌چین دسترسی شما به این کاربران را بدون اذیت دیگران و صدمه به اعتبار برندگان ممکن کرده است.

به محض اینکه ما از شر تبلیغات بی‌ربط و آزاددهنده خلاص شویم، سیستم سودآور و جذابی را در اختیار خواهیم داشت. همچنین فناوری بلاک‌چین با تأکید بر روی بهره‌وری کاربران باعث استفاده مجانی آنها از بسیاری سرویس‌های پولی به صورت رایگان می‌شود. به این ترتیب تجربه کاربری مخاطب نیز بسیار لذت‌بخش‌تر خواهد شد. در چنین اکوسیستمی نمایش فقط تعداد محدودی از آگهی‌ها نیز نتیجه بسیار بهتری نسبت به تبلیغات همگانی دارد، بنابراین به نظر می‌رسد همه ما باید عادت خود در زمینه تبلیغات را تغییر دهیم. در غیر این صورت نتیجه مطلوب‌مان از دل تبلیغات حاصل نخواهد شد.

منبع: **entrepreneur**

وقتی تبلیغات آنلاین ناامیدکننده هستند

چگونه تبلیغات آنلاین‌مان را نجات دهیم؟

ضرب خطای خاص خود را دارد. به علاوه برخی از سایت‌ها استفاده از چنین نرم‌افزارهایی را برای کاربران ممنوع کرده‌اند. این الگوی تبلیغاتی برای شبکه‌های مادر مانند گوگل و فیس‌بوک نیز نتیجه مناسبی به بار نیاورده است. بر این اساس میزان نادیده‌گیری تبلیغات در این دو پلتفرم بزرگ ۷۳ درصد افزایش داده است.

تبلیغات جاسوسی

هر فردی که اندکی آشنایی با کانال‌های یوتیوب داشته باشد، از اهمیت دنبال‌کننده باخبر است. بر این اساس هنگامی که فردی براساس علاقه یا نیاز به سرویسی خاص کانال ما را دنبال می‌کند، ارزشش بسیار بیشتر از دنبال کردن شناسی و تصادفی صفحه خواهد بود. مدل تبلیغات مشترکین نسبت به الگوی بخش قبل پیشرفت قابل توجهی نشان داده است. بر این اساس یک تبلیغ فقط باید برای مشترکین یک صفحه خاص به نمایش درآید. این امر به دلیل هماهنگی مشترکین آن صفحه با محتوای تبلیغ موردنظر است. به این ترتیب شانس موفقیت تبلیغ ما به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. همچنین با این الگو میزان ناراضی‌تی کاربران از نمایش تبلیغات بی‌ربط به سلیقه‌شان کاهش می‌یابد.

مشکل اصلی در اینجا عدم پشتیبانی سیستم مرکز محور از چنین الگوی تبلیغاتی است. در حقیقت هدف سیستم‌های مرکزی کسب سود برای پلتفرم‌های مادر است، نه اهالی دنیای تبلیغات. درست به همین دلیل در این مرحله تکنولوژی بلاک‌چین نقش مهمی را برعهده دارد.

برتری تکنولوژی بلاک‌چین

خوشبختانه تکنولوژی بلاک‌چین به طور کامل مرکز محور را از بین می‌برد. در نتیجه میزان درآمد پلتفرم‌های مادر به سود ناشرهای تبلیغات، طراح‌ها و برندها کاهش می‌یابد. همچنین به دلیل فعالیت از طریق بلاک‌چین ناشرهای تبلیغاتی در کمترین زمان ممکن به پول‌شان دست می‌یابند. در اینجا باید توجه داشت که در الگوهای سنتی تبلیغات فقط پس از دریافت نسبت مناسبی از بازدید کاربران به ناشرها پول پرداخت می‌شد. به این ترتیب علاوه بر برندها، ناشرهای تبلیغات نیز از فناوری بلاک‌چین راضی هستند.

در هر صورت در فناوری بلاک‌چین کاربران پیروز نهایی هستند. به این ترتیب مشاهده نحوه دریافت داده برای کاربران فراهم خواهد بود. در این بخش کاربر می‌تواند مشاهده تبلیغات یا حذف آنها را انتخاب نماید. اگر آنها مشاهده تبلیغات را انتخاب کنند، در مقابل جایزه و پاداشی نیز خواهند گرفت. چنین الگویی نه‌تنها به حریم شخصی کاربران احترام می‌گذارد، بلکه انگیزه آنها را برای مشاهده تبلیغات دوچندان خواهد کرد. به علاوه نرخ ارائه تبلیغات منطبق با سلیقه کاربران به طور خارق‌العاده‌ای افزایش می‌یابد. دلیل امری نیز کاملاً واضح است: کاربر فقط تبلیغات مورد علاقه‌اش را مشاهده خواهد کرد.

به منظور فهم بهتر فناوری حاضر باید نسبت به شیوه‌های تعامل کاربران با تبلیغات تحت الگوی بلاک‌چین آشنا شویم. این امر براساس دو راهکار امکان‌پذیر است. به اختصار هر کدام از آنها را توضیح خواهیم داد.

۱. زمان تعامل کاربر

در این الگو زمان مشاهده تبلیغات از سوی کاربران اندازه‌گیری می‌شود. شیوه این کار با الگوی آشنا برای ما اندکی متفاوت است.

به قلم: سائلو مدیر ورس کارآفرین حوزه بازاریابی
ترجمه: علی‌ال‌علی

همه ما به طور معمول در دنیای اینترنت زمانی را برای پیگیری علایق‌مان اختصاص می‌دهیم. با این حال همیشه تبلیغات آزاردهنده، نامربوط و کسل‌کننده تجربه لذت‌بخش ما از جست‌وجو در اینترنت را خراب می‌کنند. بر این جلوگیری از نمایش چنین تبلیغات افشاحی به سراغ استفاده از نرم‌افزارهای مسدودسازی تبلیغات، گزارش نمایش تبلیغات مخرب به تیم فنی تویتر و حتی مرورگر تازه‌کار Brave رفتیم. در چنین شرایطی شما باید وقت زیادی را به بیان شکایت‌های‌تان اختصاص دهید. در عین حال نتیجه کار به طور معمولی چندان دلچسب نخواهد بود. در هر صورت با نمایش تبلیغات کسب‌وکارها موفق به درآمدزایی می‌شوند. شکایت افرادی مانند من نیز راه به جایی نخواهد برد.

در رسوایی اخیر فیس‌بوک جنبش حذف اکانت فیس‌بوک طرفداران زیادی پیدا کرد. اگرچه بسیاری از کاربران حاضر در این جنبش در آخر اکانت‌های خود را حفظ کردند. نکته طنز ماجرا بازگشت آمار بازدید سابق به سایت فیس‌بوک تنها چند ماه پس از گذشت آن رسوایی است. در حقیقت به هنگام نبود جایگزین مناسب مردم مجبور به بازگشت به شبکه‌های اجتماعی قبلی می‌شوند. خبر خوش تغییر چنین الگویی در آینده نزدیک است.

تبلیغات مشکل‌دار

من خیلی کم کالایی را به صورت آنلاین خریداری می‌کنم. اگر سایت‌های فروش این نکته را می‌دانستند، زمان من و خودشان را با نمایش خیل عظیم تبلیغات در مرورگر و صفحه اصلی تویترم هدر نمی‌دادند. پرسش اصلی در اینجا میزان هدررفت میلیون‌ها دلار برای نمایش چنین تبلیغاتی به کسانی مانند من است. در حقیقت، آیا راهکار بهتری برای تبلیغات آنلاین وجود ندارد؟

الگوریتم نوین گوگل تلاش خود را در جهت هوشمندسازی نمایش تبلیغات براساس تحلیل کلیدواژه‌های جست‌وجوهای قبلی اعمال کرده است. به این ترتیب آنها مخاطب هدف هر کسب‌وکار را به صورت موثر پیدا می‌کنند. با این حال به نظر من راهکار دیگری برای جذب هر دو نوع مخاطب علاقه‌مند و غیرمرتبط وجود دارد.

الگوی کنونی تبلیغات مبتنی بر تبلیغات نمایشی است. بر این اساس طراح تبلیغات نیاز به نمایش محتوایی به من تحت عنوان تأثیرگذاری اولیه دارد. من نیز در صورت پسند محتوای نمایشی بر روی آن کلیک کرده، فرآیند خرید آغاز می‌شود. مشکل اصلی در اینجا ناآگاهی بسیاری از شرکت‌ها از مخاطب‌های هدف‌شان است. بر این اساس آنها تبلیغات خود را در یک سایت مشخص (مثلاً فیس‌بوک) برای تمام کاربران یک منطقه به نمایش در می‌آورند. درست به همین خاطر بسیاری از ما نسبت به نمایش محتوای نامربوط به علایق‌مان از دست سایت‌های مختلف شاک می‌هستیم.

از سوی دیگر، انقدر کاربران از سوی محتوای تبلیغاتی اذیت می‌شوند که پس از اندکی تمام محتوای تبلیغاتی را بدون اندکی مشاهده می‌بندند. برای کاربران گوشی‌های هوشمند مشاهده تبلیغات به معنای کاهش بی‌رویه شارژ باتری‌شان است. در هر صورت راه فرار قطعی هم از این تبلیغات مزاحم وجود ندارد. استفاده از مسدودکننده‌ها نیز میزان

ایستگاه بازاریابی

استراتژی های بازاریابی هوشمندانه برای کسب و کارهای خانگی

مترجم: امید گوهری

کسب و کارهای توسعه یافته با سرمایه و سود بسیار زیاد، بودجه کافی جهت بازاریابی و تیم های تبلیغاتی را نیز دارند اما شرکت هایی مانند تولیدی جواهر که در یک پارکینگ فعالیت می کند، خط تولید پوشاک که در یک اتاق خواب برقرار است و مثال هایی از این دست، بودجه کافی برای بازاریابی مشابه با شرکت های بزرگ را در اختیار ندارند. هر چند گزینه های بسیاری برای کسب و کارهایی که تنها محصولات دستی تولید می کنند وجود دارد که می توانند با استفاده از آنها شرکت شان را به سطحی بالاتر برسانند. مصاحبه Business News Daily با مسئولان بازاریابی کسب و کارهای کوچک، راهنمایی های آنها برای بهترین روش بازاریابی و فروش محصولات دستی را در بر دارد.

وبسایت خودتان را بسازید

مؤسس زبیت، جاناتان پیکاک (Jonathan Peacock) می گوید، «هر که سودای فروش موفق محصولاتش به صورت آنلاین را در سر دارد، باید وبسایت خودش را راه اندازی کند. وقتی می خواهید محصولی را به صورت آنلاین تبلیغ کنید، نیاز به محلی دارید که آنها را ارسال کنید. آن محل باید وبسایت خودتان باشد، نه یک فروشگاه بزرگ مانند آتسی.» پیکاک می گوید وقتی یک مراجعه کننده را به یک فروشگاه بزرگ می برید، معمولاً او را به فروشنده رقیب واگذار می کنید. در فروشگاه های بزرگ خریداران با انبوهی از گزینه ها مواجهند. حتی اگر مستقیماً به صفحه مربوط به محصول شما بیایند، بالا و پایین صفحه مملو از پیشنهادهای از محصولات مشابه با محصول شماست. داشتن وبسایت شخصی، امکان کنترل بیشتر را فراهم می کند. مایک خورف (Mike Khorev) مدیر توسعه شرکت بازاریابی Nine Peaks Media می گوید، «وقتی وبسایت خودتان را داشته باشید، مالک آن هستید و نیازی به کاتال های رسانه ای همچون رسانه های اجتماعی که با گذر زمان تغییر می کنند، نخواهید داشت.» برای مثال تعداد مراجعه کنندگانی که پلتفرم های رسانه های اجتماعی اخیراً برای کسب و کارها ایجاد می کنند، نسبت به گذشته کاهش یافته است و شما باید برای جذب مخاطب بیشتر هزینه کنید. اگر امروزه تنها بر روی رسانه اجتماعی حساب کنید، احتمالاً مخاطبان بسیاری را از دست می دهید.

به دنبال روش های جدید فروش باشید

اگر در بررسی روش های فروش، تفرکی خلاقانه داشته باشید و خود را محدود نسازید، از دیگر رقیبای تان پیشی می گیرید و به موفقیتی مداوم می رسید. نیت مسترسون (Nate Masterson)، مدیر بازاریابی Maple Holistics می گوید، «اگر در روش های فروش خلاقیت به خرج دهید، شاید مخاطبان جدیدی را بیابید که باعث رشد چشمگیر کسب و کارتان شوند.» پیکاک می گوید، کارآفرینان خلاق باید به دنبال شیوه های جدید فروش باشند. البته توصیه او در زمینه هدایت نکردن مراجعه کنندگان به فروشگاه ها، الزاما به معنای دست کشیدن از آنها نیست. پیکاک در ادامه می افزاید، «لیدل اصلی اینکه فروشگاه ها محل مناسبی برای رهنمود بازدیدکننده نیستند، همان دلیل ارزشمندی آنهاست. مشتریان بالقوه از محصولات شما دین می کنند، چون شما بخشی از فروشگاه هستید. فروشگاه های خوب مخاطبان خود را دارند و این موضوع سبب ایجاد مخاطب بیشتر برای محصولات تان می شود. مخاطب بیشتر نیز به معنای فروش بیشتر است، بنابراین آیا لازم است در فروشگاه اتسی دست به فروش بزنید؟ البته نه بله. فروشگاه آمزون مختص محصولات دست ساز چطور؟ بله. شما باید در هر تعداد فروشگاهی که می توانید، فروش داشته باشید.» او می گوید از امتحان روش های مختلف بازاریابی از جمله رسانه اجتماعی، بازاریابی از طریق ایمیل، وبلاگ نویسی و . . . ترسید تا بتوانید بهترین راه فروش محصولات تان را بیابید. در هر تلاش تنها بر روی یکی از روش های فروش متمرکز شوید تا نتایج حاصل قابل مقایسه باشند.

از فروش چندمرحله ای استفاده کنید

فروش چندمرحله ای روشی از بررسی مقاطعی است که منجر به فروش می شوند. پیکاک می گوید این روش را مانند یک کیف تصور کنید. فروش معمولاً با مراده اول انجام نمی شود و در حالت کلی مراحل متعددی پیش از خرید نهایی وجود دارد. براساس گفته فلین زایگر (Flynn Zaiger)، مدیرعامل آنلینس بازاریابی Online Optimism، فروش قیفی است که از آگاهی نسبت به مدنظر قرار دادن کالا آغاز و به مرحله تصمیم به خرید منتهی می شود. پیکاک می گوید، «بررسی مقاطع موجود در قیف فروش بسیار مهم است تا بتوانید به مشتری در پشت سر گذاشتن آنها کمک کنید. در هنگام بازاریابی نباید سریعاً به مرحله فروش بروید. ابتدا ارزش محصول را بیان و رابطه ای مثبت ایجاد کنید و سپس با پیشروی در قیف، به سمت فروش بروید.» بازاریابی کالاهای دست ساز تجربه ای منحصر به فرد است. محصولات تیراز بالا کاملاً تفاوت دارد. جونیت بوکهیام (Jonit Bookheim)، مدیر فروش و ارتباطات Mata Traders می گوید، «محصولات ساخت دست همواره یک داستان در ورای خود دارند که محصولات تیراز بالا معمولاً فاقد آن هستند. در محصولات دست ساز، یک شفافیت خاص قابل ملاحظه است که شما باید بر روی آن تأکید کنید.»

از سیاست های بازاریابی محصولات تیراز بالا پیروی نکنید

با اینکه محصولات دست ساز و تیراز بالا ممکن است در فروش از یک پلتفرم مشترک استفاده کنند، اما مخاطبان متفاوتی دارند؛ در نتیجه استراتژی بازاریابی متفاوتی نیز باید در پیش بگیرند. زایگر می گوید، «مشاهده محصول خریداری شده در خانه مشتریان محصولات دست ساز بسیار لذت بخش است. محصولات تیراز بالا همگی به یک شکل هستند و استراتژی های فروش آنها به فروش ختم می شود، اما برای محصولات ساخت دست، معمولاً خریداران به دنبال محصولی منحصر به فرد هستند و شما باید مطمئن باشید که با دنبال کردن آن محصول تا منزل و کمد خریدار، این خصیصه را حفظ کنید.» زایگر می افزاید، این خدمات پس از فروش، نه تنها محتوایی جذاب جهت تبلیغات در رسانه های اجتماعی و وبلاگ برای اتان ایجاد می کنند، بلکه به خریدار حس خاص بودن را می دهند که منجر به تمایل آنها به خرید بعدی می شود. نکته مهم این است که هنرمندان تولید کننده محصولات دست ساز، مهارتی منحصر به فرد دارند که دیگران آن را تحسین و از آن حمایت می کنند. بوکهیام پیشنهاد می کند، «از توسعه برندتان نهراسید. اینکه محصولات را در منزل تان تولید می کنید باعث نمی شود که از آنها تصاویری مانند تصاویر پر فروش ترین محصولات بازار تهیه نکنید. چون تیراز تولیدتان محدود به ۵۰ نسخه در ماه است، از گفتن اینکه چه کسی ۱۰ نسخه از آن را می خواهد، ترسید. تنها یک قدم از ناحیه اطمینان تان خارج نشوید، بلکه گام های زیادی از آن فاصله بگیرید.»

منبع: businessnewsdaily

۱۰ ایده کاربردی برای بهبود فرآیند بازاریابی محتوایی برندمان



۳. اهمیت نحوه ارائه مطلب

تا همین چند وقت پیش مفهوم «ارائه مطلب» فقط در داخل اتاق جلسات و همایش ها معنا داشت. عصر جدید اما این مفهوم را به فضایی بسیار وسیع تر توسعه داده است. اکنون ارائه مطلب یکی از بخش های مهم بازاریابی محتوایی را تشکیل می دهد. به این ترتیب بازاریاب ها امکاناتی نظیر «اسلاید شو» را برای نمایش محتوای خود به مخاطب در اختیار دارند. اگر به دنبال افزایش شمار جذب مخاطب هستید، استفاده از اسلاید شوهای زیبا بخت شما را تا حد زیادی افزایش خواهد داد. علاوه بر اسلاید شو باید به اهمیت برجسته سازی بخشی از متن مطلب مان در قالب تصویر نیز اشاره کنم. بر این اساس بخش های کلیدی متن تان را با فونت بزرگ تر و به گونه ای متفاوت از بقیه متن برجسته نمایید. این کار مخاطب را پیش از هر چیز دیگر به سوی آن بخش ها هدایت می کند. در نتیجه با مطالعه بخش های جذاب انگیزه کاربران برای مطالعه کل متن تان افزایش خواهد یافت.

۴. ایجاد کتاب الکترونیکی یا وبلاگ

امروزه کتاب های الکترونیکی، مطالب وبلاگی و مقاله های تصویری (مقاله هایی در قالب یک فایل تصویری کم حجم) از محبوبیت بالایی در میان کاربران دنیای اینترنت برخوردار است. مزیت اصلی این نوع فرمت ها برای بازاریاب ها امکان نزدیک تر شدن به گونه برتر ارائه محتوا به کاربران محسوب می شود. براساس پژوهش سایت ما کاربران اینترنتی تمایل بسیار بیشتری نسبت به اشتراک گذاری مطالب وبلاگی در مقایسه با سایر گونه های مشابه دارند. به این ترتیب با ایجاد یکی وبلاگ رسمی شانس ما برای جذب تعداد بیشتری از نگاه های کاربران افزایش می یابد. به علاوه در این صورت بحث تبلیغات مطلب ما نیز تا حد زیادی به صورت رایگان از طریق خود کاربران (با به اشتراک گذاری) صورت می پذیرد.

توجه داشته باشید، به هنگام نگارش مطالب برای وبلاگ یا کتاب اینترنتی مان باید بر روی موضوعات مرتبط با کسب و کارمان و نیازهای مخاطب تمرکز کنیم. در غیر این صورت محتوایی به درد نخور را در اختیار کاربران قرار می دهیم.

۵. اسکرین شات را فراموش نکنید

امروزه اغلب دستگاه های هوشمند به کاربران امکان تهیه اسکرین شات از صفحه شان را می دهد. به این ترتیب در اغلب موارد کاربران حوزه دیجیتال از مطالب مهم اسکرین شات تهیه می کنند. صرف نظر از کاربرد عمومی این امر، در اینجا به دنبال نحوه تاثیر گذاری آن بر روی حوزه بازاریابی محتوایی هستیم. شرکت ها با استفاده از اسکرین شات فرصت نمایش محتوای مختلفی به مخاطب شان را به دست می آورند. نکته مهم در اینجا امکان ضبط اسکرین شات در قالب ویدئو است. به این ترتیب شما می توانید نحوه استفاده از یکی از نرم افزارهای شرکت تان را در قالب یک اسکرین شات ویدئویی به دیگران آموزش دهید.

۶. معجزه های به نام میم

امروزه تصاویری که حاوی متن طنز و خنده دار هستند، به طور معمول میم (Meme) نامیده می شوند. شبکه های اجتماعی نظیر فیس بوک خسیل عظیمی از این میم ها را در خود جای داده اند. در دنیای امروز هر چه شهرت بالایی داشته باشد، به معنای امکان جلب توجه کاربران از طریق آن است. در این میان میم های جذاب نیز توجه مخاطب را به بهترین شکل جذب می کند.

به عنوان بازاریاب استفاده از میم های جذاب یا خلق آنها راهکاری بدیع و جالب برای جلب نظر مخاطب محسوب می شود. در این راستا باید بر روی مسائل کاربردی حوزه کسب و کارتان تمرکز کنید. به این ترتیب کاربران به سوی مشاهده میم های شما جلب می شوند. مزیت اصلی استفاده از میم ها جلب توجه مخاطب با استفاده از کاربرد محتوای متنی اندک است. در حقیقت میم ها به پایه تصاویر جذاب و خنده دار بنا می شوند. حال که کاربران دنیای اینترنت حوصله مطالعه متن را ندارند، استفاده از میم ها بهترین راهکار برای جلب توجه شان خواهد بود.

نکته جالب در مورد کاربرد میم ها عدم توجه بسیاری از برندها بدان هاست. بر این اساس با استفاده از میم های جذاب دست بالاتر را در رقابت با دیگر برندها خواهید داشت.

به قلم: ایوان ویدجا یا نویسنده و صاحب سایت noobpreneur.com
<i>ترجمه: علی آلی</i>

بازاریابی محتوایی بر روی تولید، عرضه مطالب جذاب به مخاطب علاقه مند و ترغیب آنها به خرید محصولات مان تمرکز دارد. بسیاری از مردم با آگاهی پیرامون میزان بالای تاثیر گذاری بازاریابی محتوایی اقدام به استفاده از آن در بخش های مختلف کسب و کار شان می کنند. با این حال مشکل اصلی بسیاری از بازاریاب ها به هنگام تمرکز بر روی الگوی بازاریابی محتوایی فقدان ایده کافی است. به این ترتیب پس از گذشت اندک زمانی ما به طور کامل تهی از ایده ناب خواهیم شد. هنگامی که بازاریاب ها دیگر ایده های جذاب و نو ندارند، فرآیند تولید مداوم محتوای مورد پسند کاربران به مخاطره می افتد. به عبارت دیگر، تداوم به عنوان بخش مهمی از صنعت بازاریابی در کار آنها یافت نخواهد شد. ادامه این روند موجب تولید کمپین های کمابیش تکراری و عدم استقبال مخاطب از آنها می شود. در این مقاله هدف من جلوگیری از شیوع چنین حوادث ناگواری برای بازاریاب هاست. به همین خاطر در ادامه مقاله به بررسی ۱۰ ایده کاربردی که هر بازاریابی می تواند برای کمپینش در نظر گیرد، خواهم پرداخت.

۱. ترکیب تصویر و ویدئو در محتوا

امروزه به دلیل توسعه گوشی های هوشمند و سایر دستگاه های نوین محتوای دیجیتال به محبوبیت بالایی دست یافته است. شاید در نگاه نخست رواج محتوای دیجیتالی کار را برای ما به عنوان بازاریاب در عصر حاضر آسان تر کند. با این حال خبری از این سنخ اتفاق های خوب نیست. در حقیقت رواج محتوای دیجیتال زمان توجه کاربران به هر محتوای واحد را به شدت کاهش داده است. اکنون اغلب کاربران در فضای اینترنت حتی زحمت مطالعه متنی نسبتاً کوتاه را به خود نمی دهند. این حقیقت به خوبی عدم موفقیت برندهای مختلف در زمینه توسعه بازاریابی متن محور را توضیح می دهد. راهکار هوشمندانه در اینجا افزودن تصاویر جذاب به متن مان است. با این کار انگیزه کاربران برای مطالعه متن ما دوچندان خواهد شد. به هنگام انتخاب تصاویر همیشه باید به جذابیت و هماهنگی آنها با ماهیت اصلی متن مان توجه داشته باشیم.

به طور معمول محتوای ویدئویی ابزاری عالی برای نمایش مشکلات مختلف مردم و پرداختن به راهکارهای مطلوب برای حل آنهاست. یک ویدئوی باکیفیت علاوه بر رفع مشکل کاربران، در زمینه جذب شان به برندمان نیز تاثیر قابل توجهی دارد. در هر صورت همه ما با مشاهده محتوای ویدئویی جذاب یک برند به خرید محصولات آن بیش از پیش ترغیب خواهیم شد. بی شک این نکته در مورد سایر برندهای معمولی صادق نخواهد بود. خوشبختانه امروزه گونه های مختلفی از ویدئو در اختیار بازاریاب ها و برندها قرار دارد. به عنوان مثال ویدئوهای توضیحی (در آنها یک فرد به عنوان نماینده برند به توضیح راهکار مشکل کاربران یا شیوه استفاده از محصولی خاص می پردازد) و ویدئوهای آموزشی (در زمینه های مختلف) از جمله نام آشناترین گونه های ویدئوهای بازاریابی و تبلیغاتی هستند.

به عنوان یک بازاریاب شما از آزادی انتخاب میان کاربرد تصویر و ویدئو برخوردار هستید. بر این اساس بسته به نوع نیازتان گزینه مناسب را انتخاب کنید. نکته مهم در اینجا ضرورت استفاده از این دو فرمت تصویری است. به این ترتیب هیچ گاه متن ما نباید به صورت خام و بدون محتوای بصری منتشر شود. همچنین در اینجا هماهنگی محتوای بصری مورد نظر و متن مان باید مدنظر قرار گیرد.

۲. استفاده از نمودارها

نمودار یا اینفوگرافی یکی از ابزارهای بصری کاربردی برای جلب نظر مخاطب است. مزیت اصلی نمودارها انتقال اطلاعات مهم در قالبی زیبا و چشم نواز است. به این ترتیب دیگر با مشکل متن های کسل کننده مواجه نخواهیم بود. در دوره ای که کاربران دیگر حوصله مطالعه متن های تبلیغاتی بلند را ندارند، استفاده از اینفوگرافی های جذاب بهترین راهکار برای جلب نظرشان خواهد بود. خوشبختانه طراحی این گونه اینفوگرافی ها بسیار راحت است، بنابراین نیازی به همکاری با یک متخصص گرافیک وجود ندارد.

رهبری

تغییر در توفان فکری و رسیدن به ایده فوق العاده بعدی

مترجم: هانیه لاری

در پی افزایش خلاقیت هستید؟ توفان فکری را رها و در عوض مورد زیر را امتحان کنید. مدیران و رهبران برای چندین دهه در لیل پیچیده‌ترین مسائل خلاقانه خود بر توفان فکری (Brain storming) تکیه داشتند، اما کار تیمی صرف در راستای یافتن یک ایده فوق العاده، آسیب‌زننده است. توفان فکری و تبادل گروهی برای یافتن ایده، نه تنها اغلب منجر به انطباق نمی‌شود، بلکه تحقیقات فراوان نشان داده است که افراد در این شرایط نسبت به زمانی که تنها و به طور شخصی به تولید ایده می‌پردازند، ایده‌های کمتری تولید می‌کنند. حال وقت آن است که تنظیمات کارسازی را اعمال کنیم که به اصلاحات ضروری در روند توفان فکری منجر می‌شوند. فرآیندی که در آن تمامی افراد به جای صحبت پیرامون موضوعی، همزمان می‌نویسند، اصطلاحاً توفان نوشتاری یا افکارنویسی (Brainwriting) نامیده می‌شود.

ارتقای ایده‌ها

در روش افکارنویسی افراد زمانی را در اختیار دارند تا پیرامون موضوع مدنظر و سپس ارائه ایده‌ای مرتبط، قبل از حذف و گم‌شدن آن در بحث‌های گروهی تفکر کنند. برای مثال تیم بازاریابی شما تلاش می‌کند یک پیام مشخص برای برند خود در قالب یک کمپین جدید طراحی کند. به هر نفر یک کارت برای یادداشت بدهید تا سریعاً چندین مفهوم کارا که به ذهن‌شان می‌رسد را یادداشت کنند. بعضی از الگوهای این‌گونه یادداشت‌ها از قانون «۳-۶» پیروی می‌کنند؛ بدین معنا که یک تیم متشکل از شش نفر باید ظرف پنج دقیقه، سه ایده را پیشنهاد دهد. بعد از تحویل کارت‌های یادداشت، روند مشابهی در پیش گرفته می‌شود، اما به جای تولید ایده‌های جدید، هر یک از اعضای تیم زوایا و ابعاد جدیدی را پیشنهاد می‌دهند (روندی که به خوبی مشابه رویکرد افزونگی است که توسط افراد خلاق در پیکسار (Pixar) عمومیت یافت. آنها در پیکسار ایده‌هایی داستانی با مفاهیم متفاوت تولید می‌کردند). تعویض کارت‌های ایده تا زمانی ادامه می‌یابد که هر عضو از تیم فرصتی برای بازبینی و اصلاح تمامی گزینه‌ها داشته باشد. من با بعضی از مشتریانم به تمرین و امتحان افکارنویسی در مقیاس کوچک پرداختم. در این شرایط کارت‌ها به طور تصادفی و به گونه‌ای که هیچ نام و نشانی برای مشخص شدن هویت فرد وجود نداشته باشد، تنها یکبار به اشتراک گذاشته می‌شوند (در این نسخه، دو قانون وجود دارد: حدس و قضاوت در این کار جایی ندارد). بعد از اولین دور چرخش کارت‌ها، تمامی ایده‌ها برای کل گروه نمایان می‌شوند (کارت‌ها را بر روی یک تخته بچسبانید و یا آنها را در پرونده کاری به اشتراک بگذارید) و به ترتیب، مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. الگوها و زمینه‌ها پس از آن شروع به آشکار شدن می‌کنند. بحث‌های ساختاری ناگهان رونمایی می‌شوند و اعضا با یکدیگر شروع به تفکر می‌کنند؛ زیرا آنها پیش از آن فرصت تفکر جداگانه نداشته‌اند.

فواید افکارنویسی

به هر صورت، افکارنویسی سه‌المان مهم را که اغلب در جلسات توفان فکری سنتی از دست می‌روند، تأمین می‌کند. تساوی: هر عضو گروه و نه صرفاً مدعیان و افرادی که بلندترین صدا را دارند، دارای رأی و صدای خاص خود هستند. خیال‌اندیشی: ایده‌ها در لحظه دریافت و اصلاح می‌شوند و به تبدیل پروسه واگرایی نظرات به همگرایی و ایجاد یک ایده مشترک شتاب می‌دهند. همین امر قدرت چرخه تفکر خلاق است. کار گروهی: به جای رقابت بر روی برتری ایده، افراد گروه با یکدیگر همکاری می‌کنند تا ایده‌ها را افزایش دهند و جایگاه یکدیگر را به جای تضعیف، تقویت کنند. فرصت‌دادن به افراد برای تولید ایده‌ها بدون دخالت در روند آن، سبب تولید ایده‌های بیشتر و خصوصاً اصیل‌تر می‌شود. لی تامپسون (Leigh Thompson) استاد دانشگاه Northwestern، متوجه شده است که گروه‌های افکارنویسی، ۲۰ درصد ایده‌های بیشتر و ۴۲ درصد ایده‌های اصیل‌تر در مقایسه با گروه‌های سنتی توفان فکری تولید می‌کنند. او می‌گوید، «ضمن صحبت یک نفر، شما نمی‌توانید درباره ایده خود فکر کنید و به طور ناخودآگاه جذب ایده فرد در حال صحبت می‌شوید.»

آغاز به کار

چندین ابزار دیجیتال جهت تقویت و پشتیبانی ساختار افکارنویسی وجود دارد، اما هرچه این ابزار سبب خلاقیت و همکاری بیشتر در میان اعضای تیم‌تان شوند، باید بیشتر به سه مورد زیر دقت کنید:

توضیح روند مربوط به افکارنویسی

برای اجتناب از افتادن به ورطه «بوت‌تاپ زودگذر» در افکارنویسی نیاز به یک دلیل و پایه منطقی و شفاف دارید. اعضای تیم را درباره انگیزه خود از تمییز رویکرد از توفان فکری به افکارنویسی و فواید آن توجیه کنید. شفافیت سبب تسریع و تسهیل ایجاد تغییر می‌شود.

یک هدف مشخص تعیین کنید

زمانی که یک مسئله مشخص برای حل پیش‌روی خود دارید، افکارنویسی نتیجه بهتری خواهد داد. در نظر گرفتن اهدافی چون «افزایش فروش به میزان ۱۰ درصد» و «ایجاد بازدید به میزان ده صفحه در ماه»، نسبت به اهدافی چون «افزایش شادی در میان کارمندان» یا «ارتقای خدمات مشتری»، اهداف مشخص‌تر و بالطبع چالش‌های قابل‌حل‌تری هستند.

بر روی ایده‌ها کار کنید

افراد زمانی که گمان کنند ایده آنها ممکن است پیچیده و سخت باشد، تفکر خلاق‌شان مختل و متوقف می‌شود. تا زمانی که آماده کار بر روی ایده گروه نیستید، به استنباط و استنتاج ایده‌ها نپردازید. در جست‌وجوی ورودی بودن، همزمان با ناتوانی در به‌کار بستن آن، سبب تخلیه و هدررفت قوه خلاقیت افراد گروه‌تان می‌شود. زمانی که یکی از این ایده‌ها به نظر برتر می‌آید، به فرد یا گروهی که صاحب آن هستند، اعتبار دهید. داشتن عملکرد برجسته هیچ‌گاه آسان نیست، اما افکارنویسی می‌تواند خلاقیت پویا در تیم را به کمک ارائه راه‌حل‌های برابر و بهینه از نظر زمان تقویت کند و منجر به یافتن بهترین ایده شود. هنگامی که افراد با یکدیگر همکاری می‌کنند، نتایج می‌تواند فراتر از آن چیزی باشد که به صورت شخصی به دست می‌آید.

منبع: **inc**

مترجم: اشکان کوشش

برای روش‌های فراگیر شفاف‌سازی در زمینه داده‌های پرداختی در کانال‌های وابسته به حقوق در مشاغل، پشتیبانی عمومی وجود دارد. تعداد کمتری از افراد برای عمومی کردن میزانی که هر یک از کارمندان در شغل خود به دست می‌آورند، فراتر از این محدوده شفاف‌سازی خواهند رفت. دیرگران برای اطلاع از میزان تشویقی‌ها، از روش «یک میزان برای همه مناسب است» دوری خواهند کرد. در زیر نقطه نظرانی آمده است که شرکت‌کننده‌ها را وادار به بحث و بررسی در زمینه شفافیت در میزان تشویقی‌ها می‌کنند.

شفاف‌سازی دامنه پرداختی در مقابل پرداخت‌های شخصی طرفداران خودش را دارد. نیل ری (Neal Reay) پیشنهاد می‌دهد، «نشانه محدود دامنه پرداخت در هر جایگاه شغلی شرکت می‌تواند بدون مشخص کردن میزان دقیق دریافتی هر کارمند، شفاف‌سازی شود. این رویه می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و جاه‌طلبی‌های کارمندان، آنها را یاری دهد.» تاهوگرل (Tahoegrll) به ما یادآوری می‌کند، «تفاوت‌های زیادی در میزان تشویقی‌های مرتبط به هدف، تأثیر شغلی، تجربه و خودمختاری وجود دارد. وجود هر یک از این ویژگی‌ها به صورت طبیعی، شخص را در محدوده خاصی از دامنه پرداختی قرار می‌دهد. این تفاوت‌ها باید به راحتی قابل توضیح و در صورت لزوم قابل تأیید باشند.» دن اس (Dan S) دربارۀ شفاف‌سازی دامنه پرداختی می‌گوید، «این کار می‌تواند موجب بهبود روحیه و کاهش انتقال در میان کارمندان و حتی موجب کاهش دعوی قضایی شود.» او همچنین به گفته‌های خود اضافه می‌کند، «این عمل می‌تواند در دو حالت مفید باشد؛ میزان ارزشی که شرکت برای هر مقام و کارکردی در نظر گرفته رسیده و شرایطی برای کارمندان مهیا می‌شود که در آن درک شفافی از موقعیت خود در حیطه تشویقی‌ها به دست خواهند آورد.»

افرادی که حامی شفاف‌سازی در میزان پرداخت تشویقی‌ها هستند، چندین استدلال مختلف ارائه می‌دهند. سریشتی مهرا (Srishti Mehra) می‌گوید، «اشخاصی که شفافیت ایجاد می‌کنند، در حقیقت منشأ سردرگمی کارمندان را از بین می‌برند.» به گفته میکی ساکسون (Miki Saxton)، «شفافیت در این زمینه بیش از هر عمل دیگری موجب حذف تبعیض جنسیتی و نژادی خواهد شد.» ویل کواندت (Will Quandt) نیز اضافه می‌کند، «روال داشتن کتابی باز و قابل‌دسترس برای همه در زمینه شفافیت در میزان تشویقی‌ها، می‌تواند راه را به سمت روشی متفاوت در حل مسائلی خاص مانند اختلاف و مغایرت در پرداخت سوق دهد.» همان‌گونه که علی (Ali) می‌گوید، «چرایی اینکه شرکت‌ها در زمان صحبت راجع به حقوق‌های تعیین‌شده برای هر کارمند توسط دولت، با سختی روبه‌رو می‌شوند، بسیار رازآلود و گیج‌کننده است. آزمایش‌ها با حقوق‌های مشخص و آشکار انجام شده‌اند و نتیجه مثبتی نیز در بر داشته‌اند.»

از طرفی دیگر، کمال گوپتا (Kamal Gupta) به مشکلات ناشی از شفاف‌سازی در این زمینه اشاره می‌کند، «قوانین هند، اشتراک‌گذاری عمومی را برای میزان تشویقی کارمندان، به خصوص افرادی که از حدی خاص بیشتر دریافت می‌کنند، اجباری کرده است. کارمندان از

چگونه سازمان‌ها باید برای شفاف‌سازی حد و مرز مشخص کنند؟

آیا باید میزان تشویقی کارمندان را فاش کرد؟



این قضیه اظهار رنجش کردند (همان‌طور که در گفته‌های قدیمی آمده است، هرگز میزان دریافتی یک مرد را نپرسید). این روش همچنین دسترسی‌های غیرقانونی را ساده‌تر ساخت.» ارون (Arun) ترس‌هایی را نشان داد که در آن «کارمندان شروع به قضاوت یکدیگر می‌کنند؛ قضاوتی براساس میزان تشویقی‌های‌شان و نه بر پایه ارزش و اعتباری که برای شرکت کسب می‌کنند.»

چاکرابورتی (Chakraborty) پیشتر رفته و در این زمینه پیشنهاد می‌دهد، «هر سازمانی می‌تواند با توجه به شرایط خود، ارزش و میزان شفاف‌سازی را مشخص و حد و مرزی برای این کار تعیین کند.» این گفته سبب ایجاد این سوال می‌شود که چگونه برای شفاف‌سازی حقوق‌ها حد و مرزی قرار داد؟ نظر شما چیست؟

شفاف‌سازی دامنه پرداختی در مقابل پرداخت‌های شخصی طرفداران خودش را دارد. نیل ری (Neal Reay) پیشنهاد می‌دهد، «نشانه محدود دامنه پرداخت در هر جایگاه شغلی شرکت می‌تواند بدون مشخص کردن میزان دقیق دریافتی هر کارمند، شفاف‌سازی شود. این رویه می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و جاه‌طلبی‌های کارمندان، آنها را یاری دهد.» تاهوگرل (Tahoegrll) به ما یادآوری می‌کند، «تفاوت‌های زیادی در میزان تشویقی‌های مرتبط به هدف، تأثیر شغلی، تجربه و خودمختاری وجود دارد. وجود هر یک از این ویژگی‌ها به صورت طبیعی، شخص را در محدوده خاصی از دامنه پرداختی قرار می‌دهد. این تفاوت‌ها باید به راحتی قابل توضیح و در صورت لزوم قابل تأیید باشند.» دن اس (Dan S) دربارۀ شفاف‌سازی دامنه پرداختی می‌گوید، «این کار می‌تواند موجب بهبود روحیه و کاهش انتقال در میان کارمندان و حتی موجب کاهش دعوی قضایی شود.» او همچنین به گفته‌های خود اضافه می‌کند، «این عمل می‌تواند در دو حالت مفید باشد؛ میزان ارزشی که شرکت برای هر مقام و کارکردی در نظر گرفته رسیده و شرایطی برای کارمندان مهیا می‌شود که در آن درک شفافی از موقعیت خود در حیطه تشویقی‌ها به دست خواهند آورد.»

۱. چه میزان از اطلاعات برای اشتراک‌گذاری درون‌سازمانی مجاز است؟

۲. آیا ما گزینه‌ای برای انتخاب داریم؟
مثالی جدید در این زمینه پیشنهاد می‌دهد که مجادلات در شفاف‌سازی ممکن است سیطره اطلاعاتی که عموماً خارج از محدوده محسوب می‌شود را گسترش دهد. این اطلاعات خارج از محدوده، همان داده‌های مربوط به تشویقی‌ها هستند.

اخیراً ریدلی اسکات (Ridley Scott) کارگردان، مجبور به فیلم‌برداری مجدد تعدادی از صحنه‌های فیلم «تمام پول‌های جهان (All the Money in the World)» شد، چرا که هنرپیشه آن کوین اسپیسبی (Kevin Spacey) به دلیل اتهامات آزار جنسی از فیلم اخراج شده بود. کریستوفر پلام (Christopher Plum) برای بازی در نقش اسپیسبی استخدام شد تا صحنه‌های همراه با ستاره‌های دیگر از قبیل مارک والبرگ (Mark Wahlberg) را دوباره ضبط کنند. همچنین مایکل ویلیامز (Michelle Williams) پذیرفت به مجموعه فیلم‌برداری بازگردد. حقوق آنها به صورت جداگانه و خصوصی مذاکره شد و این کار توسط نماینده‌های یک دفتر مدیریتی مشترک انجام پذیرفت.

با توجه به رسانه‌ای شدن این مورد به‌طور گسترده، نتیجه به‌دست‌آمده این است که هر دو بازگیر رضایت خود را برای فیلم‌برداری صحنه‌ها با همان میزان دستمزد، یعنی روزی ۸۰ دلار، اعلام کردند. اما مدیر شرکت والبرگ بدون اطلاع ویلیامز، مذاکراتی در جهت دریافت ۱.۵ میلیون دلار دستمزد اضافه انجام داد. زمانی که شرایط مذاکره به بیرون درز پیدا کرد، قضیه روشن شد. این بحث و مجادله ظاهراً زمانی حل شد که والبرگ راضی شد مبلغ دریافتی اضافه را به Time's Up Legal Defense Fund اهدا کند.

سریال تلویزیونی Hollywood Soap Opera که در ژانر درام است، سوال جالبی را بر می‌انگیزد؛ اگر تمام توافقات اولیه مربوط به حقوق‌ها زودتر از موعد آشکار می‌شد، آیا امکان پیشگیری کامل چنین موقعیت‌های شرم‌آوری به وجود می‌آمد؟ آیا چنین سوء‌استفاده‌ها و بی‌نظمی‌هایی در انتظار پرده‌برداری از سازمان‌هایی هستند که

اطلاعات مربوط به میزان دریافتی را در اختیار اعضا قرار نمی‌دهند؟ موقعیت اشتراک‌گذاری پژوهش‌ها نشان می‌دهند اشتراک‌گذاری اطلاعات می‌تواند به نوآوری، گسترش اعتماد و اعتبار کمک کند و توانایی تأثیرگذاری مثبت بر مهارت‌های موردنیاز سازمان‌ها در موقعیت‌های سریع و رقابتی را دارد. این راه و روش می‌تواند نوعی انسجام و یکپارچگی میان کارمندان به وجود آورد و درکی مشترک از هدف‌شان ارائه دهد.

وینیت نیسار (Vineet Nayar)، مدیرعامل سابق شرکت هندی اچ‌سی‌ال تکنولوژی (HCL Technologies)، شدیداً به اشتراک‌گذاری اطلاعات مهم درون‌سازمانی اعتقاد دارد. به عنوان مدیرعامل، او سنسجش عملکرد ۳۶۰ درجه میان همکاران و مدیران درجه دو را با ۵۰۰۰۰ کارمند شاغل در اچ‌سی‌ال به اشتراک گذاشته است. او کارمندان خود را عضوی از چیزی که از آن به عنوان «مسئولیت معکوس (Reverse Accountability)» نام می‌برد، می‌داند.

ری دالیو (Ray Dalio)، مؤسس و مدیر شرکت بسیار موفق —راه‌پیمایی بریج‌واتر اسوشیتس (Bridgewater Assoc - Radical ates) — به روشی اعتقاد دارد که آن را «جذر شفافیت (Radical Transparency)» می‌نامد. ایده او به این معناست که «ارائه بیشترین توانایی به دیگران به منظور دیدن همخ جوانب، برای کاهش سیاست‌های دفتری پرخطر و رفتارهای نامناسب است و این تصمیمات عموماً در پشت درهای بسته گرفته می‌شوند تا در فضای عمومی.» همان‌گونه که در کتاب چشمگیر او به نام «اصول (Principles)» آمده است، شرکت بریج‌واتر روش‌هایی را به کار می‌گیرد که دالیو ارائه داده است؛ برای مثال، فیلمبرداری از تمام جلسات. این نوارها برای تمامی اعضای شرکت‌کننده در جلسات و افراد دیگری که می‌توانند بعدها رفتارهای موجود در تصمیم‌گیری را بررسی کنند، در دسترس هستند و در صورت لزوم برای احیای واقعیت می‌توانند استفاده شوند؛ همان‌گونه که بسیاری از این اصول توسط دالیو برای بحث در آینده در کتابش آمده‌اند.

در شرایط کنونی که شفافیت را تشویق می‌کند، آیا تشکیلاتی که به دنبال سود مالی هستند، از طریق شبیه‌سازی روش تشکیلات دولتی در شفاف‌سازی میزان حقوق‌ها، به منفعت خواهند رسید؟ در شرکت‌هایی که به صورت سهامی عام اداره می‌شوند، این پدیده نیازمند شفاف‌سازی حقوق تعداد بیشتری از افراد به نسبت ۵ مدیر رده بالای تشکیلات است.

با توجه به سرسپردگی دالیو به جذر شفافیت، احتمالاً باید فرض کنیم که او در به اشتراک‌گذاری داده‌های تشویقی نیز نظری مشابه داشته باشد. اگر این گونه فکر کنیم اشتباه کرده‌ایم. شرکت بریج‌واتر هنگامی که ارزش اشتراک‌گذاری کم و «سردرگمی ایجادشده توسط آن زیاد باشد»، هیچ اطلاعاتی را به اشتراک نمی‌گذارد.

این قضیه به این نکات اشاره می‌کند که آیا داده‌های پرداختی‌های تشویقی باید به صورت درون‌تشکیلاتی به اشتراک گذاشته شوند؟ تصمیم‌گیری باید بر چه اساسی باشد؟ شفافیت باید تا چه سطح مدیریتی/اکارمندی از شرکت به اجرا گذاشته شود؟ نظر شما چیست؟

منبع: **hbs**

آموزش و پرورش ملارد با کمبود شدید نیروی انسانی روبرو است

ملارد- خبرنگار فرصت امروز- مدیر آموزش و پرورش شهرستان ملارد از کمبود ۱۲۰۰ نفر نیروی انسانی خبر داد. رضایی فر در شورای اداری این شهرستان با بیان اینکه آینده کشور موهون تلاش امروز آموزش و پرورش است، اظهار داشت: ۴۰۰۰ فرهنگی در شهرستان فعالیت دارند که با توجه به افزایش بی سابقه جمعیت دانش آموزی با کمبود فاحش نیروهای انسانی مواجه هستیم. وی ادامه داد: در سال تحصیلی جدید ۵۰۰۰نفر به جمعیت دانش آموزی ما اضافه شده که در تاریخ آموزش و پرورش ملارد بی سابقه است و کار گروه ساماندهی نیروی انسانی از طریق استفاده نیروهای بازنشسته - اضافه کاری - خرید خدمات آموزشی توانست مدیریت چنین پیشامدی را انجام دهد. رضایی فر با اشاره به اینکه سه استان با بحرانی ترین شرایط نیروی انسانی (کادر آموزشی) روبرو هستند، ابراز داشت: شهرستانهای استان تهران بویژه ملارد (رتبه اول) و استان البرز (رتبه دوم) را دارد مدیر آموزش و پرورش ملارد در ادامه تصریح کرد: در سال تحصیلی ۹۶ در بیش از ۱۴۵ کلاس ما بیش از ۴۰ نفر دانش آموز حضور داشتند که این موضوع کیفیت تحصیلی را پایین می آورد. پس از شهر داری ها تقاضای همکاری جدی در احداث مدارس جدید را داریم. سراسیاب - مارلیک و مسکن مهر این شهرستان بیشترین کمبود سرانه را دارد. قرار بود تا اول مهر ۹۶ مرکز آموزشی توسط چندین دستگاه احداث شود که متأسفانه انجام نشد. در مارلیک چند مدرسه داریم که در هر شیفت درسی بیش از ۱۲۵۰ نفر جمعیت دانش آموزی در آن درس می خوانند که اینگونه مدارس در سطح کشور مانندای ندارد.

به بهانه آغاز سال جدید تحصیلی؛

مدیر کل بنادر هرمزگان به مدارس شهرک شهید رجایی سرکشی کرد

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز- آغاز سال جدید تحصیلی بهانه شیرینی شد تا مدیر کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان با سرکشی از مدارس شهرک مسکنوی شهید رجایی، با مدیران واحدهای آموزشی و معلمان از نزدیک دیدار و گفتگو کند. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان، "اله مراد غفیفی" به همراه معاونین دریایی، توسعه مدیریت و منابع، مهندسی عمران و رییس مرکز آموزش این اداره کل با حضور میدانی در مدارس شهرک مسکنوی شهید رجایی در جریان مسایل و مشکلات این واحدهای آموزشی و همچنین دیدگاه ها و پیشنهادات مدیران و معلمان قرار گرفت. مدیر کل بنادر و دریانوردی هرمزگان در جریان این بازدید با بیان اینکه برای بهسازی و نوسازی فضاهای آموزشی مدارس شهرک شهید رجایی اقدامات خوبی صورت گرفته است، امکانات و امکانات این مدارس در مقایسه با میانگین مدارس شهر بندرعباس در وضعیت نرمال و قابل قبولی قرار دارد؛ هر چند اگر برخی محدودیت ها و نیازمندی ها که موجود است نیز مرتفع شود، کیفیت آموزش بهبود خواهد یافت. وی بر ضرورت پیگیری نیازمندی های این مدارس و مطرح شدن آنها در شورای آموزش اداره کل تأکید کرد و گفت: با توجه به اینکه بیشتر همکاران ساکن در این شهرک و جامعه محلی همجوار آن از طبقه متوسط جامعه هستند، باید توجه بیشتری به این اقشار صورت گیرد.

شهردار قدس :

۲۷۰هکتار بافت فرسوده در محدوده شهری قدس قابل تأمل است

شهرقدس- خبرنگار فرصت امروز- نشست ستاد بازآفرینی پایدار شهری شهرستان قدس با حضور معاون فنی عمرانی فرماندار بریس شورای اسلامی شهر، شهردار، بریس کمیسیون زیربنایی شورای اسلامی شهر و روسای ادارات شهرستان در محل سالن جلسات شهرداری قدس برگزار شد. مسعود مختاری شهردار قدس در این جلسه ضمن گرامیداشت هفته دفاع مقدس بر ضرورت توجه ویژه به بافت های فرسوده تأکید کرد و اظهار داشت: بحث احیای بافت های فرسوده شهری و بازآفرینی محلات هدف در شهرهای کشور، چند سال است که با در نظر گرفتن تسهیلات برای ساکنین و متقاضیان با جدید در شهرها و از جمله در شهر قدس در حال پیگیری است لذا با عنایت به اهمیت موضوع و سیاست های دولت در راستای بازآفرینی شهری امیدواریم با اتخاذ تدابیر لازم و همکاری ادارات مختلف شهرستان شاهد برداشته شدن گامهای مثبت در این زمینه باشیم. وی افزود: فلسفه تشکیل ستاد بازآفرینی شهری ایجاد وحدت رویه بوده است که با عنایت به سیاست دولت که بازآفرینی شهری را در اولویت های خود قرار داده است باید تمام دستگاههای اجرایی در این راستا برنامه ها و اعتبارات و عملکرد خود را مطرح کنند.

مدیر امور آبفای جواترود هشدار داد:

دبی آب غار کاوات بازهم کاهش یافت

کرماتشاه- منیر دشتی -چندی پیش مدیر امور آبفای شهر جواترود از کاهش جدی دبی آب غار کاوات به عنوان یکی از منابع مهم تأمین آب شرب این شهر خبر داده و از شهروندان خواست تا با صرفه جویی و مدیریت مصرف این مهم را مدنظر داشته باشند. لیکن اکنون بازهم خبر این است که دبی آب غار کاوات کمتر شد. است. علی رحمانی گفت: دوم مهرماه دبی سنجی و اندازه گیری لازم از منابع تأمین آب جواترود به عمل آمد و متوجه شدیم دبی آب غار کاوات طی حدود ۲۰ روز، از ۵۰ لیتر به کمتر از ۴۰ لیتر در ثانیه رسیده و این موضوع بسیار نگران کننده است. رحمانی گفت باتوجه به روند رو به کاهش آب غار کاوات تا زمان قبول شروع بارندگی ادامه دارد، ضروری است شهروندان به منظور مدیریت مصرف و درست مصرف کردن به توصیه های امور آبفا توجه جدی داشته باشند و با عزم جدی و بهره وری و استفاده درست از این نعمت الهی برای جلوگیری از خشک شدن آب این غار و بروز بحران، ما را یاری دهند. وی ضمن تشکر و سپاس از شهروندان که در تابستان سال جاری در راستای مدیریت مصرف همیار و کمک کار آبفای شهری بوده اند، افزود: کماکان انتظار داریم از مصارف بی رویه آب خودداری نمایند. مدیر امور آبفای جواترود تأکید کرد: با توجه به اینکه ۴۰ روستا و بیش از ۱۶ هزار انشعاب بصورت آحاد در شهر جواترود متمرکز و نیز بر اثر زلزله آبان ماه سال گذشته و زلزله های اخیر تعداد زیادی از شهروندان از سرپل و ذهاب، تازه آباد ثلاث و روستاهای تابعه و روستاهای جواترود محل سکونت خود را به شهر جواترود تغییر داده اند این وضعیت ناپذیر آب را مضاعف نموده و نیازمند دقت در مصرف و پرهیز از هرگونه مصارف بی رویه است و این ممکن نیست و کمک و همراهی شهروندان در این راستا را می طلبد.

۶۰ میلیارد تومان از محل اعتبارات استانی و ملی به حوزه آبخیزداری استان گلستان اختصاص یافت

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- در تفاهم نامه ای که به امضاء استاندار گلستان و رییس سازمان جنگلها، مراتع و آبخیزداری کشور رسید، مبلغ ۶۰ میلیارد تومان از محل اعتبارات استانی و ملی به حوزه آبخیزداری استان و اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری اختصاص یافت. به گزارش روابط عمومی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان، به منظور انجام عملیات آبخیزداری در حوزه های آبخیز استان، سید منافع هاشمی، استاندار گلستان، و خلیلی آقایی، رییس سازمان جنگلها، مراتع و آبخیزداری کشور تفاهم نامه همکاری امضا کردند. اهداف مهم این تفاهم نامه، دستیابی به اهداف کلان در راستای حفظ، احیاء، توسعه و بهره برداری مناسب از منابع طبیعی استان با هدف تحقق اسناد بالادستی و سند چشم انداز، در زمینه آبخیزداری، کنترل فرسایش و... می باشد. بر اساس این تفاهم نامه، سازمان جنگلها، مراتع و آبخیزداری مبلغ ۲۰ میلیارد تومان از محل اعتبارات ملی طرح های آبخیزداری و آبخیزداری به استان اختصاص می دهد. همچنین استانداری گلستان نیز متعهد شد پس از تصویب در شورای برنامه ریزی استان، مبلغ ۲۰ میلیارد تومان، از محل اعتبارات استانی به اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان اختصاص دهد.

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

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان از امضا تفاهم نامه مشترک میان سازمان جنگلها، مراتع و آبخیزداری کشور و استانداری گلستان خبر داد. ابوبلاد قزل سفلو مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان از امضاء تفاهم نامه می بین سازمان جنگلها، مراتع و آبخیزداری کشور و استانداری گلستان در زمینه انجام عملیات آبخیزداری خبر داد. قزل سفلو افزود: این تفاهم نامه با هدف حفظ، احیاء، توسعه و بهره برداری مناسب از منابع طبیعی استان و در راستای تحقق اسناد بالادستی و سند چشم انداز، در زمینه آبخیزداری، کنترل فرسایش، مدیریت رسوب، آبخوان داری، احیاء و توسعه مراتع، جلب مشارکت مردم و ذینفعان محلی و استفاده از ظرفیت خیرین است. مدت اعتبار این تفاهم نامه از تاریخ امضاء به مدت یک سال و در غالب انجام همکاری مشترک و هماهنگی در تخصیص اعتبارات خواهد بود.

آغاز باسازی ایستگاه مرکزی مجتمع آب رسانی روستایی «زرگرباغ» ساری

ساری - دهقان - عملیات اجرایی باسازی و احداث تاسیسات تکمیلی ایستگاه مرکزی مجتمع آب رسانی ۹ روستایی زرگرباغ شهرستان ساری آغاز شد. مهندس سید مظهر حسینی مدیر امور آبفا، شهردار ساری در حاشیه عملیات اجرایی باسازی و احداث تاسیسات تکمیلی ایستگاه مرکزی مجتمع آب رسانی روستایی زرگرباغ اظهار داشت: این مجتمع آب رسانی ۹ روستا را با ۱۰۵ مشترک تحت پوشش دارد که طی سال های گذشته اهالی روستاهای تحت پوشش با کمبود آب مواجه بودند لذا طی اقدامات ضربتی در سال قبل مشکل تأمین آب این مجتمع برطرف و سپس در ادامه آن، عملیات تکمیلی در دستور کار قرار گرفت. مهندس حسینی افزود: در راستای رفع مشکلات کمبود آب و خدمات رسانی بهتر به مشترکین عملیات اجرایی شامل ساخت یک باب مخزن زمینی بتنی ۵۰۰ متر مکعبی، احداث ساختمان اتاقک دیزل ژنراتور و تابلو برق، اتاقک کلرزی همچنین ساخت کلکتور تقسیم آب، محوطه سازی و جابجایی خطوط لوله در داخل محوطه ایستگاه مرکزی با اعتباری بالغ بر ۲۲۰ میلیون تومان در حال انجام است که با تکمیل این عملیات مشکلات کمبود آب این مجتمع و اهالی ۹ روستای تحت پوشش مرتفع خواهد شد.

مدیر کل صدا و سیمای مرکز آذربایجان شرقی:

خلق زیباترین و مانا ترین صحنه های ایثار و آزادگی در شبکه استانی



تبریز - اسد فلاح: مدیر کل صدا و سیمای مرکز آذربایجان شرقی عملکرد حوزه های صدا، سیما، خبر، فضای مجازی و رادیو برون مرزی مرکز آذربایجان شرقی را در ترویج فرهنگ عاشورایی و تبیین فلسفه قیام عاشورا و نهضت حسینی تشریح کرد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، مرتضی صفری گفت: حوزه های مختلف این مرکز بر اساس برنامه ریزی های قبلی، با تشکیل چندین گروه برنامه ساز رادیویی و تلویزیونی و گروه های خبری در تبریز و شهرستانها توانستند اوج دلدادگی مردم متدین استان آذربایجان شرقی به سید و سالار شهیدان را از شبکه استانی صدا و سیما و شبکه های سراسری به نحو شایسته پوشش دهند. وی افزود: در معاونت صدای مرکز آذربایجان شرقی ۱۰۳۷۰ دقیقه برنامه با موضوع محرم پخش شده است که از این میزان ۶۲۴۰ دقیقه تولید برنامه، ۳۸۸۲ دقیقه برنامه تأمینتی و ۲۴۸ دقیقه بازپخش بوده است. در همین معاونت ۱۱۵ دقیقه ارتباط گزارشی با صدای مراکز استانها، ۴۰ دقیقه ارتباط استودیو به استودیو با صدای استان ها، ۳۵ دقیقه ارتباط گزارشی با شبکه های سراسری، ۸۰ دقیقه ارتباط استودیو به استودیو با شبکه های سراسری صورت گرفته و ۱۵ مورد اسامی و بیوگرافی شهدای کربلا، ۵۰ مورد حدیث و ۷۰۰ مورد تصویر مرتبط با عزاداری های استان در رادیو نما پخش شده است. مدیر کل صدا و سیمای مرکز آذربایجان شرقی خاطرنشان کرد: در رادیو برون مرزی آذری ۱۹۲۸ دقیقه برنامه با موضوع محرم تولید شده که از این میزان ۱۹۰۸ دقیقه تولید برنامه و ۲۰ دقیقه برنامه تأمینتی بوده است. همچنین در سایت اینترنتی رادیو برون مرزی، ۱۲ مقاله، ۱۲ شعر عاشورایی، ۱۰ ویدئو و ۶۹ فایل صوتی بارگذاری شده است. وی اظهار داشت: در معاونت سیما

مختلف خبری شبکه های سراسری پخش است. مدیر کل صدا و سیمای مرکز آذربایجان شرقی در تشریح برنامه های معاونت فضای مجازی هم گفت: تولید و انتشار ۶۷ عنوان عکس و فیلم عزاداری، مداحی، پوستر و آیتم های کوتاه در صفحه اینستاگرام، پخش زنده مراسم عزاداری در صفحه اینستاگرام به مدت ۲۰ ساعت، تولید و انتشار ۴ مورد آیتم های کوتاه ۵ دقیقه ای در مورد مباحث عاشورا، ارائه ۸ عنوان مواد آرشویی عزاداری ۳ دقیقه ای سال های گذشته در کانال سروش و کانال های استانی، اطلاع رسانی برنامه های عزاداری های حسینی در کانال سروش و اینستاگرام، برگزاری پوشش حسینی و انتشار عکس های ارسال مخاطبان در کانال سروش و اینستاگرام جهت کمک به ایجاد شور حسینی، تولید پوستر گرافیکی روز شمار محرم، ارائه ۲۱ آیتم متنوع با موضوع محرم برای شبکه سپهر، تعامل مناسب با معاونت های صدا و سیما و خبر جهت هم افزایی برنامه ها، تولید و انتشار پوستر، کلیپ و مستند روایت گونه از شهید ظاهر عاشورا (شهید مدافع حرم وحید نومی گلزار)، انتشار ۱۱ عنوان پوستر و ۴ مورد کلیپ تولیدی در توئیتر شبکه سپهر، انتشار مداحی های ترکی، انتشار ۱۰ مورد تصویر عزاداری مردم تبریز در ایام تاسوعا و عاشورای حسینی در توئیتر، شناسایی توئیترهای فعالان رسانه ای و ارتباط مستمر با آنها، انتشار عملکرد حوزه های برنامه ساز و تلاش همکاران در پوشش عزاداری های حسینی، اطلاع رسانی برنامه های تلویزیونی و رادیویی محرم و پوشش اخبار داخلی مرتبط با محرم از طریق وب سایت و اقدامات مهم معاونت فضای مجازی در ماه محرم بوده است. صفری افزود: در دهه اول ماه محرم، معاونت صدا از ۳۴ هیئت عزاداری و معاونت سیما از ۱۶۲ هیئت، برنامه تولید و پخش کرد.

طی تفاهم نامه ای با شرکت آب و فاضلاب استان قم؛

بسیج در جبهه فرهنگ سازی مصرف بهینه آب گام می گذارد

از تجهیزات کاهنده مصرف به نیروهای منتخب بسیج داده می شود تا این بسیجیان با حضور در مساجد اقشار مختلف جامعه را با الگوهای صحیح مصرف آشنا کنند. دکتر علی جان صادق پور اصلاح الگوی مصرف را یکی از ضروریات اصلی امروز جامعه دانست و با بیان اینکه امروز با کمبود آب در کشور و استان مواجه هستیم، ابراز داشت: امیدواریم با این اجرای مفید این تفاهم نامه قدم های مثبتی در راه اصلاح الگوی مصرف برداشته شود و قشر وسیعی از جمعیت استان تحت پوشش آموزش های قرار گیرند. حسین نیکوکلوم مسئول بسیج مهندسی صنعتی سپه امام علی بن ابی طالب (ع) نیز با اشاره به بحران آب در کشور، فرهنگ سازی را سرلوحه فعالیت های بسیج از ابتدای شکل گیری دانست و گفت: امیدواریم با همکاری شرکت آب و فاضلاب استان بتوانیم نسبت فرهنگ سازی مصرف بهینه آب و مدیریت مصرف فعالیت های مشترکی را در استان آغاز کنیم.



استفاده از ظرفیت بسیار عظیم بسیج را در راستای ترویج فرهنگ درست مصرف و اقتصادی مقاومتی گفت: بر اساس این تفاهم نامه آموزش های تخصصی در حوزه آب و نحوه مصرف و همچنین استفاده

شهردار اصفهان مطرح کرد:

آسایش و آرامش شهروندان در سایه تلاش آتش نشانان



حکایت سرشار از حماسه، افتخار و دلیری است. وی با اشاره به برپایی نمایشگاه تکنولوژی، فناوری های نوین و استارتاپ ها در اصفهان افزود: در این نمایشگاه حدود ۵۰ استارتاپ از اصفهان و مابقی از نقاط دیگر کشور و همچنین ۳۰ شرکت دانش بنیان حضور داشته و

مدیرعامل و رئیس هیات مدیره شرکت ملی حفاری ایران:

اهمیت حفاری در صنعت نفت توجه بیشتر به فرهنگ HSE را آشکار می سازد



گذشت زمان و همگام با رشد و بالندگی این صنایع، برداش علمی و عملیاتی نیز افزود شده است. سپهری گفت: شایسته است با اتکا

شهردار اراک در جمع اصحاب رسانه بیان داشت:

معارضان زیرزمینی عامل تاخیر در تکمیل پنج پل اراک است



کرد: قرار بود که ۲۷ قطعه از عرشه پل شهید صیدی اراک اواخر اسفندماه سال گذشته تحویل شود اما این تجهیزات هنوز تحویل نشده و در آخرین پیگیری قول تحویل آنها تا پایان مهرماه امسال داده شده است. مهندس تاجران بیان کرد: طرح میدان نماز نیز از طرح ها و مطالبات مردم است که به دلیل مشکلات اعتباری با تاخیر همراه شده اما همه تلاش های برای تکمیل و راه اندازی هر چه سریعتر آن تا یک ماه آینده به کار گرفته شده است. شهردار اراک در خصوص تمرکز شهرداری بر پروژه های خرد به جای پروژه های

کلان گفت: شهرداری هم و غم خود را از ابتدای کار بر اجرای پروژه های نیمه تمام گذاشته است. وی در خصوص اتوبوس های جدید خریداری شده در اراک نیز گفت: خریداری ۱۱ دستگاه اتوبوس جدید نهایی شده و با تصویب نهایی آن در نشست هفته آینده شورای اسلامی این کلاشهر اجرایی می شود. شهردار اراک افزود: پیگیری ۳۹ دستگاه اتوبوس دیگر نیز اگر از طریق بخش خصوصی دنبال می شود و توسط سازمان همیاری های شهرداری استان مرکزی نهایی می شود. وی اظهار داشت: ۶ کیلومتر مسیر دوچرخه سواری در کلاشهر اراک ایجاد شده و چهار کیلومتر دیگر در دست اجرا است. شهردار اراک اضافه کرد: مطالعه طرح جامع ترافیک شهر اراک مراحل پایانی خود را سپهری می کند و اجرای آن نقش موثری در شناسایی و ایجاد خط ویژه، گروه شناسایی های ترافیکی و تبدیل برخی خیابان ها به پیاده راه دارد. مهندس تاجران تصریح کرد: بودجه شهرداری اراک در نیمه نخست امسال با وجود مشکلات اقتصادی و برخی تنگناهای اقتصادی نسبت به مدت مشابه قبل ۲۰ درصد افزایش داشته است.

۵ قانون در مذاکرات مربوط به دستمزد

مترجم: امید گوهری

به جای ترس از مذاکره بر روی دستمزد، از پنج قانونی که تمامی افراد حرفه‌ای باید از آنها برای درخواست افزایش حقوق استفاده کنند، تبعیت کنید. آیا امیدوار هستید فرصت شغلی عالی‌ای به شما پیشنهاد شود؟ آیا دعا می‌کنید امسال کارفرمای‌تان حقوق‌تان را افزایش دهد؟ چه به دلیل ترس از پرتوقع شناخته‌شدن باشد و چه معذب‌بودن نسبت به فرآیند مذاکره، کارمندان از مذاکرات مربوط به حقوق اجتناب می‌کنند. امسال هدف‌تان این باشد که درآمدی را کسب کنید که سزاوارش هستید. به جای ترس از مذاکره بر روی دستمزد، از پنج قانونی که همه افراد حرفه‌ای باید از آنها برای درخواست افزایش حقوق استفاده کنند، پیروی کنید.

۱. از پذیرش اولین پیشنهاد بپرهیزید

در هنگام مصاحبه کاری، سریع جواب «بله» ندهید، بلکه به کارفرما بگویید به زمان نیاز دارید تا به پیشنهادش فکر کنید. از مصاحبه‌کننده بپرسید که آیا می‌توانید طی ۲۴الی ۴۸ ساعت بعد پاسخ قطعی را بدهید یا خیر. در این بازه زمانی فکر کنید که آیا این پیشنهاد متصفانه است. بعد از آنکه تصمیم‌تان را گرفتید به کارفرما مراجعه، پیشنهاد خود را مطرح و بر سر افزایش حقوق مذاکره کنید.

۲. اولین نفری نباشید که رقم حقوق را مطرح می‌کند

هنر مذاکره بر روی قرارداد در این است که منتظر بمانید کارفرما رقم موردنظرش را مطرح کند. مادامی که کارفرما از حقوق موردنظرتان نپرسیده است، هیچ رقمی را پیشنهاد ندهید. کلید این مسئله در آن است که منتظر بمانید کارفرما رقمی را که به نظرش برای مهارت‌ها و تجربیات شما مناسب است، مطرح کند.

۳. بر احساسات خود مسلط باشید

جلسات مذاکره برای درآمد، انبوهی از احساسات را به همراه دارند. ممکن است ترسناک، پرتنش، هیجان‌انگیز و یا ناامیدکننده باشد. صرف‌نظر از میزان چالش‌برانگیزشدن فرآیند مذاکره، همواره موضعی مثبت را اتخاذ کنید و رفتاری حرفه‌ای از خود بروز دهید.

۴. به مزایای اضافی توجه کنید

آنچه غالب متقاضیان نادیده می‌گیرند، مزایای همراه با شغل است. به جای اینکه تنها به خود حقوق فکر کنید، به مزایای اضافی از جمله خدمات سلامت، امتیاز بستن قرارداد، اضافه‌کاری و فرصت دورکاری نیز توجه کنید. بسیار محتمل است که کارفرما به دلیل اینکه نمی‌تواند حقوق بیشتری بپردازد، امتیاز و مزایای بیشتری را پیشنهاد دهد.

۵. تعادلی میان ارزش خودتان و مبلغ پیشنهادی کارفرما پیدا کنید

مهم‌ترین مسئله در جلسه مذاکره بر سر حقوق این است که بدانید تا چه حد ارزش دارید و کارفرما چه میزانی را می‌تواند پیشنهاد دهد. بدترین کار این است که قبل از بررسی دقیق، در خواست حقوق و مزایای بیشتری داشته باشید. برای مثال اگر شما متقاضی کار در سمت بازاریابی یک شرکت غیرانتفاعی کوچک هستید، نمی‌توانید توقع بودجه‌ای برابر با یک شرکت تبلیغاتی بزرگ در نیویورک را داشته باشید.
منبع: entrepreneur

مدرسه مدیریت

می‌خواهید پیروز شوید؟ مسائل را یادداشت کنید!

مترجم: امید گوهری

سیستم مستندسازی مناسبی به‌دست آورد و یا با نتایج احتمالی کنار بیایید در مارس سال ۲۰۱۰، سایت Foursquare در شرایط آرمانی قرار داشته. یکی از بهترین استارت‌آپ‌های اجتماعی روز با تعداد زیادی سرمایه‌گذار خطرپذیر و یک میلیون کاربر تلفن همراه که آن را دنبال می‌کردند. در ۲۶ مارس، وبسایت شرکت در تاریکی فرو رفت. به نظر می‌رسید کسی پرداخت ۲۰ دلار مربوط به تمدید دامنه foursquare.com را فراموش کرده بود. مشکل سایت به سرعت برطرف شد؛ هزینه تمدید پرداخت شد و سایت مجدداً بالا آمد. اما مسئله پیش‌آمده، مثالی فوق‌العاده است تا نشان دهد صرف‌نظر از مشغله‌هایی که دارید و یا سرعت پیشرفتی که شرکت‌تان طی می‌کند، باید مسائل را یادداشت کنید. در واقع، بسیار مهم است که در روزهای شلوغی و اوج استارت‌آپ، اطمینان حاصل شود که مسائل بااهمیت در گوشه‌ای و یا بدتر از آن، در ذهن یک کارمند سابق جا نمانده‌اند! یادداشت کنید فرآیندها و قوانین خود را مستند و آنها را روی کاغذ پیاده کنید. برای مثال در بسیاری از نمونه‌های استارت‌آپی موفق و موردعلاقه من، مستندسازی میان توسعه‌دهندگان نرم‌افزار تاریخ دیرینه‌ای دارد. کسانی که معمولاً از آنها خواسته می‌شود تا سنسدر را هنگام با نرم‌افزار ReadMe طراحی کنند، مثالی مهم هستند. اما مستندسازی ورای نرم‌افزار است؛ مستندسازی برای استارت‌آپ‌های تازه‌کار و برای آنهایی که در اوج رشد هستند یک انضباط است. برای تازه‌کارها، مستندسازی چیزی است که ساختار شرکت را نشان می‌دهد و تأکید می‌کند شرکتی که می‌خواهید طراحی کنید، به چه شکل باشد. وقتی شرکت تنها از دو فرد در یک گاراژ تشکیل می‌شود، مستندسازی هسته اصول و استراتژی‌هایی است که شهادت می‌دهند روزی، ایده جدیدی از این گاراژ ظهور می‌کند. برای شرکت‌های در اوج شکوفایی، مستندسازی مطلوب، سوخت لازم را برای ارتباط‌گیری بهتر تأمین و از به زیر کشیده‌شدن شرکت در اثر آگاهی‌های مورداشتراک قرارنگرفته جلوگیری می‌کند.

چهار زمینه وجود دارند که ارزش مستندسازی در آنها نامحدود است:

- توسعه محصول: اینکه افراد باهوش چگونه پیش از آغاز کار پاسخ سؤالاتی از قبیل «چه کسی، چه زمانی، به چه دلیل و چگونه» را مشخص می‌کنند، بسیار جذاب است. زیرا آنان با همین کار می‌توانند از هدررفت زمان و دلسردی جلوگیری کنند.
- فرآیند: هر شرکت روش‌های خاص خود را دارد. پایبندی به این ورق‌های کاغذ (نه الزاماً کاغذهای واقعی) به عنوان راهنما و ساز و کارهای تشریفات شرکت، سبب حفظ بهترین عملکرد در چرخه کاری می‌شود.
- آموزش نیروهای جدید: ماه‌ها صرف جذب بهترین نیروها می‌شود. حال به نیروی تازه‌وارد تنها یک میز و کامپیوتر می‌دهید و توقع دارید تمام مسائل را خودش متوجه شود!؟
- پشتیبانی از مشتریان: هر کسبو‌کار نیاز دارد قوانین مشخص و مناسبی برای ارتباط‌گیری با مشتریاناش داشته باشد. مستندسازی پاسخ‌ها تحت‌عنوان سؤالات رایج و اسناد پشتیبانی داخلی، تیم پشتیبانی از مشتریان را توانمند، همیشه حاضر و دسته‌به‌نقد می‌سازد.

من زمانی متوجه جادوی مستندسازی شدم که استارت‌آپم، آپودین، به عنوان پیمانکار فدرال، برای سازمان غذا و دارو یک سیستم OpenFDA طراحی می‌کرد. ما سیستمی را طراحی کردیم که توسعه‌دهندگان خارج از سازمان غذا و دارو را به داده‌های سازمان متصل می‌کرد. در نتیجه این داده‌ها نیاز به تشریح داشتند، اما ما کاری بیش از این انجام دادیم و تلاش بسیاری کردیم تا زبان مربوط به امور دفتری داخل سازمان را برای مخاطبان خارجی ترجمه کنیم. هرچه بیشتر فکر ورای داده‌ها و کاربردهای احتمالی آنها را تشریح می‌کردیم، مردم بیشتری به ما پاسخ می‌دادند. مستندسازی برای پیروزی! ما همان پیش‌زمینه ذهنی از تشریح کامل و مستندسازی افراطی را به کارهای روز به روز خود منتقل کردیم. بله، زمان‌هایی وجود داشت که حس می‌کردیم وقت زیادی را برای نوشتن برنامه‌ها و مستندسازی آنها صرف کرده‌ایم و کسی قرار نیست آنها را بخواند، اما این حس مقطعی به مراتب بهتر از احساس گمشدگی احتمالی در تشریح همان پروژه به یک شخص ثالث است. ابزار بسیاری وجود دارند که مستندسازی را تسهیل می‌کنند. ما از گوگل داکس استفاده کردیم، اما به نظر من، سرویسی که انتخاب می‌کنید مهم نیست؛ آنچه مهم است استفاده از آن سرویس و پایبندی به آن در تمام سازمان است. مگر اینکه واقعا بخواهید Foursquare بعدی شما باشید!

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

| یکشنبه **|** ۸ مهر ۱۳۹۷ **|** شماره ۱۱۶۹ **|** 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

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۳ توصیه برای جلوگیری از تصمیم‌گیری احساسی در محل کار

مترجم: مریم امیری خواه

مدیران نیز مانند تمام ما انسان هستند و مانند هر انسان دیگری عصبانیت، حسادت، هیجان و دیگر احساسات قوی را تجربه می‌کنند، اما نکته اینجا است که رهبران در محیط کار باید احساسات خود را کنترل کنند و اجازه ندهند که احساسات بر قدرت قضاوت‌شان غلبه کند. برای مثال شکی نیست که هیچ مدیری نمی‌خواهد کارمندش را به دلیل اخلاق کاری نامناسب اخراج کند، اما به دلیل مصلحت کسب و کار مجبور می‌شود که این تصمیم سخت و ناراحت‌کننده را بگیرد. اگر کارفرما تحت تاثیر احساس همدردی خود قرار بگیرد، در نهایت با کارمندی احاطه می‌شود که حقوق می‌گیرد تا فقط پشت میزشان بنشینند و هیچ کاری به جز نگاه کردن به اینستاگرام نمی‌کنند.

شین گرین، نویسنده کتاب «هکر فرهنگ» (وایلی، ۲۰۱۷) می‌گوید: «مدیران باید به این نکته توجه کنند که احساسات و عواطفی که درون تمام ما وجود دارد، همواره راهنمای خوبی برای تصمیم‌گیری نیست. غالباً به ما گفته می‌شود که از احساسات خود پیروی کنیم و به ندای درونمان گوش کنیم، اما چنین رویه‌ای جانبداری نابجا را به دنبال خواهد داشت و به این ترتیب نقش احساسات در تصمیم‌گیری نهایی بیش از حد پررنگ خواهد بود.» هدایت احساسات در محیط کار بسیار مهم است، اما نباید احساسات به عامل محرکه واکنش‌های‌تان تبدیل شود. با ما همراه باشید تا بسا راهکارهای جلوگیری از تصمیم‌گیری احساسی در محل کار آشنا شوید.

فهرستی از نقاط ضعف و قوت تهیه کنید

اگر عادت به تهیه فهرست داشته باشید، حتماً می‌دانید که نوشتن افکار و ایده‌ها بسیار بهتر از آن است که سعی

کنید از انبوه افکار انباشته‌شده در ذهن‌تان به یک نتیجه منطقی برسید. مسلماً در مقام یک مدیر به اطلاعات زیادی دسترسی دارید. وقت بگذارید، افکار‌تان را بنویسید و از این‌ها به بعد قبل از آن که عمل شتابزده‌ای انجام دهید یا سخن نسنجیده‌ای به زبان بیاورید، اول این جزئیات را بررسی کنید.

گرین توصیه می‌کند که این یادداشت‌ها را به صورت فهرستی از نقاط ضعف و قوت تهیه کنید. این فهرست در بدترین شرایط کمک می‌کند تا مهار احساسات‌تان را به دست بگیرید و در بهترین شرایط درکی کاملاً منطقی از گزینه‌های پیش رو را ارائه می‌دهد.

دیگران را درگیر کنید

زمانی که در کسب و کاری سرمایه‌گذاری می‌کنید، سخت است که بتوانید بی‌طرفی خود را درباره موضوعات یا دغدغه‌های خاص حفظ کنید. شکی نیست که بهترین‌ها را برای شرکت و کارکنان خود می‌خواهید، اما اگر امکان مشارکت را از دیگران سلب کنید، انتخاب‌های‌تان همواره بازتابی از این حسن نیت نخواهد بود.

گرین معتقد است: «بسیار مهم است که در موقعیت‌های پرتنش و احساسی بتوانید به دیدگاه‌های خارجی تکیه کنید، به عبارت دیگر بتوانید از راهنمایی افرادی بهره بگیرید که در این تصمیم‌گیری خاص گرفتار احساسات نیستند و می‌توانند برداشت صحیحی از شرایط داشته باشند. این مشارکت و هم‌اندیشی منطقی است که در پس تعیین حد و مرزها در شرکت‌های بزرگ وجود دارد.»

حتی اگر هدایت شرکت را خودتان به عهده داشته باشید، لازم نیست که تمام تصمیم‌ها را خودتان به تنهایی بگیرید. گرین به مدیران توصیه می‌کند که هیأتی از مشاورین مجرب داشته باشند که جانبداری خاصی از هیچ یک از کارکنان نداشته باشند و ذی‌نفع نیز نباشند.

همچنین سعی کنید فرهنگی را در محل کارتان پرورش



مسیر موفقیت

۳ توصیه برای جلوگیری از تصمیم‌گیری احساسی در محل کار

دهید که کارکنان را به بیان نظرات و افکارشان تشویق کند. به این ترتیب احتمال این که از تمام کارکنان خود رضایت داشته باشید، بیشتر می‌شود و در عین حال می‌توانید از کمک آنها نیز بهره بگیرید.

به خودتان زمان بدهید

تصمیم‌های خوب شتابزده نیستند. درست است که درباره بعضی موضوعات باید سریع‌تر عمل کنید، اما همواره پیش از تصمیم‌گیری برای بررسی تمامی جوانب وقت بگذارید تا در نهایت تصمیمی بگیرید که بعداً پشیمانی به بار نیآورد.

یک مدیر موفق در زمان تصمیم‌گیری‌های دشوار بدون فکر عمل نمی‌کند. گرین به مدیران توصیه می‌کند که از تصمیم‌گیری‌های شتابزده و پیروی کورکورانه از احساسات خودداری کنند.

حتی اگر تحت فشار هستید تا هرچه سریع‌تر واکنش نشان ندهید، اجازه ندهید که انرژی منفی بر شما مسلط شود، مطمئن باشید که در پرت تصمیم گرفتن بهتر از اشتباه تصمیم گرفتن است.

به نقل از گرین «همه ما مدیرانی را دیده‌ایم که سعی می‌کنند همه را راضی نگه دارند و احساسات خود را توجهی برای تصمیم‌گیری‌هایی می‌دانند که درازمدت به نفع شرکت و کارکنان آن نیست. این قبیل تصمیم‌گیری‌های احساسی در شرایط سخت اقتصادی بیشتر به چشم می‌خورد. زمانی که مدیران ناراحت یا تحت فشار هستند، تصمیم‌هایی می‌گیرند که سود کوتاه‌مدت دارد یا مشکلات را موقتاً حل و فصل می‌کند، اما پیامدهای آن در آینده فاجعه‌بار است.»

اجازه ندهید که اضطراب بر عقل سلیم‌تان غلبه کند.

هر تصمیم سنجیده و مدبرانه‌ای شما را یک قدم به خواسته‌های‌تان و هدف نهایی‌تان نزدیک‌تر می‌کند.

منبع: businessnewsdaily