

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

گزارش «اسیوتنیک» از ۵ کشوری که در حال کاهش وابستگی به دلار هستند

فروپاشی دلار

فرصت امروز: در آخرین روزهای هفته‌ای که گذشت، عبدالناصر همتی رئیس کل بانک مرکزی ایران در دیدار با همتای روسی خود، از برنامه ایران و...

۴

دومینوی شکست قیمت‌ها به بازار مسکن رسید

نسبت دلار و مسکن

فرصت امروز: این روزها با کاهش قیمت دلار این سوال برای مردم پیش آمده که آینده قیمت مسکن چه می‌شود؟ از ابتدای سال گذشته تاکنون قیمت دلار ۲۷۵ درصد رشد کرده، در حالی که رشد قیمت مسکن ۷۴ درصد بوده است، بنابراین این پرسش در ذهن شهروندان شکل گرفته که آیا قرار است مسکن این فاصله قیمتی را پر کند؟ به گفته کارشناسان، رابطه ارز و مسکن دوگانه است؛ به این صورت که بازار ارز هم تاثیر منفی و هم تاثیر مثبت بر بازار مسکن می‌گذارد. از یک سو، دلار به عنوان رقیب مسکن، وقتی که برای سرمایه‌گذاران جذاب می‌شود طبیعتاً اقبال به مسکن کاهش می‌یابد؛ زیرا مسکن کالایی است که تغییرات کندی دارد، بنابراین سرمایه‌گذاران در کوتاه‌مدت تمایل دارند به سمت دلار، طلا و بورس بروند، اما از دیگر سو، افزایش دلار علامتی می‌دهد که ارزش ریال در حال کاهش است، انتظارات تورمی بالاست و در چنین شرایطی بخشی از توجهات...

۳

ارز مسافرتی ۱۰ هزار تومان می‌شود؟

۴

مدیریت و کسب و کار



مدیرعامل گوگل در جلسه کاخ سفید با شرکت‌های تکنولوژی حضور می‌یابد

- راز محبوبیت و هوش عاطفی در یک کلمه خلاصه می‌شود
- ۵ دلیل برای اخراج فوری کارمندان ضعیف
- ۵ ترند تبلیغات کلیکی جهت بهبود عملکرد
- بررسی ۱۹ مورد از تاثیرگذارترین کلمات در حوزه تبلیغات
- ۷ شکست قابل احترام در شبکه‌های اجتماعی
- ۱۰۰ ایده کارآمد بازاریابی

۱ تا ۸



وقتی شاخص بورس با سقوط دلار فرومی‌ریزد

سرانجام بورس

۵

یادداشت

ما و مارکس

عباس آخوندی

وزیر راه و شهرسازی



امسال دویستمین زادروز کارل مارکس بود. مجله «نگاه نو» شماره تابستان خود را با عکس روی جلد به او اختصاص داده بود. در این دو سه روز، هرچه کردم مجله را به زمین بگذارم نشد. مقالات بسیار جالبی درباره اندیشه‌ها، سیر تحول زندگی او و مارکس‌های فراوانی که پس از مرگ وی براساس قرائت‌های مختلفی که از اندیشه‌های او در کشورهای متعدد خلق شدند گردآوری شده بود. واقعیت آن است که در همین ایران ما، چندین مارکس تولید شده و به مردم عرضه شده است. اما برای من، نکته مهم آن است که هنوز که هنوز است و علی‌رغم شکست سوسیالیسم در روسیه، چین اروپای شرقی؛ کشورهای پلایه‌دار کاربست آموزه‌های او در نظام اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، نتوانسته‌ایم از سیطره اندیشه او رهایی پیدا کنیم. بن‌مایه بسیاری از تجویزها و راهکارهایی که در حوزه‌های مختلف با جریمت کامل و به عنوان...

۲

رهبر معظم انقلاب در اجتماع عظیم بسیجیان در ورزشگاه آزادی:

تحریم را شکست خواهیم داد

شکرگزار بود. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای خاطر نشان کردند: البته ما مشکلات اقتصادی و عیوبی همچون «اقتصاد نفتی»، «ضعیف بودن فرهنگ صرفه‌جویی» و «اسراف» در جامعه داریم اما این موارد عیب واقعی نیستند، عیب واقعی «بن‌بست» است که البته در کشور بن‌بست وجود ندارد. ایشان با تأکید بر اینکه عده‌ای در تلاش برای القای این تفکر به جوانان هستند که هیچ راه حلی جز پناه بردن به دشمن وجود ندارد، گفتند: دشمن می‌خواهد ملت ایران را به این جمع‌بندی برساند که در کشور بن‌بست است و هیچ راهی جز زانو زدن و تسلیم شدن در مقابل آمریکا وجود ندارد.

رهبر انقلاب اسلامی افزودند: من صریحاً اعلام می‌کنم، کسانی که در داخل، این فکر مطلوب و محبوب دشمن را ترویج می‌کنند، در حال انجام دادن بزرگ‌ترین خیانت در حق کشور و ملت هستند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای تأکید کردند: البته این اتفاق نخواهد افتاد و به حوصله الهی و با همراهی مردم و جوانان، تا جان و توان دارم نخواهم گذاشت چنین اتفاقی در کشور بیفتد.

ایشان با تأکید بر لزوم شناخت و ارائه تصویر و جایگاه واقعی کشور و ملت ایران گفتند: سیاستمداران بزرگ و مغزهای سیاسی سنجیده دنیا، ملت ایران را به دلیل ۴۰ سال ایستادگی در مقابل فشارها و در عین حال پیشرفت و تبدیل شدن به یک قدرت تأثیرگذار، تحسین می‌کنند. رهبر انقلاب اسلامی، ظرفیت‌های فراوان جغرافیایی، اقلیمی، نیروی انسانی و منابع زیرزمینی و روزمینی در کشور را یکی دیگر از واقعیت‌های ایران برشمردند و افزودند: ما از این ظرفیت‌ها به درستی استفاده نکرده‌ایم و توصیه همیشگی من به مسئولان این است که ظرفیت‌ها را شناسایی و استفاده کنید.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، جوانان مؤمن را ظرفیت بالفعل کشور خواندند و گفتند: تصویر واقعی کشور همین جوانان مؤمنی هستند که در صحنه‌های مختلف، توانایی‌های دفاعی، علمی، فرهنگی و اجتماعی خود را بروز داده‌اند. ایشان در ادامه به موضوع تحریم‌های آمریکا اشاره کردند و افزودند: وضع تحریم‌ها به این معنا است که دشمن هیچ راه دیگری برای مقابله با نظام اسلامی به غیر از تحریم اقتصادی ندارد اما همین تحریم‌های اقتصادی نیز شکننده‌تر از اقتصاد ملی ما است.

اولین آژانس بین‌المللی تبلیغاتی در ایران، شروع به کار کرد

فرصت امروز: مراسم افتتاحیه اولین آژانس بین‌المللی خلاقیت‌محور در ایران روز سه‌شنبه هفته گذشته برگزار شد. شرکت «FCBARTGROUP» اولین و تنها آژانس تبلیغاتی بین‌المللی خلاقیت‌محور در صنعت تبلیغات ایران است که حاصل سرمایه‌گذاری مشترک شرکت FCBARTGROUP و شرکت نماآگهی است. مراسم افتتاحیه این آژانس با حضور مدیران اجرایی FCBARTGROUP Istanbul از جمله فهمی اوزکان (Fehmi Ozkan)، آتش چاودار (Ates Cavdar) و خانم نسلیهان اوزکان (Neslihan Ozkan)، هاکان تکین سفیر ترکیه در ایران و همچنین آقایان علی سلیمی، مجید دلاوری و صفا صیرفی به عنوان شرکای شرکت نماآگهی در حضور جمعی از صاحبان کسب و کار و رسانه برگزار شد. در ابتدای این مراسم، لوئیس سیلوا ویداس (Luis Silva Vidas) مدیرعامل FCB بین‌المللی با ارسال پیامی ویدئویی افتتاح شعبه جدید این شرکت در تهران را تبریک گفت و حمایت شبکه جهانی از شعبه تهران را اعلام کرد. سپس هاکان تکین سفیر ترکیه در ایران بر اهمیت فرصت‌های تجاری موجود بین دو کشور دوست و همسایه ایران و ترکیه تأکید کرد و با قدردانی از حضور قوی شرکت‌های بین‌المللی ترکیه در شرایط فعلی ایران گفت: «شرایط اقتصادی اکنون در ایران سخت است اما به این معنی نیست که باید جا خالی کرد.» به گفته او، «سرمایه‌گذاری مشترک میان این دو شرکت به عنوان نمایندگان ایران و ترکیه، رضایت‌بخش است.» سخنران بعدی این مراسم، مورات یابوز (Mr. Murat Yavuz) مدیرعامل شرکت تبلیغاتی FCBARTGROUP تهران بود که اطلاعاتی در مورد انگیزه و اهداف این دفتر جدید، همچون کسب جوایز بین‌المللی، مطرح کرد. صفا صیرفی رئیس هیات مدیره شرکت نیز در این مراسم پس از خوش‌آمدگویی به حضار، در سخنانی بر اهمیت شراکت با آژانس‌های تبلیغاتی بین‌المللی و منافع حاصل از آن برای بازار ایران تأکید کرد. همچنین اوزکان دلیل حضور شرکت FCBARTGROUP در ایران را در زمانی که بسیاری از شرکت‌های بین‌المللی در حال خروج از بازار کسب و کار ایران هستند، به شوخی و خنده با صفت دیوانه توصیف کرد و گفت: «دلیل حضور ما در اینجا فلسفه FCB است که معتقد است: در نگاه بلندمدت می‌توان از هر بحرانی فرصت ساخت.» در پایان مراسم نیز علی سلیمی، مدیر شرکت نماآگهی از تمامی مدعوین بابت حضورشان در لحظه تاریخی افتتاح رسمی شرکت FCBARTGROUP تهران تشکر و قدردانی نمود و گفت: «مشکلات اقتصادی یک واقعیت است، اما ما همیشه ثابت کرده‌ایم که از بحران‌ها عبور می‌کنیم.» به گفته سلیمی، «دوره بهبود و پیشرفت در صنعت تبلیغات در جریان است. به همین دلیل، این سرمایه‌گذاری مشترک متوقف نخواهد شد و طبق برنامه پیش خواهد رفت.»

درباره FCBARTGROUP

این شرکت، اولین آژانس تبلیغاتی بین‌المللی در ایران است که فعالیت خود را به طور رسمی آغاز کرده است. FCBARTGROUP که عضو شبکه جهانی FCB است، از اواسط تیر ماه ۱۳۹۷ فعالیت خود را در بازار ایران شروع کرده است. FCB Global متعلق به Interpublic Group (IPG) یکی از سه گروه برتر ارتباطات بازاریابی دنیا است و در ۹۰ کشور جهان با بیش از ۱۵۰ شعبه، مشغول به کار است. ARTGROUP در سال ۱۹۸۶ در استانبول تأسیس شد و به مدیریت فهمی اوزکان (Fehmi Ozkan) در سال ۲۰۱۵ تبدیل به نماینده اصلی FCB Global در منطقه شد و کشورها منطقه TICC (ترکیه، ایران، قزاقستان و آسیای میانه) را تحت پوشش خود قرار داد. هم‌اکنون دفاتر دیگر این شرکت، به مدیریت دفتر استانبول در باکو، آلمان و تهران مشغول به فعالیت هستند. به زودی شعب جدید FCBARTGROUP در تاشکند، بیشکک، دوشنبه، تیلیس و ایروان تأسیس خواهد شد. FCBARTGROUP تهران، اولین و تنها آژانس تبلیغاتی بین‌المللی خلاقیت‌محور و دیجیتال در ایران است که فعالیت خود را از تیرماه ۹۷ مطابق با هویت و ارزش‌های FCB Global آغاز کرد. این شرکت حاصل سرمایه‌گذاری مشترک شرکت‌های FCBARTGROUP و نماآگهی است و به صورت تخصصی در حوزه خلاقیت و جد از رسانه عمل می‌کند. FCBARTGROUP در طی چندین سال گذشته در کمپین برند‌های شرکت Unilever در ایران یعنی Clear.Cif و Rexona فعال بوده است. بیش از یک سال پیش هم‌زمان با همکاری FCB در ساخت آخرین کمپین تبلیغاتی Rexona در ایران، تحقیقاتی جهت بررسی شرایط و امکان افتتاح دفتر در تهران شروع شد. پتانسیل موجود در بازار ایران و شباهت‌های فرهنگی دو کشور ایران و ترکیه، انگیزه FCB برای ورود به بازار ایران شد. مورات یابوز که از افراد شناخته‌شده و حرفه‌ای تبلیغات در کشور ترکیه است، مدیریت دفتر FCBARTGROUP تهران را به عهده دارد. او در استانبول سابقه تأسیس و اداره آژانس‌های بین‌المللی متعددی مانند Grey.Ogilvy و Dentsu را داشته است. یابوز می‌گوید: «ما با سایر آژانس‌های تبلیغاتی یک تفاوت منحصر به فرد داریم؛ تمرکز ما بر روی خلاقیت و دیجیتال به عنوان دو شاخص تبلیغات یک برند است، به همین منظور FCBARTGROUP نقشی در خرید و برنامه‌ریزی رسانه انجام نمی‌دهد و فقط در بخش خلاقه و دیجیتال فعالیت می‌کند. ما جریان موجود این صنعت را دنبال نمی‌کنیم هدف ما تغییر وضع موجود است؛ ما معتقدیم که طبق قوانین جهانی تبلیغات، رسانه و خلاقیت، دو میحت تخصصی و کاملاً مجزا هستند و برخلاف آنچه در بازار ایران می‌گذرد، کارهای این دو حوزه نباید توسط یک تیم انجام شود. ما به پتانسیل موجود در بازار ایران ایمان داریم و برای تبدیل شدن به خلاق‌ترین آژانس تبلیغاتی ایران، بهترین استعدادهای داخلی را استخدام کرده و ابزارهای FCB Global را با آن‌ها به اشتراک گذاشته‌ایم.»

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

ما و مارکس

<div>عباس آخوندی</div>
<div>وزیر راه و شهرسازی</div>

امسال دویستمین زادروز کارل مارکس بود. مجله «نگاه نو» شماره تابستان خود را با عکس روی جلد به او اختصاص داده بود. در این دو سه روز، هرچه کردم مجله را به زمین بگذارم نشد. مقالات بسیار جالبی درباره اندیشه‌ها، مسیر تحول زندگی او و مارکس‌های فراوانی که پس از مرگ وی براساس فرانت‌های مختلفی که از اندیشه‌های او در کشورهای متعدد خلق شدند گردآوری شده بود. واقعیت آن است که در همین ایران ما، چندین مارکس تولید شده و به مردم عرضه شده است. اما برای من، نکته مهم آن است که هنوز که هنوز است و علی‌رغم شکست سوسیالیسم در روسیه، چین اروپای شرقی؛ کشورهای طلاپه‌دار کاربست آموزه‌های او در نظام اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، نتوانسته‌ام از سیطره اندیشه او رهایی پیدا کنیم. بن‌مایه بسیاری از تجویزها و راهکارهایی که در حوزه‌های مختلف با جزمیت کامل و به عنوان اسلام ناب عرضه می‌شود، در واقع تحت تاثیر آموزه‌های درست و یا غلط وی است. هنوز راهکارهای ساده‌شده و تقلیل یافته از آموزه‌های او در رویارویی با تنگناهای اقتصادی و اجتماعی و حتی فرهنگی -البته طرفداران او می‌گویند اینها برداشت‌های غلط از آموزه‌های وی است و اگر او زنده شود با مارکسیسمی در ایران مواجه خواهد شد که فرسنگ‌ها با آموزه‌های وی فاصله دارد و تازه باید دست به‌کار نوشتن نقد آنها شود- سکه روزگار است. سهم‌الارث ما از آموزه‌های مارکس، مهندسی اجتماعی با هدف ساختن جامعه‌ای با طراز فکری خودمان، نقض حقوق مالکیت و گاهی حقوق مدنی به نفع حقوق عامه، عبور مکرر از اقتصاد رقابتی و برپا ساختن بساط داغ و درفش قیمت‌گذاری و تعزیر به‌بهبانه شکست بازار، مداخله گسترده دولت در همه‌چیز به‌بهبانه عدالت اجتماعی و ایجاد رفاه برای مردم و مسائلی از این دست است. نکته جالبی که در این مطالعه یافته‌م، هم‌آویی او با لیبرال‌های مخالف دولت پروس در جریان ستیز دولت با بهودیان در دوران حاکمیت اندیشه سوداگری (مرکانتالیستی) هرچند از دو موضع مختلف، جالب توجه است. این هم‌آویی مرا به‌یاد هم‌آویی پیش از انقلاب گروه‌های مبارز بر علیه رژیم پهلوی در ایران می‌اندازد. با این تفاوت، که آنان در ادامه راه خود را کاملاً از هم جدا کردند و ما نتوانستیم به یک نظریه منسجم برای مدیریت اقتصاد و اجتماع دسترسی پیدا کنیم و همچنان در تحت سیطره اندیشه چپ باقی ماندیم. هرچند، شب و روز تظاهر کنیم که با آنان در جنگ نظری هستیم. بی‌گمان، مارکس تاثیرگذارترین اندیشه‌ورز بر زندگی جوامع در دو سده اخیر بوده است و نمی‌توان تاثیر او را بر جریان اندیشه و نگاه به جهان به‌ویژه در حوزه کارکردگرایی در تمام سلاحت‌های زندگی بشری منکر شد. هرچند او در دوره حیات خود، موفقیت‌های چندانی کسب نکرد، لیکن قرن بیستم، شاهد بازخوانی اندیشه‌های او در جوامع مختلف اعم از سرمایه‌داری ناب چون انگلستان و آمریکا و یا انقلابی چون روسیه و چین و جوامع به‌اصطلاح جهان‌سومی چون آفریقای و آمریکای لاتین و جوامع مسلمان خاورمیانه و ایران است. البته دایره تاثیر او به این حد محدود نیست. جریان‌های اصلاح‌طلبانه و شکل‌گیری احزاب سوسیال دموکرات در اروپای غربی و یا حتی کمونیست نیز تحت تاثیر او بودند. به گفته هابسبام، ۷۰سال پس از مرگِ مارکس، یک‌سوم مردمان کره زمین در کشورهای زندگی می‌کردند که احزاب کمونیست آنها را اداره می‌کردند. باز به گفته او، نخستین نظریه اقتصاد سوسیالیستی متمرکز را، یک اقتصاددان غیرسوسیالیست ایتالیایی به نام آرتیکو بارونه در ۱۹۰۸ تدوین کرد که راهنمای ملی کردن صنایع خصوصی در پایان جنگ جهانی اول شد. تا دو دهه پیش مالکیت جمعی وسایل تولید جزء بند چهار اساسنامه حزب کارگر انگلیس بود که عیناً در اصل ۴۴ قانون اساسی ما انعکاس داشت. هنوز جهان درگیر پیامدهای کاربست اندیشه‌های او در کشورهای گوناگون است. از این رو است که هنوز باید مارکس را بخوانیم و گزینه ناگهانه در تله میراث آموزه‌های او به‌درست و یا غلط باقی بخواهیم ماند.

جزییاتی از سازوکار حفظ برجام

مدل بورسی به جای بانکی

در حالی که مذاکرات ایران و گروه ۱+۴ برای حفظ برجام و طراحی سساز و کاری برای انجام نقل و انتقالات مالی و پولی ایران در جریان است، به نظر می‌رسد مدلی بورسی به جای انتقال بانکی در این رابطه طراحی شده است.

به گزارش ایپنا، کشورهای ۱+۴ متشکل از انگلیس، فرانسه، روسیه، آلمان و چین برای حفظ برجام به‌دنبال طراحی مدل ویژه‌ای هستند، اما به گفته بهرام قاسمی سخنگوی وزارت خارجه، این ساز و کار نفت در برابر غذا نیست. با این حال جزییات افشا شده از این ساز و کار نشان می‌دهد که در حقیقت مدل بورسی، جایگزین مدل بانکی در نقل و انتقال مالی با ایران خواهد شد. بر این اساس عواید حاصل از صادرات ایران به کشورهای اروپایی در قالب اوراق بهادار در نهادی که برای این منظور طراحی شده، عرضه می‌شود و به عنوان یک اوراق بهادار قابلیت خرید برای کسانی را دارد که قصد صادرات به ایران را دارند.

پدرام سلطانی نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران در این رابطه می‌گوید: فرض کنید خریدار کالای ایرانی در اروپا به جای آنکه پول خود را از طریق سیستم بانکی پرداخت کند، اوراق تعهدی را در این نهاد تسویه می‌کند و سپس شرکت ایرانی که قصد خرید از اروپا را دارد، به جای پرداخت پول از این اوراق استفاده کرده و مبلغ ریالی را در ایران تسویه می‌کند. بر این اساس در عمل به جای نقل و انتقال پول، اوراق بهاداری که نزد نهاد مالی اروپا طراحی شده، با یک مدل بورسی به جای مدل بانکی عمل می‌کند و مسیر تجارت خارجی ایران باز می‌ماند.

سلطانی تأکید می‌کند که این سازوکار با شروطی از جمله تشکیل نهادهای مکمل و همجوار که امکان همسازی بین آنها وجود نداشته باشد، سازوکاری بینابینی و عملیاتی است. در نهایت پولی که به واسطه اوراق بهادار به فروشنده اروپایی داده می‌شود باید به حساب آن شرکت واریز شود و ارتباط بین نهاد طراحی شده اروپا با حساب بانکی آن شرکت نباید بر اثر فشارهای آمریکا مختل شود.



دع‌وای دو طیف نهادگرا و اقتصاد بازار در اقتصاد ایران درست مثل دو حزب اصلاح‌طلب و اصولگرا در سپهر سیاست است. هر دو تجربه قدرت و سیاست‌گذاری داشته و هر دو ناکامی‌ها و کامیابی‌هایی هم رقم زده‌اند، با این تفاوت که این دو نحله فکری در اقتصاد در میان افکار عمومی چندان شناخته شده نیستند، اما وقتی پای نامه به میان می‌آید، اکثر قریب به اتفاق مردم تصور می‌کنند که اقتصاددان‌ها راهی را به دولت‌ها پیشنهاد می‌کنند که بهترین نتیجه را می‌دهد، حال آنکه اگرچه اقتصاد علم است اما نسخه‌های طیف‌های فکری در هر جامعه‌ای با توجه به ساختارهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نتایج متفاوتی دارد. موضوعی که اغلب اقتصاددان‌ها بدون توجه به این زیرساخت‌ها به دولت‌ها توصیه می‌کنند که نسخه‌های جهانی را برای اداره کشور به اجرا بگذارند. نتیجه چنین توصیه‌هایی اغلب منجر به سرگردانی دولت‌ها در حل بحران‌های اقتصادی می‌شود؛ اتفاقی که همین چند ماه پیش در تصمیم ارز ۴۲۰۰ تومانی افتاد.

به گزارش خبرآنلاین، اگر پایه‌گذار نامه‌نگاری به روسای‌جمهور، گروهی از اقتصاددانان طیف «نهادگرا» نباشند، حتما پای ثابت بیشتر نامه‌نگاری‌ها پیش از یک دهه گذشته همین گروه اقتصاددانان با گرایش فکری منتسب به نهادگرایی هستند، اقتصاددانانی که پایگاه اصلی آن‌ها دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی و البته موسسه دین و اقتصاد است. هرچند به جز نهادگراها اقتصاددانان دیگری هم با گرایش‌های فکری مختلف در برهه‌های زمانی به روسای دولت‌ها نامه نوشته‌اند، اما مبدع این نوع نامه‌نگاری‌ها عمداً اقتصاددانان نهادگرا بودند. سال ۸۴ زمانی که محمود احمدی‌نژاد سکان دولت نهم را در دست گرفت، نحوه اداره اقتصاد و آنچه او از برنامه‌های اداره اقتصاد کشور مطرح می‌کرد، سرآغازی شد برای نوشتن نامه به رئیس‌جمهور وقت.

پیش از این اقتصاددان‌ها به صورت منسجم نامه‌ای به روسای دولت ننوشته بودند و نقدهای خود را به دولت بیشتر در قالب میزگرد، مناظره یا طرح در رسانه‌ها به گوش روسای دولت‌های قبلی رسانده بودند. (مثل نقدهایی که به سیاست‌های تعدیل ساختاری در دولت اول هاشمی رفت‌سجانی مطرح کردند)، اما دولت احمدی‌نژاد چون متفاوت عمل می‌کرد و عمدتاً هم توجهی به پیشنهادها و راهکارهای علم اقتصاد برای اداره اقتصاد کشور نداشت، اقتصاددانان را برآن داشت تا به او نامه بنویسند؛ نامه‌هایی که بی‌جواب ماند و به تدریج تبدیل به مطالبه نزد افکار عمومی شد.

اگرچه آن سال‌ها و آن نامه‌های بی‌جواب، خاطره تلخی برای اقتصاددانان شد، اما فرهنگ نامه‌نویسی به سران حاکمیت را برای اقتصاددان‌ها و بعدها علمای سایر رشته‌ها باب کرد.

نهادگراها که در نامه‌های اول موفق شده بودند نظر دیگر نحله‌های فکری اقتصادی را هم برای امضای این نامه‌ها جلب کنند، اما به تدریج حمایت آنها را در نامه‌های بعدی از دست دادند. هرچه تعداد نامه‌ها بیشتر می‌شد، امضای اقتصاددانان طرفدار اقتصاد آزاد از پای نامه‌ها کمتر. چه آنکه اقتصاددانان حامی اقتصاد آزاد به جای نامه‌نگاری

اصلاح‌طلب و اصولگرای اقتصاد ایران چه گروه‌هایی هستند؟

روایتی از نامه‌هایی به مقصد پاستور



به‌بدترین نقاط عطف تاریخ اقتصادی ایران نگاه کنید، در شرایط شبیه فاجعه اقتصاد در بازار سرمایه با جهش‌های غیرعادی مواجه می‌شویم و در زمان‌هایی که کوچک‌ترین اختلالی در شرایط کسب رانت اینها به وجود می‌آید سقوط‌های غیرمتعارف پدیدار می‌شود و با رد و بدل شدن امتیازها می‌بینیم که اوضاع به روال قبلی خودش برمی‌گردد.»

فاجعه ملی از نگاه نهادگراها

هنوز پیشنهادهای بیست‌گانه به ثمر نرسیده که نامه دوم نهادگراها منتشر شد. اگرچه مخاطب این نامه سران سه قوه مطرح شده، اما محتوای نامه بیشتر به نقد از دولت معطوف شده است. این نامه که اواسط هفته منتشر شد، نوعی طعنه را در خود پنهان کرده است: «لطفاً از بروز یک فاجعه ملی جلوگیری فرمایید.»

از نقد بازار ثانویه ارز گرفته که به زعم امضاکننده‌ها عملکرد آن سبب فقیرتر شدن مردم و استمرار رانت‌های غیرمولد شده تا شوک ارزی که به گفته آنها بزرگ‌تر از سه شوک قبلی است.

اقتصاددانانی که پای این نامه را امضا کرده‌اند، در نخستین بند نامه مهمترین تصمیم دولت برای کنترل بازار ارز در ماه‌های اخیر را زیر سؤال برده و نوشته‌اند: «ایجاد به اصطلاح «بازار» ثانویه ارز باعث تداوم ناطمینانی‌ها از طریق سرعت گرفتن مشکلات تولیدکنندگان، فرو غلتیدن ناگهانی میلیون‌ها نفر از افراد طبقه متوسط جامعه به زیر خط فقر و تحمیل مسکنت گسترده به بخش‌های بزرگی از فقرا و مستمندان کنونی شود. این پدیده همچنین، موجب شکل‌گیری و استمرار رانت‌های عظیم برای غیرمولدها و بنگاه‌های خام‌فروش شده و ظهور انواع آشکار و پنهان امکانات و انحصارهای قدرت – ثروت به افزایش شدید انفعالی نقدینگی خواهد شد، فعالیت بسیاری از بنگاه‌های تولیدی نیمه جان را کاملاً متوقف کرده و بخش عظیمی از نیروی کار شاغل را بیکار کند. »

محمدطیبیان، اقتصاددان طرفدار اقتصاد آزاد در واکنش به این بند از نامه اقتصاددانان نوشت: «ابتدا که نامه را خواندم باور نمی‌کردم که این نامه توسط جمعی از اقتصاددانان نوشته شده باشد چرا که کمتر اثری از استدلال‌های دقیق مبتنی بر شواهد داشت و در عوض تا دل تان بخواهد پر بود از احساسات…براساس آنچه در این گزاره توسط این عزیزان آمده است فقط حمله تئوریزی اهواز در پی بازار ثانویه ارز بروز نکرده و مابقی بلایای اقتصادی کشور از ناطمینانی‌ها گرفته تا فرو غلتیدن میلیون‌ها نفر به فقر و مسکنت با بروز بازار ثانویه ارز حادث شده است همچنین ریشه رانت‌های عظیم نیز تشکیل این بازار است. این دوستان گویا فراموش کرده‌اند که بازار ثانویه عمر بسیار کوتاهی از این مصائب دارد و ابتدای امر جناب جهانگیری به نمایندگی از دولت به توصیه‌های این چنین نرخی ۴۲۰۰ تومانی برای دلار تعیین کرده بودند و شکست آن نظریه بگیر و ببندی در مدت کوتاهی عیان شد. از همه اینها گذشته فرض کنیم بازار ثانویه مسبب همه این گرفتاری‌ها بوده است. راهکار شما چیست آیا همان روش ۲۲۰۰ را پیشنهاد می‌دهید؟»

چرا اقتصاد ایران تک محصولی باقی مانده است؟

علت‌ها و راهکارهای درخودماندگی اقتصادی ایران

خوبی داشته و در حال تاسیس یک پالایشگاه بوده است. همچنین در همین چند ماه اخیر با کشور هند قراردادی منعقد کرده و اگر این پالایشگاه تاسیس شود فروش نفت ما بسیار کاهش می‌یابد چرا که در این صورت، عربستان نفت خود را تولید خواهد کرد و هند هم صرف نظر از بحث تحریم‌ها از دایره مشتریان ما کنار خواهد رفت.

دینی ترکمان افزود: باید زیرساخت‌ها، نوع نظام مدیریتی و نوع تعاملاتی که با دنیا داریم اصلاح شود، ما باید ظرفیت جذب قوی در سطح صنعت و بنگاه‌ها داشته باشیم، یعنی به گونه‌ای که منابعی که در اختیار بنگاه‌ها و بخش‌های مختلف قرار می‌گیرد تبدیل به ظرفیت‌های تولیدی مولد در حداقل زمان ممکن شود. اگر ظرفیت جذب سرمایه‌گذاری ما قوی باشد، تکمیل پروژه‌های سرمایه‌گذاری

^[1] به‌بدترین نقاط عطف تاریخ اقتصادی ایران نگاه کنید، در شرایط شبیه فاجعه اقتصاد در بازار سرمایه با جهش‌های غیرعادی مواجه می‌شویم و در زمان‌هایی که کوچک‌ترین اختلالی در شرایط کسب رانت اینها به وجود می‌آید سقوط‌های غیرمتعارف پدیدار می‌شود و با رد و بدل شدن امتیازها می‌بینیم که اوضاع به روال قبلی خودش برمی‌گردد

یادداشت

ضعیف‌کننده‌های رشد اقتصادی در ایران

<div><div></div>حمید آذرمند</div>
<div><div></div>پژوهشگر اقتصادی</div>

رشد اقتصادی در ایران، طی یک دهه گذشته روند پرنوسان و ناپایداری را طی کرده است. از سال ۱۳۸۷ اقتصاد ایران دچار کاهش و ناپایداری رشد اقتصادی شد، به طوری که حتی بهبود انتظارات و فعال شدن ظرفیت‌های خالی اقتصاد در سال ۱۳۹۵ نیز رشد پایداری ایجاد نکرد و نتوانست اقتصاد ایران را به روند بلندمدت رشد بازگرداند.

از سال ۱۳۹۷، با تشدید تحریم‌های بین‌المللی و افزایش ریسک و ناطمینانی در اقتصاد، مجدداً زمینه بازگشت به رکود اقتصادی در افق بلندمدت فراهم شده است. کاهش رشد اقتصادی، عوارض مختلفی در پی خواهد داشت که مهم‌ترین آنها، افزایش نرخ بیکاری، کاهش درآمد سرانه و رفاه جامعه، کاهش درآمدهای دولت و افزایش فاصله با سایر کشورها است. در این شرایط، لازم است مطالعات دقیقی درخصوص احیای رشد اقتصادی انجام شود. به‌ویژه لازم است عوامل تضعیف‌کننده رشد شناسایی شود و برای جلوگیری از تعمیق و طولانی شدن رکود اقتصادی، برنامه‌ریزی شود.

کاهش سرمایه‌گذاری: سرمایه‌گذاری در کشور طی یک دهه گذشته روندی نزولی داشته است. نسبت تشکیل سرمایه ثابت به تولید ناخالص داخلی طی دوره‌ای نزدیک به شش دهه به طور میانگین برابر با ۳۱درصد بوده است. این نسبت در سال‌های اخیر با کاهش مستمر مواجه شده است، به طوری که در سال گذشته به رقم ۱۹٫۷درصد رسید که کمترین نرخ سرمایه‌گذاری طی شش دهه گذشته است.

کاهش سرمایه‌گذاری طی یک دهه گذشته، تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله بی‌ثباتی اقتصاد کلان، محیط کسب و کار نامساعد، ضعف بازار سرمایه، مشکلات نظام بانکی، تحریم‌های خارجی، سرکوب نرخ ارز، ناکرایی سیاست‌های مالی دولت و نظایر آن بوده است. آثار کاهش نرخ سرمایه‌گذاری در اقتصاد، به صورت فرسودگی ماشین‌آلات کارگاه‌های صنعتی، شکاف فناوری و فاصله گرفتن از فناوری‌های روز دنیا، ضعف زیرساخت‌های حمل و نقل، کاهش ظرفیت‌های تولید و نظایر آن قابل مشاهده است که در نتیجه آن، رشد اقتصادی کشور کاهش یافته است.

تحریم‌ها: تحریم‌های خارجی به واسطه ایجاد مانع در مبادلات بانکی و تجاری، باعث شده صادرات محصول و واردات ماشین‌آلات و مواد اولیه برای تولیدات داخلی با محدودیت و تنگنا مواجه شود. علاوه بر آن، با تشدید تحریم‌های خارجی، امکان تأمین مالی خارجی و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و انتقال فناوری، بیشتر از قبل کاهش خواهد یافت. تحریم‌ها موجب خواهد شد اقتصاد ایران نتواند از عوارض مثبت پیشرفت‌های فناوری و همچنین مزایای تجارت آزاد بهره ببرد. نکته دیگر آن است که در اثر سیاست‌های سال‌های گذشته به ویژه سرکوب نرخ ارز، بسیاری از ظرفیت‌های تولید در کشور مضمحل شده و بازارهای مصرف و حتی تولیدات داخلی وابستگی بیشتری به واردات پیدا کرده‌اند. این مسئله آسیب‌پذیری اقتصاد کشور در برابر تحریم را افزایش داده است.

کاهش تقاضا: جدای از کاهش ظرفیت تولید و مشکلات طرف عرضه، تقاضای کل نیز در اقتصاد ایران رو به کاهش نهاده است. از یک طرف رکود اقتصادی منجر به کاهش تقاضای مصرفی خانوار شده و از طرف دیگر با کاهش صادرات، بخشی از تقاضای کل کاهش خواهد یافت. کاهش درآمدهای نفت نیز منجر به کاهش مخارج عمرانی دولت خواهد شد و بخش دیگری از تقاضای اقتصاد را کاهش خواهد داد. در نهایت، عامل کاهش تقاضای کل در اقتصاد ایران، موجب تعمیق رکود در سال‌های آینده خواهد شد.

بی‌ثباتی اقتصاد کلان: اقتصاد ایران به طور مزمن گرفتار تورم بالا است. از سال ۱۳۵۲ به این سو، در اغلب سال‌ها نرخ تورم در اقتصاد ایران دورقمی بوده است. میانگین سالانه نرخ تورم طی ۴۵ سال گذشته، حدود ۱۹درصد بوده است. بی‌ثباتی قیمت‌ها و رشد بالای تورم، منجر به بی‌ثباتی اقتصاد و افزایش انگیزه سوداگری در بازار دارایی‌ها و کاهش انگیزه سرمایه‌گذاری بلندمدت بوده است. ریشه اصلی تورم مزمن در اقتصاد ایران نیز رشد بالای نقدینگی است. رشد بالای نقدینگی همزمان با رشد پایین ظرفیت‌های تولید در بخش واقعی، منجر به شکل‌گیری تورم مزمن در اقتصاد ایران شده است. در اغلب سال‌ها، عواملی مانند کسری بودجه دولت، مشکلات ساختاری نظام بانکی، فقدان شفافیت و انضباط مالی بخش عمومی، بدهی‌های فزاینده دولت، سیاست‌های حمایتی و توزیعی دولت، فقدان استقلال و کارایی کافی بانک مرکزی و ناکرایی سیاست‌های بودجه‌ای منجر به تورم مزمن و بالا و بی‌ثباتی اقتصاد کلان شده است. رشد بالای نقدینگی در اقتصاد ایران، عامل اصلی تورم مزمن و وقوع شوک‌های ارزی و بی‌ثباتی اقتصاد است.

محیط کسب و کار نامساعد: محیط کسب و کار در اقتصاد ایران با گذر زمان، روند رو به اصلاحی را طی نکرده است. برخلاف بسیاری از کشورها که با هدف‌گذاری‌های مشخص، توانسته‌اند محیط کسب و کار را بهبود ببخشند و زمینه کاهش هزینه مبادله و افزایش رشد اقتصادی را فراهم کنند، در اقتصاد ایران محیط کسب و کار مساعدی برای تولید و سرمایه‌گذاری وجود ندارد. اصلاح محیط کسبوکار و بهبود قوانین و ارتقای سلامت و شفافیت اقتصاد، نقش تعیین‌کننده‌ای در کاهش هزینه مبادله اقتصاد دارد. هرگونه عدم شفافیت و فساد اداری و اقتصادی و همچنین قوانین و مقررات ناسازگار با تولید و همچنین تغییرات مداوم در سیاست‌های اقتصادی، منجر به افزایش ریسک و افزایش هزینه تولید بنگاه‌های داخلی و در نهایت کاهش بهره‌وری اقتصاد و تضعیف رشد اقتصادی می‌شود.

توان پایین رقابت‌پذیری: طی چند دهه گذشته، سیاست‌های اقتصادی به گونه‌ای بوده که مانع از افزایش رقابت‌پذیری و توانمندی بنگاه‌های خصوصی در اقتصاد شده است. عوامل مختلفی در اقتصاد ایران، منجر به کاهش رقابت‌پذیری بنگاه‌های خصوصی شده است. از یک سو وجود انحصارات و موانع تجاری مانع از شکل‌گیری رقابت بین بنگاه‌ها و سرمایه‌گذاری در داش و فناوری بین بنگاه‌های داخلی شده است. از سوی دیگر، سرکوب قیمت و دخالت دولت در بازارها همواره عامل تضعیف بنگاهداری خصوصی بوده است. علاوه بر آن، سیاست سرکوب نرخ ارز نیز طی چهار دهه گذشته یکی از عوامل اصلی کاهش رقابت‌پذیری بنگاه‌های داخلی در برابر رقبای خارج بوده است و این عامل با ایجاد مزیت برای رقبای خارجی، عملاً مانع از رشد طبیعی بنگاه‌های داخلی شده است. به طور تاریخی، دولت‌ها به جای سیاست‌گذاری در جهت توانمندسازی بنگاه‌ها و تشویق به نوآوری و رقابت، از طریق حمایت‌های مستقیم و توزیع رانت بین بنگاه‌ها، بنگاه‌های اقتصادی را به حمایت‌های دولتی از نوع توزیع تسهیلات بانکی، دریافت نهاده‌ها با نرخ دولتی، سهمیه ارز دولتی، حمایت‌های گمرکی و نظایر آن وابسته کرده‌اند. این گونه حمایت‌ها منجر به تضعیف بنگاه‌های داخلی و کاهش انگیزه نوآوری و رقابت شده است. تضعیف بنگاهداری خصوصی، یکی از اصلی‌ترین عوامل تضعیف رشد اقتصادی در اقتصاد ایران است.

منبع: آینده‌نگر

نسبت دلار و مسکن



مسکن روند نزولی دارد، اما دولت باید برای ثابت نگه داشتن این روند توان خرید مسکن برای مردم را افزایش دهد.

وی ادامه داد: دولت می‌تواند با افزایش تسهیلات خرید مسکن و همچنین کاهش اقساط این تسهیلات، بازار مسکن را به یک بازار ایده‌آل برساند.

کاهش ۳۰درصدی قیمت مسکن

در همین راستا گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد که قیمت آپارتمان‌های ۴۰ تا ۸۵ متری در مناطق مختلف به طور میانگین ۲۵ تا ۳۰درصد کاهش یافته، اما بیشترین کاهش قیمت در آپارتمان‌های متراژ بالا در مناطق شمال‌نشین تهران دیده می‌شود. یکی از مشاوران املاک در غرب تهران اعلام کرده است، بسیاری از مالکان به دلیل فرار از طرح مالیات از خانه‌های خالی حاضرند قیمت ملک خود را با ۳۰ تا ۴۰درصد زیر قیمت به فروش برسانند.

در همین راستا یکی دیگر از سازندگان مسکن اعلام کرده است؛ قیمت‌ها به طور معمول در نیمه دوم سال روند کاهشی به خود می‌گیرد و در چنین شرایطی همزمان با ایجاد ثبات در بازارهای موازی کاهش قیمت مسکن بیش از گذشته شده است.

هم‌اکنون بیش از ۲ و نیم میلیون واحد مسکونی خالی از جمعیت در کشور وجود دارد که به دلیل نبود سامانه املاک و اسکان این خانه‌ها رها شده است در حالی که عرضه و فروش این واحدها نقش بسیار مهمی در بهبود وضعیت بازار مسکن دارد.

اجرای شدن طرح مالیات از خانه‌های خالی

در همین خصوص، صدیف بدری سخنگوی کمیسیون عمران مجلس با اشاره به اجرای طرح اخذ مالیات از خانه‌های خالی گفت: طراحان طرح با تدوین این طرح به دنبال حمایت از تولید و عرضه مسکن، کاهش نوسانات بازار مسکن، جلوگیری از سوداگری و حمایت از خانه‌دار شدن اقسشار ضعیف هستند. مالیات اعمال شده بر عایدی مسکن، در سال گذشته ۵درصد، در سال دوم ۱۰درصد، در سال سوم ۱۵ و در سال چهارم ۲۰درصد پیش‌بینی شده است.

با این‌همه، در صورتی که طرح مالیات از خانه‌های خالی اجرا شود و هزینه‌های آن برای تسهیلات بخش مسکن تخصیص داده شود نقش بسیار مؤثری در افزایش قدرت خرید مسکن دارد به همین منظور دولت با اجرایی کردن آن می‌تواند این بازار را دست‌نخوش تغییرات بسیاری از جمله کاهش مسکن قرار دهد.

هم‌اکنون روند کاهشی قیمت مسکن آغاز شده و در این بین دولت می‌تواند با افزایش تسهیلات خرید مسکن و قدرت خرید مردم این روند قیمتی را ادامه دهد هم‌اکنون بسیاری از خریداران و فروشندگان مسکن دست نگه داشته‌اند تا شاید بازار مسکن به آرامش برسد و در این بین کاهش ۳۰ تا ۴۰درصدی قیمت مسکن خود یک خبر بسیار خوش برای خریداران و مستأجران است.

دومینوی شکست قیمت‌ها به بازار مسکن رسید

نسبت دلار و مسکن



این نماینده با تأکید بر اینکه کاهش نرخ ارز قطعا در کاهش قیمت خودرو در بازار اثرگذار است، افزود: بانک مرکزی باید نقدینگی موجود در جامعه را جمع و به‌صورت هدفمند در بخش‌های مختلف سرمایه‌گذاری کند، فرمانده این میدان بانک مرکزی است و باید این توان را داشته باشد.

کاهش ادامه‌دار قیمت مصالح ساختمانی

فرشید پورحاجت دبیر انجمن انبوه‌سازان کشور نیز با اشاره به اینکه قیمت مسکن ارتباط چندانی با بازار دلار نداشته است، گفت: قیمت مسکن در بازه زمانی ۸ ماهه به دلیل نوسانات اقتصادی دچار رشد قیمت شد و این رشد قیمتی در سراسر کشور مشاهده شد، اما با ایجاد ثبات و ارائه بسته‌های حمایتی به بخش مسکن قیمت‌ها روند ثبات به خود گرفت.

وی با بیان اینکه تفاوت قیمتی بازار مسکن با نوسانات ارزی یک پنجم بوده است، افزود: همزمان با افزایش قیمت دلار قیمت مسکن افزایش چندانی نداشته، زیرا که این بازار توان چنین رشد قیمتی را ندارد.

پورحاجت اظهار کرد: بازار مسکن ککش افزایش قیمت بیش از این را ندارد، بنابراین همزمان با ثبات بازار اقتصادی قیمت مصالح ساختمانی کاهش یافته و همین امر موجب شده روند این بازار مثبت شود.

دبیر انجمن انبوه‌سازان کشور با اشاره به اینکه سرمایه‌های سرگردان در کشور به طور قطع به سمت بازار مسکن خواهد رفت، گفت: حبایی در بازار مسکن وجود ندارد و به همین دلیل نسبت به تحرکات ایجاد شده در اقتصاد کشور واکنش خاصی نشان نمی‌دهد.

وی ادامه داد: باید سعی کنیم با افزایش تولید مسکن و ایجاد تعادل در بازار روند کاهشی قیمت‌ها را به ویژه در بخش مصالح ساختمانی ایجاد کنیم.

افزایش نرخ تسهیلات مسکن باید در دستور کار قرار گیرد

در همین رابطه احمد سرحدی، کارشناس بازار مسکن با اشاره به اینکه ایجاد تعادل در بازار اقتصادی کشور و برخورد با مفسدان اقتصادی اتفاق مبارکی برای بازار مسکن است، گفت: باید امیدوار باشیم ثبات نرخ ارز همچنان تداوم داشته باشد، چرا که سرمایه‌های سرگردان در اقتصاد کشور می‌تواند به سمت بازار ثابتی مانند ساخت و ساز هدایت شود. باید دولت اقدامات مؤثری از جمله جلوگیری از ورود دلالان و سوداگران را به این بازار اجرایی کند، زیرا دلالان و سوداگران نقش بسیار مهمی در افزایش قیمت مسکن خواهند داشت.

سرحدی با بیان اینکه هم‌اکنون بازار مسکن یک بازار مصرفی است، افزود: قیمت‌هایی که در بازار مسکن وجود دارد واقعی است و ما می‌توانیم با افزایش تولید مسکن قیمت‌ها را به ثبات برسانیم. این کارشناس بازار مسکن افزایش توان خرید مسکن را مهم‌ترین راهکار برای کاهش قیمت مسکن بیان کرد و گفت: هم‌اکنون قیمت‌های

دلار دیگر بالا نمی‌رود اما مسکن ظرفیت دارد

رابطه قیمت مسکن با دلار چیست؟

این کارشناس اقتصاد مسکن در پاسخ به این سوال که بعضی می‌گویند با کاهش قیمت دلار، قیمت مسکن نیز پایین می‌آید و در مقابل، عده‌ای می‌گویند هم‌اکنون سرمایه‌ها به سمت مسکن می‌آید و قیمت‌ها بالا می‌رود تصریح کرد: هر دو این نظریه‌ها به نوعی درست است. اگر دلار روی ۸۰۰۰ تومان بایستد در بخش مسکن هنوز ظرفیت جذب خواهد بود و رشد خواهد داشت و این رشد تا شش ماهه اول سال آینده ادامه پیدا می‌کند.

ستاریان ادامه داد: احتمال دیگر این‌که دلار از ۵۰۰۰ تومان پایین‌تر بیاید که در آن صورت تأثیرش در مسکن به صورت رکود خود را نشان می‌دهد.

وی با بیان این‌که مسکن به نسبت دلار و سکه افزایش چندانی نداشته است، گفت: رشد قیمت ملک ۷۰درصدی بوده در حالی که در بازار ارز جهش ۲۷۵درصدی داشتیم، بنابراین مسکن با توجه به ماهیت

دیرپذیر بودن باید خود را با قیمت ارز هماهنگ کند که این اتفاق در آینده رخ می‌دهد.

این کارشناس اقتصاد مسکن درباره پیش‌بینی از آینده قیمت دلار

فرصت امروز: این روزها با کاهش قیمت دلار این سوال برای مردم پیش آمده که آینده قیمت مسکن چه می‌شود؟ از ابتدای سال گذشته تاکنون قیمت دلار ۲۷۵درصد رشد کرده، در حالی که رشد قیمت مسکن ۷۴درصد بوده است، بنابراین این پرسش در ذهن شهروندان شکل گرفته که آیا قرار است مسکن این فاصله قیمتی را پر کند؟ به گفته کارشناسان، رابطه ارز و مسکن دوگانه است؛ به این صورت که بازار ارز هم تأثیر منفی و هم تأثیر مثبت بر بازار مسکن می‌گذارد. از یک سو، دلار به عنوان رقیب مسکن، وقتی که برای سرمایه‌گذاران جذاب می‌شود طبیعتاً اقبال به مسکن کاهش می‌یابد؛ زیرا مسکن کالایی است که تغییرات کندی دارد، بنابراین سرمایه‌گذاران در کوتاه‌مدت تمایل دارند به سمت دلار، طلا و بورس بروند، اما از دیگر سو، افزایش دلار علامتی می‌دهد که ارزش ریال درحال کاهش است، انتظارات تورمی بالاست و در چنین شرایطی بخشی از توجهات برای حفظ ارزش خرید سرمایه‌های قبلی خانوار به سمت مسکن می‌رود. از این دریچه می‌توان گفت که افزایش قیمت دلار با افزایش قیمت مسکن همبستگی مثبتی دارد. مضافاً این‌که نهاده‌های تولید مسکن مثل مصالح فلزی و اقلام وارداتی متاثر از نرخ دلار هستند که آنهم تأثیر مثبت در قیمت مسکن دارد، بنابراین رابطه ارز و مسکن به این شکل است که در کوتاه‌مدت که شیب افزایش قیمت دلار بالاست، مسکن نمی‌تواند همپای آن جلو برود ولی در طولانی مدت، خود را با آن تطبیق می‌دهد.

نرخ خانه‌های مسکونی ۳۰درصد کاهش یافت

اما این روزها که قیمت دلار در بازار کاهش پیدا کرده است، اثرات آن در بازارهای طلا، خودرو، موبایل و… مشاهده شد و حالا به نظر می‌رسد که این دومینوی شکست قیمت‌ها به بازار مسکن رسیده و به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، زمینه‌ساز کاهش ۳۰درصدی قیمت مسکن شده است.

در همین ارتباط، حمید عزیزی عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان گفت: در روزهای اخیر اتفاق مبارکی در حال رخ دادن است و نرخ ارز در سراسیمیی سقوط قرار گرفته، کاهش نرخ ارز باید بسیار زودتر اتفاق می‌افتاد و افزایش قیمت‌ها در بازار بسیار کاذب بود.

او با بیان اینکه امیدواریم سقوط نرخ دلار و افزایش ارزش پول ملی همچنان ادامه داشته باشد، گفت: دولت به واسطه برخی اقدامات باید از افزایش نرخ ارز در بازار و کاهش ارزش پول ملی جلوگیری کند و اجازه ندهد سیر صعودی و روند گذشته تکرار شود.

وی با اشاره به اینکه در شرایط فعلی کاهش نرخ ارز بر روند کاهش قیمت خودرو، کالاها و مسکن اثرگذار است، ادامه داد: از ابتدا اعلام شده بود که مردم فریب شرایط بازار را نخورند، امیدواریم با روند فعلی بازار تثبیت شود.

یک کارشناس اقتصاد مسکن با بیان این‌که نه تنها دولت ایران بلکه دشمنان هم تمایل ندارند قیمت دلار در ایران بالا برود، گفت معتقدم نرخ دلار روی عدد ۱۰ تا ۱۱ هزار تومان تثبیت می‌شود و ظرفیت برای رونق بخش مسکن به وجود می‌آید.

بیت‌الله ستاریان در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: براساس مطالعات، نرخ واقعی دلار در ایران باید ۸۵۰۰ تا ۹۰۰۰ تومان باشد، بنابراین هم‌اکنون دارای حباب است و طبیعتاً باید تخلیه شود. این موضوع هم فقط خواست دولت ایران نیست بلکه دولت‌های متخاصم هم چندان تمایل ندارند قیمت دلار در ایران بالا باشد؛ زیرا بالا بودن نرخ ارز برای درازمدت به نفع ایران خواهد بود.

وی افزود: بازارهای ارز و طلا به عنوان دو بازار موازی همواره در نوسانات اقتصاد کلان به صورت کوتاه مدت سرمایه‌ها را به سمت خود

می‌کشند و بعد از تخلیه این بازارها سرمایه‌ها وارد مسکن می‌شود. دلار و سکه در دوره‌ای که جذاب هستند به صورت کوتاه مدت منابعی را به سمت خود جذب می‌کنند و بعد با ارزش افزوده‌ای به بخش مسکن می‌رود.

یادداشت

نگاهی به حال و آینده نرخ دلار

هادی حق شناس
تخلیگر اقتصادی

قیمت واقعی دلار که متأثر از متغیرهای بنیادی اقتصادی است، کمتر از ۱۰ هزار تومان است. افزایش قیمت دلار تا محدوده ۲۰ هزار تومان در بازار داخلی متأثر از متغیرهای غیراقتصادی مثل مولفه‌های سیاسی، جو روانی و تحریم یکجانبه آمریکا بود و از همه این‌ها مهم‌تر، تعلل بانک مرکزی در مورد دخالت در بازار ارز هم مطرح است که در نهایت باعث شد قیمت ارز به شکل غیرواقعی در هفته‌های گذشته رشد کند.

در هفته‌ای که گذشت، برآیند رخدادهایی منجر به کاهش نرخ ارز شد. رخداد اول انرژی خروجی مثبت جلسه شورای امنیت و به طور مشخص مخالفت همه اعضای شورای امنیت با مواضع آمریکا در خصوص برجام بود. رخداد دوم، بیانیه ۴+۱ در حمایت از برجام بود که در نیویورک صادر شد. رخداد سوم، ایجاد کانال مالی برای خرید نفت ایران از سوی ۲۸ کشور اتحادیه اروپا و امکان معامله یورویی در اتحادیه اروپا برای ایران بود و رخداد چهارم را باید دخالت بانک مرکزی در بازار ارز در نظر گرفت. برآیند این چهار اتفاق در نهایت منجر به سقوط نرخ ارز شد.

روند سقوط نرخ ارز قابل تداوم است اما به شرطی که چهار مولفه موثر در کاهش قیمت ارز در اقتصاد ایران در مسیر درست هدایت شود. نکته دیگر جو روانی در فضای مجازی ایران است. در هفته جاری این موضوع که قیمت دلار واقعی نیست بیش از گذشته مورد توجه قرار گرفت بنابراین می‌توان این فضا را در کمک بخش واقعی اقتصاد در هفته جاری در نظر گرفت.

به نظر می‌رسد نوسانات نرخ ارز تا ۱۳ آبان که تحریم‌های رسمی و اسمی آمریکا آغاز می‌شود ادامه پیدا کند. پس از این زمان به طور حتم شاهد واقعی‌تر شدن قیمت ارز براساس متغیرهای واقعی خواهیم بود. به نظر من کسی نباید انتظار افزایش قیمت ارز را داشته باشد مگر اینکه مولفه‌های سیاسی اثرگذار مجدداً فعال شود. اکنون با توجه موضع‌گیری قاطعانه اتحادیه اروپا از یک سو و چین و روسیه از سوی دیگر و البته اجلاس شورای امنیت که نتیجه‌ای برای آمریکا در پی نداشته، بعید است که فضای سیاسی تندتر شود.

دریچه

دیگر شاهد قیمت‌های بالای دلار نخواهیم بود

بازار ارز به بانک مرکزی خط می‌دهد

شدت گرفتن نوسانات بازار ارز در چند ماه گذشته موجب نگرانی فعالان اقتصادی شده، چون به اعتقاد آنان، دورنمای بازار و ادامه کسب‌وکار را با ابهاماتی روبه‌رو کرده است. به گفته آنان، بخشی از فرآیند افزایش نرخ ارز در ماه‌های گذشته مربوط به سیاست‌های اقتصاد کلان و بخشی هم به هیجانات و بخشی هم مربوط به بحث‌های بین‌المللی بوده است که ضرورت دارد با تدبیر حاکمیت و دولت، ثبات نسبی در آن ایجاد شود.

به گزارش ایسنا، البته رئیس سازمان توسعه تجارت معتقد است با توجه به این که نرخ ارز تأمین شده برای واردات، ارز ۴۲۰۰ تومانی یا ارز نیمایی بوده، نه ارز کوچک و مخیابان‌های فردوسی که نوسان داشته باشد؛ بنابراین دورنمای تجارت و کسب‌وکار هم تغییری نکرده است.

بازار ارز، هفته گذشته را با کاهش جدی قیمت شروع کرد، اما شرایط هنوز به گونه‌ای نیست که بتوان با قاطعیت گفت وضعیت قیمت‌ها به حالت باثبات رسیده است. در این زمینه عدنان موسی‌پور، رئیس کمیسیون توسعه صادرات اتاق بازرگانی ایران گفت: مدت‌ها پیش زمانی که دلار ۳۷۰۰ تا ۳۸۰۰ تومان بود طی مذاکرات با دولت، پیشینه‌ها دادیم که به شکل مدیریت شده ۱۰ درصد (حدود ۳۰۰ تا ۴۰۰ تومان) اجازه رشد دلار را بدهد تا دلار هم با نرخ واقعی حرکت کند، اما دولت راضی به انجام این کار نشده، در حالی که الان با رشد ۱۰۰ تا ۲۰۰ درصدی نرخ ارز مواجه شده است.

وی افزود: همان عواملی که باعث افزایش نرخ ارز شدند، متأسفانه هنوز هم بعضاً باقی هستند. شاید مهم‌ترین دلیل آن برخلاف آنچه که افزایش تقاضا برای واردات و عدم بازگشت ارز صادراتی اعلام می‌شود، بی‌اعتمادی مردم به شرایط اقتصادی است که سبب شد برای حفظ سرمایه‌های خود به خرید ارز روی بیاورند و نرخ دلار افزایش اینچنینی را تجربه کند.

این عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران با تأکید بر این که هیچ‌گاه تصور نمی‌شد قیمت دلار به ۱۷ هزار تومان برسد، گفت: امیدواریم قیمت دلار در یک نرخ پایین تثبیت شود.

وی همچنین علت نوسانات قیمت ارز را عدم اعتماد مردم به مکانیزم‌های اقتصادی کشور دانست و گفت: مشکلی که بانک مرکزی با آن مواجه شده این است که مرجعیت خود را از دست داده است. زمانی صحبت‌های رئیس بانک مرکزی مبنایی برای افزایش یا کاهش قیمت ارز بود اما اکنون این بازار است که به بانک مرکزی خط می‌دهد.

موسی‌پور افزود: اولین کاری که دولت باید به آن بپردازد، اعاده اعتبار بانک مرکزی است تا بتواند خط و خطوط مدیریت شناسان بازار ارز را حاکم کند.

رئیس کمیسیون توسعه صادرات اتاق بازرگانی ایران در رابطه با پیش‌بینی آینده بازار ارز و دلار گفت: پیش‌بینی آینده بازار در حال حاضر بسیار سخت است. اتفاقاً یکی از ایراداتی که در حال حاضر به اقتصاد وارد است، این است که بازار کاملاً غیرقابل پیش‌بینی شده و واقعاً کسی نمی‌داند هفته آینده چه اتفاقی خواهد افتاد. دولت هم به طور مرتب بخشنامه صادر می‌کند که معلوم نیست نتایج آن موجب رونق صادرات می‌شود یا مانع آن.

وی در پایان خاطرنشان کرد: با همه این اوصاف به نظر می‌رسد وضعیت بازار ارز در آینده هم متفاوت از این چند روز اخیر که نرخ‌ها با کاهش شدید مواجه شد، نباشد و این نکته امیدوارکننده‌ای است.



به گزارش ایرنا، عبدالناصر همتی در تشریح اهداف خود از سفر به مسکو گفت: در حال حاضر ۲۵ درصد از مبادلات میان دو کشور بر مبنای پول ملی صورت می‌گیرد که رقم کمی است و ما به دنبال آن هستیم این رقم را بالا ببریم و به تدریج دلار و بقیه ارزها را از روابط تجاری خود حذف کنیم.

وی ادامه داد: ایران و روسیه در تهران توافق کردند که حجم تجارت خود را افزایش دهند و برای تحقق این امر نیاز به پشتیبانی سیستم بانکی دو کشور است که با توجه به اظهارات رئیس بانک مرکزی روسیه، هیچ مانعی برای گسترش و توسعه روابط بانکی میان تهران و مسکو وجود ندارد. همتی ادامه داد: سفر من بعد از مذاکرات و توافقات خوب روسای جمهوری ایران و روسیه در تهران صورت گرفته است چرا که در آن نشست مقرر شد روسای بانک مرکزی دو کشور برای تسهیل روابط مالی دوجانبه در حوزه بانکی با یکدیگر دیدار کنند.

وی نشست خود با رئیس بانک مرکزی روسیه را مثبت ارزیابی کرد و ادامه داد: جلسه خوبی با رئیس بانک مرکزی روسیه داشتم و برای توسعه همکاری‌های بانکی نقشه راهی ترسیم شده است.

به گفته رئیس کل بانک مرکزی ایران، براساس این نقشه راه، روابط کارگزاری میان بانک‌های مرکزی ایران و روسیه گسترش خواهد یافت و مبادله براساس پول ملی نیز مورد تأکید قرار گرفته است.

وی افزود: معاونان بانک‌های مرکزی دو کشور نقشه راه را به صورت عملیاتی پیگیری خواهند کرد تا در آینده نزدیک بتوانیم شاهد گسترش روزافزون روابط بانکی باشیم و در پی آن روابط تجاری را توسعه دهیم. همتی این را هم گفت که حجم مبادلات تجاری ایران و روسیه به عنوان دو همسایه مهم در منطقه ناچیز است با این وجود دو کشور خواهان افزایش سطح همکاری‌های تجاری هستند و ولادیمیر پوتین رئیس جمهوری روسیه اراده جدی در این خصوص دارد. رئیس کل بانک مرکزی ایران اشاره‌ای هم به تحریم‌های آمریکا علیه روسیه و ایران کرد و گفت: در حالی که آمریکا تهران و مسکو را تحریم می‌کند شرایطی وجود دارد تا روابط خود را براساس دوجانبه گسترش دهیم و بر فشارها چیره شویم.

به علاوه در اواسط ماه سپتامبر، سخنگوی وزارت دارایی آلمان به نشریه پلتيکو اطلاع داد برلین، پاریس و لندن در حال کار بر روی باز نگه داشتن کانال‌های پرداخت با ایران هستند. این کانال که به مثابه جایگزینی برای سوئیفت عمل خواهد کرد، امکان انجام تراکنش‌های مالی غیردلاری با ایران را فراهم خواهد کرد.

ترکیه

تصمیم ترکیه به فاصله گرفتن از دلار دلایلی سیاسی و اقتصادی دارد. موضع ترامپ در اعمال تعرفه بر واردات فولاد و آلومینیوم ترکیه و کاهش ۴۰ درصدی ارزش لیر در برابر دلار از ابتدای سال جاری میلادی، تداوم اختلاف نظر بین واشنگتن و آنکارا بر سر سیاست‌های اتخاذشده درخصوص سوریه و تلاش ترکیه برای استرداد فتح الله گولن- رهبر مخالفان ترکیه از جمله این دلایل است.

اردوغان روز دوم سپتامبر گفته بود ترکیه به دنبال تجارت غیردلاری با دیگر کشورها است و نظام تک‌قطبی دلار باید پایان یابد.

ونزوئلا

این کشور واقع شده در آمریکای لاتین از سال ۲۰۱۷، دلار را از نظام تجاری نفتی خود کنار گذاشت. نیکلاس مادورو- رئیس جمهور ونزوئلا در سپتامبر سال ۲۰۱۷ گفته بود دولت به دنبال برقراری یک سیستم جدید در پرداخت‌های بین‌المللی و آزاد کردن کشورش از سلطه دلار است.

چین

چین در تلاش برای جهانی‌سازی یوان است که از اکتبر ۲۰۱۶ به عنوان ششمین ارز جهانی پذیرفته شد. این کشور در دوره زمامداری شی جین پینگ- رئیس جمهور فعلی- گام‌های زیادی برای تقویت جایگاه یوان برداشته است. انباشت طلا و معرفی قراردادهای خرید نفت بر حسب یوان از جمله این اقدامات است.

ایران و روسیه به دنبال حذف دلار

رئیس کل بانک مرکزی ایران نیز پس از دیدار با همتای روس خود اعلام کرد، ایران و روسیه تأکید جدی بر مبادله براساس پول ملی دارند و باید به تدریج دلار و بقیه ارزها را از روابط تجاری خود حذف کنند.

ارز مسافرتی ۱۰هزار تومان می‌شود؟

فروش ارز مسافرتی اقدام کرده که البته در ابتدا هم قیمت بازار آزاد بود و در زمانی که یورو در بازار آزاد به ۲۰ هزار تومان رسید، بانک‌ها ارز مسافرتی را تا ۱۹ هزار تومان هم می‌فروختند، اما در روزهای گذشته با ریزش قیمت ارز در بازار آزاد قیمت ارز مسافرتی در بانک‌ها نیز به شدت کاهش یافت و تا ۱۲ هزار تومان هم پیش رفت. در عین حال که اکنون بانک‌ها دلار را تا کمتر از ۱۰ هزار تومان خریداری می‌کنند. با توجه به شرایط جدیدی که برای معاملات صرافی‌ها و نرخ‌گذاری ارز در بانک و صرافی ایجاد شده است، باید منتظر کاهش نرخ ارز مسافرتی بود، اما این موضوع قابل توجه است که آیا صرافی‌ها می‌توانند در رقابت با نرخ‌های بالاتر بازار، دلار را از مردم تا ۱۰ هزار تومان خریداری کرده و با این نرخ بفروشند؟

از سوی خریدار ندارد. بعد از اعلام این بخشنامه سایر خبرها از این حکایت داشت که کانون صرافان به این صنف اعلام کرده است که باید دلار را در محدوده ۱۰ هزار تومان قیمت‌گذاری کرده و در صورت خرید با این نرخ آن را به فروش برسانند. در روز چهارشنبه هفته گذشته یعنی همزمان با ابلاغ دستورالعمل بانک مرکزی برای معاملات آزاد صرافی‌ها، مشاهدات میدانی از این حکایت داشت که برخی صرافی‌ها روی تابلوهای خود نرخ ۱۰ هزار تومان را برای دلار ثبت کرده‌اند. پرس و جو از این صرافی‌ها از این حکایت داشت که قرار است از هفته آینده ارز خریداری می‌شود بنابراین روند جهشی غیرمنطقی داشتیم که دلار را به آن حد رساند. وی با اشاره به این که در سامانه نیما تقاضا برای دلار با ۸۰۰۰ تومان شروع شد و بعد تا ۱۰ هزار تومان هم پیش رفت، گفت: پیش‌بینی این بود که قیمت دلار حداکثر در محدوده بازار ثانویه به تعادل برسد، لذا با توجه به کاهش التهابات و جو روانی، روند

پیش‌بینی نایبرئیس اتاق بازرگانی

قیمت دلار آزاد و ثانویه یکسان می‌شود

و وضعیت اقتصاد کلان کشور، نرخ ۳۷۰۰ تومان برای دلار واقعی نبود، قطعاً ۱۸ هزار تومان هم نرخ واقعی این ارز نیست؛ لذا بیشترین دلیل افزایش قیمت ناگهانی دلار، عوامل غیراقتصادی، روانی و هجوم برای خرید دلار بود که منجر به نگهداری دلارهای خانگی و در واقع افزایش تقاضای بی‌مورد شد، بنابراین روند جهشی غیرمنطقی داشتیم که دلار را به آن حد رساند. وی با اشاره به این که در سامانه نیما تقاضا برای دلار با ۸۰۰۰ تومان شروع شد و بعد تا ۱۰ هزار تومان هم پیش رفت، گفت: پیش‌بینی این بود که قیمت دلار حداکثر در محدوده بازار ثانویه به تعادل برسد، لذا با توجه به کاهش التهابات و جو روانی، روند

نایبرئیس اتاق بازرگانی ایران تصریح کرد: همه عوامل تأثیرگذار در کاهش نزولی قیمت دلار مستلزم این است که بانک مرکزی و دولت از تصمیم‌گیری ناگهانی و غیرمرتبط پرهیز کنند.

نگاه

پیشنهاد یک اقتصاددان برای تداوم کاهش نرخ دلار

سمت و سوی دلار

یک اقتصاددان با بیان اینکه شکست حباب دلار دور از انتظار نبود، گفت اگر به نرخ برابری ارز بین کشورها نگاهی بیندازیم، میانگین نرخ واقعی دلار تا ۱۰ هزار تومان است، بنابراین این انتظار وجود داشت که قیمت حبابی دلار در این روزها بشکند. فرشید سلیمی در گفت‌وگو با اشاره به سقوط قیمت دلار در بازار گفت: شاید به عقیده بسیاری، قیمت ارز در بازار آزاد و توسط دلان تعیین می‌شود، ولی نباید این موضوع را نادیده گرفت که ۹۰ درصد سیاست‌گذاری بازار ارز در اختیار بانک مرکزی و فقط ۱۰ درصد، سهم بازار آزاد و دلای است، بنابراین قابل قبول نیست که عامل اصلی آشفته‌گی بازار را تنها تقاضای مردم و دلان ارزی در نظر گرفت، بلکه دولت و بانک مرکزی به‌عنوان مدیران ارزی می‌توانستند با تزریق ارز به بازار آشفته، از افزایش و ایجاد حباب ارزی جلوگیری کنند. وی با اشاره به دلایل کاهش نرخ دلار ادامه داد: دلایلی از جمله حکم دادگاه لاهه به نفع ایران در خصوص خروج آمریکا از توافق هسته‌ای، احتمال تصویب لایحه اف‌ای. تی اف (مبارزه با پولشویی) در مجلس، توافقات مثبت ایران با اروپا برای تسهیل در تجارت با ایران، افزایش اختیارات بانک مرکزی جهت مدیریت بازار ارز که با تزریق ارز به بازار در روزهای اخیر مواجه شد، منجر به ایجاد شوک و جو روانی در بازار شد و مردم نیز به‌خاطر ترس از ضررهای بیشتر از خرید ارز ممانعت کردند و اقدام به فروش ارز نیز کردند که همین عامل به کاهش قیمت و نزدیک شدن به قیمت واقعی آن که در حدود ۸ تا ۱۰ هزار تومان است، کمک کرد.

این استاد دانشگاه با اشاره به متضرر شدن برخی افراد در نتیجه نوسان قیمت دلار گفت: قطعاً افرادی که به‌شکل مستقیم در بازار ارز و طلا سرمایه‌گذاری کرده بودند، بیشترین ضرر را از کاهش قیمت ارز دیدند، هرچند که این کاهش قیمت به نفع همه اقشار جامعه است، از طرفی با افزایش قیمت‌ها از جمله مسکن، لوازم خانگی و خودرو ۸۰ درصد مردم دچار مشکلات اقتصادی شدند که سال‌ها تاثیر خود را خواهد داشت مگر آنکه دولت با سیاست‌هایی اقدام به افزایش عرضه کالاها کند و قیمت‌های افزایشی را کنترل و کاهش دهد که با نگاهی به روند افزایشی در سال‌های قبل و عدم بازگشت به قیمت قبلی، کمی سخت و غیرممکن به‌نظر می‌رسد. سلیمی با ارائه پیشنهادی برای ثبات وضعیت بازار گفت: دولت و ملت باید در کنار یکدیگر باشند. مهمترین عامل مدیریت بازار در مرحله اول، دولت است، ولی مردم می‌توانند در شرایط بحرانی و سخت‌ترین تاثیر را در مقابل سیاست‌های دولت و آشفته‌گی بازار داشته باشند.

وی ادامه داد: با نگاهی به پیشینه کشورهای توسعه‌یافته قابل مشاهده است که در صورت افزایش قیمت‌های ناگهانی و غیرمنتظره، خود مردم با کاهش تقاضا و عدم خرید، عامل اصلی در برگرداندن تعادل به بازار و کاهش قیمت هستند. متأسفانه در کشور ایران هنگام وقوع سیاست‌های غیرمنتظره و افزایش قیمت، مردم به‌جای کاهش تقاضا، تقاضای خود را افزایش می‌دهند که این عامل به افزایش قیمت منجر می‌شود، بنابراین توسعه و توجه به بخش فرهنگی در کشور می‌تواند در نوع اتخاذ تصمیمات مردم مفید باشد.



به بورس استفاده کنند، معتقد است: با آرام شدن فضای نوسانی در بازار ارز، یکی از بازارهای متشکل و نقدشونده، بورس است؛ چرا که یک عده از بازار ارز مایوس می‌شوند و بورس را گزینه‌ای بهتر برای سرمایه‌گذاری می‌بینند.

فردین آقازری در این باره اعتقاد دارد که از آنجایی که بورس در شش ماه اخیر به هیچ وجه به اندازه بازار ارز، سکه و طلا رشد نکرده، با آرام شدن بازار ارز همچنان سودده خواهد ماند.

امسال چه تعداد کد بورسی ثبت شد؟

همچنین از ابتدای سال ۱۳۹۷ به علت رشد قیمت دلار، شرکت‌های بورسی که عمدتاً صادرات‌محور هستند با افزایش قیمت سهام‌شان رو به رو شدند و شاخص بورس توانست بارها رکوردشکنی کند و حتی در مقطعی به کانال تاریخی ۲۰۰ هزار واحدی نزدیک شود.

این اتفاق باعث شد بسیاری از افراد با اطلاع از رشد شاخص بورس طی شش ماه ابتدایی سال جاری برای گرفتن کد بورسی به کارگزاری‌ها بروند. طبق آمارهای شرکت سپرده‌گذاری مرکزی و تسویه وجوه در نیمه نخست سال ۱۳۹۷ تعداد ۵۳۴ هزار کد بورسی جدید به ثبت رسیده اما در نیمه اول سال ۱۳۹۶ تعداد کدهای بورسی به ثبت رسیده، ۲۱۸ هزار کد بوده است. در واقع، روند رشد قیمت‌ها در نیمه نخست امسال باعث شده تعداد بیشتری برای دریافت کد بورسی اقدام کنند؛ به طوری که تعداد کدهای بورسی ثبت‌شده در این مدت بیش از دو برابر مدت مشابه سال گذشته بوده است.

همچنین در مرداد و شهریور سال ۱۳۹۶ تعداد ۶۰ هزار کد معاملاتی جدید صادر شد، در حالی که در مدت مشابه امسال این رقم در دو ماه پایانی تابستان به ۱۴۲ هزار کد رسید که از این آمار ۸۰ هزار کد صادر شده مربوط به شهرورماه است.

در ماه‌های گذشته سهام شرکت‌های بورسی که محصولات‌شان صادر می‌شد با افزایش قیمت مواجه شد و قیمت تعدادی از سهام‌ها حتی تا سه برابر هم افزایش یافت، چرا که با صادرات این محصولات دلار یا یورو عاید این شرکت‌های صادرات‌محور می‌شود و با افزایش قیمت این ارزها سود شرکت‌ها (به ریال) افزایش می‌یابد.

در ماه‌های گذشته بیش از هر روز دیگری بورس شاهد افزایش صف‌های خرید پایدار بود. این افزایش خریدها سبب شده بود تقاضا بر عرضه پیشی بگیرد و قیمت‌ها روند صعودی را طی کند.

محصولات شیمیایی باارزش‌ترین گروه بورس

اما براساس اطلاعات منتشرشده از سوی بورس تهران، گروه محصولات شیمیایی با در اختیار داشتن ۲۸ شرکت و ارزش بازار یک

بورس تهران در شش ماه گذشته توانست حدود ۱۰۰ درصد سود عاید سهامداران کند، شاخص کل نیز در این فاصله زمانی تقریباً دو برابر شده و شرکت‌های پالایشی، پتروشیمی، فلزات اساسی و نفتی بیشترین سود را به سهامداران‌شان داده‌اند. به همین خاطر، کارشناسان معتقدند که دلار مهم‌ترین بازیگر بازار سرمایه بوده و رشد قیمت دلار در ماه‌های گذشته دلیل اصلی رکوردشکنی‌های بازار سرمایه بوده است.

اما از سوی دیگر، در حالی که این روزها کاهش قیمت‌ها در بازار ارز شرایطی را ایجاد کرده که بسیاری از مردم اقدام به فروش ارز خود کرده و زمینه برای جذب این نقدینگی در بازار بورس فراهم شود، ولی همزمان افت قیمت‌ها در بازار بورس سبب شده که مردم تمایلی به سرمایه‌گذاری در این بازار از خود نشان ندهند؛ فرصتی که بسیاری معتقدند می‌توانست کاملاً به نفع بورس باشد ولی این سازمان گویا قدر آن را نمی‌داند. به گزارش ایسنا، بیش از نیمی از شرکت‌ها در بورس ایران صادرات‌محور هستند و در نتیجه طبیعی به نظر می‌رسد که با افزایش قیمت ارز، بازار بورس مثبت و با کاهش قیمت آن، بازار بورس نیز منفی شود و به همین دلیل در این روزها با کاهش قیمت ارز شاهد صف‌های فروش سهام هستیم.

در این راستا بسیاری معتقدند که بازار بورس می‌بایست از شرایط به‌وجود آمده در بازار ارز و کاهش قیمت‌ها در آن که منجر به خروج نقدینگی از آن می‌شود، نهایت استفاده را برده و با اعمال سیاست‌های درست اقدام به جذب نقدینگی می‌کند، ولی ریزش همزمان شاخص بورس در این روزها باعث شده که مردم تمایلی به سرمایه‌گذاری در این بازار از خود نشان ندهند.

در این مورد یک کارشناس بازار سرمایه با اشاره به فراز و فرود قیمت‌ها در تاریخ بورس اظهار کرد: ما باید بدانیم که بورس یک بازار پرریسک است و بالا یا پایین رفتن قیمت‌ها در آن امری عادی است؛ در نتیجه نباید با بالا و پایین رفتن قیمت‌ها هیجانی شد، اما متأسفانه افت شاخص بورس در چند روز اخیر هم‌زمان با افت شدید قیمت دلار در بازار آزاد عجیب به نظر می‌رسد، چرا که هیچ یک از شرکت‌های بورسی با دلار آزاد محصولات‌شان را تولید نمی‌کنند. رضوی امیری افزود: به نظر من بازیگران بزرگ بورس می‌بایست کاهش قیمت ارز در بازار را به فال نیک می‌گرفتند و با خرید سهام باعث تشویق کسانی که از بازار ارز خارج شده‌اند، می‌شدند و با رفتار خود سرمایه آن‌ها را به بازار سهام جذب می‌کردند که متأسفانه چنین اتفاقی نیفتاد.

یکی دیگر از کارشناسان بازار سرمایه نیز درباره این سوال که چطور مسئولان بازار سهام می‌توانند از کاهش قیمت ارز به نفع ورود نقدینگی

فراخوان عمومی شناسایی و جذب سرمایه گذار در احداث جایگاههای کوچک عرضه سوخت



سازمان سرمایه گذاری و مشارکتهای مردمی شهرداری بندرعباس در نظر دارد به نیابت از شهرداری بندر عباس اقدام به برگزاری فراخوان سرمایه گذاری در طراحی، ساخت و بهره‌برداری از جایگاههای کوچک عرضه سوخت شهری در محل های ذیل به روش **bol** نماید که در این فراخوان هزینه طراحی و تامین و نصب تجهیزات و ساخت و تجهیز تا مرحله اتمام و بهره برداری و اجاره محل بعنوان آورده شرک سرمایه گذار و تامین زمین و مجوز بهره برداری از آن بعنوان آورده شهرداری می باشد. لذا از متقاضیان دعوت بعمل می آید تا توجه به موارد ذیل، جهت خرید و اخذ اسناد فراخوان شخصاً یا با در دست داشتن معرفی نامه(جهت اشخاص حقوقی) و ارائه رسید و واریز مبلغ ۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب ۰۱۱۱۴۶۴۷۲۰۰۵ بانک صادرات به نام سازمان سرمایه گذاری و مشارکتهای مردمی شهرداری بندرعباس به محل سازمان واقع در بندرعباس - بلوار امام خمینی ترسیده به پمپ بنزین بلال ساختمان اورست - طبقه دوم - واحد حقوقی و امور قراردادهای مراجعه نمایند. تلفن: ۳۳۲۰۳۵۲ کد پستی: ۷۹۱۹۶۹۵۰۷

((متقاضیان می توانند جهت تهیه و خرید اسناد فراخوان و مشخصات از تاریخ ۹۷/۷/۱۴ لغایت ۹۷/۷/۲۸ ساعات اداری با رایبه رسید مراجعه نمایند))

۱- مبلغ تضمین شرکت در فراخوان ۱۴/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (به حروف پانزده میلیارد ریال) می‌باشد که باید بصورت نقدی به حساب سپرده شماره ۱۰۰۸۰۷۶۰۱۱۱۵ نزد بانک صادرات بنام سازمان سرمایه گذاری و مشارکتهای مردمی شهرداری بندر عباس واریز یا بصورت ضمانتنامه معتبر بانکی سه ماهه و قابل تمدید به مدت حداقل سه ماه دیگر به در وجه سازمان تودیع گردد(چک تضمین شده یا اسناد مطالبات قابل قبول کمیسیون نمی باشد)

۲- هزینه نشر آگهی و دستمزد کارشناسی پروژه به‌عهده برنده فراخوان می باشد.

۳- چنانچه بردگان اول، دوم و سوم حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب اولویت به نفع صندوق سازمان ضبط خواهد شد.

۴- سازمان در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است در اینصورت سپرده ها مسترد خواهند شد.

۵- پیشنهاد دهندگان بایستی تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخه ۹۷/۸/۵ پیشنهاد خود را که از حیث مبلغ مشخص، معین و بدون ابهام بوده در پاکتهای مربوطه بصورت لاک مهر شده در قبال اخذ رسید تحویل دبیرخانه سازمان نمایند.

۶- شرکت در فراخوان و دادن پیشنهاد بمنزله قبول شروط و تکالیف موضوع ماده ۱۰ آیین نامه مالی شهرداری تهران می باشد.

۷- پیشنهادات رسیده ساعت ۱۰ صبح روز دو شنبه مورخه ۹۷/۸/۷ در کمیسیون عالی معاملات باز گشایی و قرالت میشود (حضور شرکت کنندگان در روز برگزاری کمیسیون مجاز میباشد. بدیهی است عدم حضور مانع از تشکیل یا تصمیم گیری کمیسیون نخواهد بود.

۸- این آگهی برابر آیین نامه معاملات جدید شهرداری تهران میباشد و صرفاً یک نوبت منتشر میگردد.

۹- شرکت کنندگان می بایست نسبت به اثبات توانمندی خویش بر انجام پروژه حاضر با کسب حداقل ۷۰ امتیاز از ۱۰۰ امتیاز مربوط به جدول ارزیابی کمی و کیفی را کسب نمایند و پس از احراز توانمندی و کسب امتیاز لازم شهرداری پیشنهادات واصله را بررسی و شریک واجد شرایط را انتخاب خواهد نمود

۱۰- پیشنهادات می بایست از حیث میزان سرمایه گذاری مدت زمان بهره برداری و آماده سازی و تجهیز پروژه مشخص و معین باشد

۱۱- سایر شرایط و مشخصات در اسناد فراخوان مندرج و متقاضیان باید یک نسخه از آن را دریافت و با قید قبولی امضا و به پیشنهاد خود ضمیمه و تسلیم نمایند.

ردیف	آدرس	ردیف	آدرس
۱	بلوار امام خمینی - روبروی ساختمان شیلات	۲	بلوار امام خمینی - روبروی ساختمان آبفا
۳	بلوار امام خمینی - روبروی منابع طبیعی	۴	جایگاه شهید باصره - بلوار راه آهن ضلع غربی
۵	بلوار ساحلی روبروی ساختمان فنی و حرفه ای	۶	جایگاه نبوت - بلوار امام حسین شهرک نبوت
۷	بلوار غدیر - روبروی محوطه آتش نشانی	۸	بلوار ساحلی - جنب پارک میثم
۹	ضلع شمال شرقی تقاطع جهانپار	۱۰	بلوار امام حسین ضلع - مقابل بلوار جدید الاحداث شهرک توحید
۱۱	جایگاه شهدای دولت - بلوار شهید رجایی ضلع شمالی	۱۲	بلوار امام حسین - با پانه مسافربری
۱۳	بلوار راه آهن - زمین سازمان پسماند	۱۴	میدان شهدا - جنب فضای سبز ضلع شمال غرب میدان

روابط عمومی سازمان سرمایه گذاری و مشارکتهای مردمی شهرداری بندرعباس

سرانجام بورس

وقتی شاخص بورس با سقوط دلار فرو می‌ریزد

چین در خلیج فارس مجوز صید فانوس ماهیان را دارد



مدیرعامل نمایشگاه‌های بین‌المللی گفت چین به عنوان یکی از بزرگ‌ترین طرف‌های تجاری ایران اگرچه طبق قراردادهایی در خلیج فارس مجوز صید فانوس ماهیان را دارد اما به صورت رسمی جزو پنج کشور بزرگ خریدار آبزیان از ایران به شمار می‌آید. به گزارش تسنیم به نقل از روابط عمومی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی، عباس قبادی سرپرست و عضو هیات مدیره شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی در حاشیه سومین نمایشگاه بین‌المللی شیلات، آبزیان و صنایع وابسته اظهار داشت: براساس برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته تا سال ۱۴۰۴ تولید آبزیان در بخش آبزی‌پروری ۲میلیون تن هدف‌گذاری شده است که سه برابر میزان تولید فعلی است. قبادی عنوان کرد: آبزی‌پروری در مناطقی که کشاورزی با تهدید مواجه بوده، توانسته است به عنوان اشتغال جایگزین برای درآمدزایی و حفظ معیشت و تثبیت جمعیت روستایی ایفای نقش کند. وجود بیش از ۱۸۰ هزار هکتار اراضی مستعد پرورش میگو در استان‌های جنوبی و شمال کشور توانمندی بالقوه‌ای برای تولید بیش از ۴۰۰ هزار تن میگو را فراهم آورده است. عضو هیات مدیره شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی با اشاره به اینکه چین ۲۶ میلیون دلار آبزی از ایران خریداری کرده است، ادامه داد: نگاهی به وضعیت تجاری آبزیان در جهان نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۶ بیش از ۱۱۰ میلیارد دلار از این محصولات صادر و همین میزان واردات در جهان انجام شده است. قبادی معتقد است: ایران با دارا بودن منابع انسانی تحصیلکرده شیلاتی، وجود منابع آبی در شمال و جنوب کشور، امکان‌پذیری تولید انواع آبزیان پرورشی در سواحل و زمین‌های مناسب، وجود ناوگان صیادی آب‌های دور و وجود تکنولوژی تولید انحصاری گونه‌های خواباری دریای خزر، نقاط قوت زیادی در تولید آبزیان دارد. او افزود: همچنین وجود بازارهای مستعد و همجوار مانند روسیه، ذائقه تازه‌خوری ماهیان گرمابی در کشور عراق، امکان ورود به تولید سایر آبزیان با توجه به موقعیت جغرافیایی کشور و آب و هوای مناسب و امکان ایجاد خوشه‌های صنعتی برای بالا بردن کارایی و استفاده بهینه از منابع به عنوان فرصت می‌تواند مورد بهره‌برداری قرار گیرد. اگرچه صید بی‌رویه و غیرمجاز، الودگی آب‌ها به ویژه خلیج فارس و عدم دسترسی به بازارهای جهانی به علت مشکلات سیاسی به عنوان تهدید مطرح هستند که باید برای رفع آن چاره‌اندیشی شود.

نگاه مسئولان به تولید گلخانه‌ای است

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس گفت مسئولان تصور می‌کنند همچنان با دیدگاه گلخانه‌ای می‌توان تولید را رونق داد، اما اگر ما می‌خواهیم تولید بهتر و به‌صرفه‌تری داشته باشیم باید علاوه بر سمت عرضه، طرف تقاضا نیز در برنامه‌ریزی‌های حمایت از تولید دید. به گزارش تسنیم، سیدفرید موسوی، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس در نشست هم‌اندیشی مدیران مراکز نمایشگاهی اظهار کرد: مجلس می‌تواند برای حمایت از صنعت نمایشگاهی تمام توان و ظرفیت خود را در اختیار متصدیان این صنعت قرار دهد. وی درباره نقش صنعت نمایشگاهی افزود: صنعت نمایشگاهی جزو حلقه‌های حمایتی از تولید به حساب می‌آید. امروز که اقتصاد ایران با چالش‌های جدی مواجه است، اولویت‌دهی به حمایت از صنعت نمایشگاهی می‌تواند در رشد تولید موثر باشد. یکی از راهکارهای حمایت از تولید به افزایش بازارهای نهایی مربوط می‌شود و بر این اساس است که واحدهای تولیدی بادوام می‌مانند. حال وظیفه بازاریابی و معرفی محصولات، در چرخه تولید برعهده صنعت نمایشگاهی قرار دارد. از نتایج تکنولوژی، به‌روزرسانی ماشین‌آلات، مخاطب‌شناسی، حرکت به سمت استانداردهای جهانی و ... از دیگر وظایفی است که صنعت نمایشگاهی برعهده دارد و تحقق آن‌ها جز از طریق صنعت نمایشگاهی میسر نیست.

موسوی گفت: هرگاه صحبت از تولید و حمایت از آن به میان می‌آید، همان نگرش سنتی به ذهن مسئولان خطور می‌کند و آنها تصور می‌کنند همچنان با دیدگاه گلخانه‌ای می‌توانند رونق تولید را به ارمغان آورند، اما باید توجه داشت اگر ما می‌خواهیم تولید بهتر و به‌صرفه‌تری داشته باشیم، لازم است حمایت‌های جدی‌تر و جدیدتری را برای این بخش در نظر بگیریم. یعنی علاوه بر سمت عرضه، طرف تقاضا نیز باید در برنامه‌ریزی‌های حمایتی از تولید جای داده شود. به گفته وی، تحقق این امر نیز در گروه حمایت از صنعت نمایشگاهی قرار دارد. این صنعت در کشور ما کارنامه قابل‌قبولی دارد، اما هنوز برای رسیدن به استانداردهای جهانی نیاز به حمایت از آن احساس می‌شود. این نماینده تهران در مجلس تاکید کرد: علاوه بر موضوعاتی که ارائه شد، صنعت نمایشگاهی نیاز به آسیب‌شناسی در ابعاد مختلف دارد. امروز انتظار می‌رود مجموعه‌های مختلف در هماهنگی با یکدیگر عمل کنند تا بتوانند با هم‌افزایی، بستر توسعه تولید و صادرات را محقق سازند.

آگهی مزایده اموال منقول نوبت اول

در پرونده کلاسه ۹۷۰۴۹۱ شعبه سوم اجرای احکام مدنی دادگستری قزوین به نیابت از دادگستری شهرستان سلطانیه آقای فرهاد آله وردی محکوم است به پرداخت ۳۵۰۰۰۰۰ ریال در حق خواهان به تنظیم سایر هزینه ها برحق خواهان و نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت محکوم له اقدام به تعریف مال منقود که عبارت است از یک دستگاه خودرو سواری سمند دوگانه سوز به رنگ سفید مدل ۸۹ که به صورت موتور خاموش بازدید شده است و طبق نظر کارشناسی ۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال ارزشی شده است که این اجرا فسد دارد در تاریخ ۱۳۹۷/۰۲/۲۵ روز چهارشنبه رأس ساعت ۱۰:۳۰ در محل اجرای احکام مدنی دادگستری قزوین خودرو فوق الذکر را از طریق مزایده به فروش برساند شرایط مزایده مطالبین و خریداران می‌توانند همه روزه تا پنج روز قبل از مزایده از اول فوق با هماهنگی این اجرا بازدید نمایند. مزایده حضوری بوده و رأس ساعت در محل اعلامی برگزار می‌گردد. گسلی می‌تواند در مزایده شرکت نمایند که اولاً منع قانونی نداشته و در ثانی ۱۰٪ قیمت پیشنهادی خود را نقفاً به همراه داشته باشند. مال مورد مزایده به کسی فروخته می‌شود که بالاترین قیمت را پیشنهاد نماید کسی که در مزایده اختلال نماید مطابق مقررات برخورد می‌گردد. صان مزایده خریداری کسی که بعنوان خریدار مزایده شناخته شد بدون استیفاء به پرداخت ۱۰٪ مبلغ پیشنهادی به صورت نقدی اقدام و سپس حاکم را یک ماه از زمان انجام مزایده مهلت دارد تا ملکی مبلغ مزایده را به حساب سپرده دادگستری واریز نمایند. انتقال سند در اموال غیر منقول و یا تسلیم مال در اموال منقول منوط به واریز بهای مزایده و همچنین تأیید مزایده از سوی دادگاه محترم صان مزایده است. می‌باشد. در صورت عدم تأیید مزایده کلیه مبلغ واریزی مسترد می‌شود. در صورت عدم واریز باقیی مبلغ مزایده در مهلت قانونی و با اعلام انصراف از سوی خریدار ۱۰٪ واریزی پس از کسر هزینه های مزایده به نفع دولت ضبط می‌گردد. شرایط مزایده با رعایت قانون اجرای احکام مدنی می‌باشد.

مدیر دفتر شعبه سوم اجرای احکام مدنی دادگستری قزوین -بیزن عباسی قزوین - خیابان دانشگاه جنب پارک الغدیر -دادگستری کل استان قزوین شهرک

سود ۱۰ هزار تومانی خارجی‌ها از خرید هر کیلو سیب‌زمینی ایرانی!



چون ممکن است قراردادهایی از پیش منعقد و مبلغی هم براساس آن پرداخت شده باشد، یا حتی ممکن است کامیون‌های باری حرکت کرده باشند و در مرز متوجه این ممنوعیت شوند.

وی افزود: بعد از ممنوعیت صادرات گوجه‌فرنگی در مرز، مشکلات زیادی برای هر دو طرف ایرانی و عراقی به وجود آمد. این در حالی است که طبق قانون صادرات و واردات، جنسی که در گمرک است، مشمول تغییر قانون نمی‌شود. حسینی با بیان این که هر اقدام اقتصادی تبعات خاصی به همراه دارد، گفت: اگر اشتغال و ارزآوری مهم باشد، صادرات در اولویت قرار می‌گیرد، اما اگر بازار داخل مهم‌تر باشد شرایط متفاوت می‌شود. دبیرکل اتاق مشترک بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عراق با بیان این که در شرایطی که صادرات بی‌رویه باعث افزایش قیمت در بازار داخلی شود، نسبت به ممنوعیت آن اعتراضی صورت نمی‌گیرد، اظهار کرد: دولت باید طبق شرایط تصمیم بگیرد صادرات یک کالا را کم یا متوقف کند و کشورهای دیگر نمی‌توانند بدون مجوز کالایی را از کشور خارج کنند. وی با اشاره به این که برخورد‌های ناگهانی با مسائل درست نیست، گفت: ایران بارها از کشورهای همسایه انتقاد کرده که چرا بیکاره قوانین و تعرفه‌ها را تغییر می‌دهند اما اینک خودمان به همان شکل اقدام کرده‌ایم که درست نیست.

دبیرکل اتاق مشترک بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عراق با بیان این که می‌توانیم حتی محصولات آب‌بسر را به قیمتی بفرشیم که برای کشور منفعت داشته باشد، گفت: تاجران ما تجارت

به گزارش ایسنا، در روزهای گذشته قیمت برخی محصولات کشاورزی مانند گوجه‌فرنگی و سیب‌زمینی در بازار داخل افزایش چشمگیری داشتند که دلیل آن افزایش صادرات این محصولات عنوان می‌شد، اما نکته قابل توجه در این میان بی‌نصیب ماندن تجار ایرانی از این بازار بود؛ بدین معنا که از این شرایط، هم مصرف‌کننده متضرر شد و هم تاجر ایرانی، چراکه تاجر کشورهای همسایه به طور مستقیم راهی مبادی تولیدشده و از کشاورزان ایرانی خرید می‌کردند.

در این میان، صادرات گوجه‌فرنگی به منظور تنظیم بازار داخلی از سوی وزیر صنعت، معدن و تجارت ممنوع اعلام شد و اکنون نیز زمزمه‌هایی از ممنوعیت صادرات سیب‌زمینی به گوش می‌رسد، اما به گفته برخی فعالان اقتصادی، صدور یک شبه قوانین جدید مشکلات زیادی برای خریداران و فروشندگان این محصولات ایجاد می‌کند و مسئولان باید به منظور تنظیم بازار داخلی و تعادل قیمت از پیش برنامه‌ریزی کنند تا برنامه‌های صادرات هم به هم نریزد.

در این باره حمید حسینی - دبیرکل اتاق مشترک بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عراق - در گفت‌وگو با ایسنا، با تاکید بر این که تصمیمات مسئولان در حوزه اقتصاد نباید یک شبه اجرا شود، گفت:

اگر صادرات کالایی به ضرر منافع ملی باشد می‌توان آن را متوقف کرد، اما برای اجرای این ممنوعیت باید محدودیت زمانی در نظر گرفته شود،

ما نیز در قالب توافق موجود میان دو کشور همکاری خواهیم داشت. وزیر جهاد کشاورزی ادامه داد: باید از ملت و دولت ترکیه تشکر کرد که با وجود تحریم‌های گذشته و فشار فعلی آمریکا همواره کنار ایران بوده است.

وی تصریح کرد: دو کشور می‌توانند در زمینه‌های مختلف از جمله دامپزشکی و قرنطینه با هم کار کنند که هم اینکه نقشه راهی برای این امر تدوین شده است،

حجتی خاطر نشان کرد: فعالیت‌های ما در زمینه باغداری نیز کماکان ادامه دارد، به طوری که ما با همکاری فنی ترکیه توانستیم پیوند گردو را در کشورمان انجام دهیم.

وزیر جهاد کشاورزی گفت: با توجه به این که ما تاکید داریم برخی

بلد نیستند که اجازه می‌دهند تاجر کشورهای همسایه به زمین‌های کشاورزی ایران بیایند و از کشاورز خرید کنند.

وی تصریح کرد: تقصیر، بیشتر متوجه خود ماست تا کشور خارجی؛ چراکه اجازه داده‌ایم تاجر کشورهای دیگر زودتر از ما برای محصول مان اقدام کنند. در هیچ کشوری این گونه نیست که کالا در مرز و در یک بازارچه به فروش برسد، اما بخش کشاورزی در ایران اصلاً سازماندهی شده نیست و محصولاتش بعضاً در بازارچه‌های مرزی به فروش می‌رسد.

حسینی افزود: کشورهای همسایه حداکثر استفاده را از این شرایط می‌برند، بنابراین باید عاقل باشیم و محصولاتمان را با قیمت مناسب صادر کنیم. برای مثال سیب‌زمینی در مزارع کشاورزی حدود ۱۷۰۰ تومان به عراقی‌ها فروخته می‌شود، درحالی‌که همان سیب زمینی در بازار عراق حدود ۱۲ هزار تومان عرضه می‌شود.

وی با بیان این که اگر در تولید محصولات آب‌بر ماژاد داشته باشیم صادرات آن‌ها اشکالی ندارد، گفت: با توجه به این که محصولاتی مثل سیب‌زمینی و پیاز در عمده‌فروشی‌ها کیلویی حدود ۷۰۰ تومان به فروش می‌رسد، به نظر می‌رسد که ماژاد مصرف داخلی داشته باشند که می‌توانند به قیمت بالاتر برای صادرات به فروش برسند.

گفتنی است، طبق آمار وزارت جهاد کشاورزی، در پنج ماهه نخست امسال ۱۴۷۸۹ تن سیب‌زمینی به ارزش ۴۹.۷۵ میلیون دلار به کشورهای مختلف صادر شده که نسبت به سال گذشته از نظر وزنی ۸۵.۷۷ درصد و از نظر ارزشی ۱۵۶.۱۸ افزایش داشته است.

ایران و ترکیه ۳ تفاهمنامه در بخش کشاورزی امضا کردند

ایران و ترکیه با حضور وزرای کشاورزی دو کشور ۳تفاهمنامه همکاری در بخش‌های باغبانی، دامپزشکی و توسعه زنبورداری به امضا رساندند.

به گزارش تسنیم، محمود حجتی در نشست با همتای ترکیه‌ای خود در محل وزارت جهاد کشاورزی اظهار کرد همکاری‌ها در بخش کشاورزی میان ایران و ترکیه باید توسعه یابد و ما معتقدیم که رقم فعلی تجارت میان دو کشور برای دو کشور همسایه مورد تأیید نیست؛ البته محدودیت‌هایی درباره مسائل ارزی وجود دارد که ملت ایران و حتی ترکیه را تحت تأثیر قرار داده است.

وی همچنین درباره تجاری‌سازی میان دو کشور افزود: مسئول تجارت ترجیحی در کشور ما وزارت صنعت، معدن و تجارت است و

پیش‌بینی تولید ۸۰ هزار تن زیتون در سال جاری

زنگ خطر کاهش مصرف زیتون به صدا در آمد

به گفته جلالت هم‌اکنون نمی‌توان آمار دقیقی از میزان استحصال روغن زیتون در کشور داد چرا که روشن شدن این موضوع مستلزم مدت زمان دو تا سه ماهه است.

این مقام مسئول سرانه روغن زیتون به ازای هر نفر در کشور را ۲۰۰ تا ۲۵۰ گرم اعلام کرد و گفت: در خوش‌بینانه‌ترین حالت ۵ هزار تن روغن در داخل تولید می‌شود که با احتساب سرانه مصرف باید ۱۵هزار تن مابقی از طریق واردات تأمین شود.

وی با انتقاد از این موضوع که روغن زیتون جز واردات کالاهای لوکس قرار گرفته است، بیان کرد: با توجه به آنکه ارز دولتی به واردات آن اختصاص داده نمی‌شود و از طرفی سامانه نیما جوابگوی واردکنندگان نیست، از این رو با افزایش چشمگیر قیمت روغن زیتون

در بازار مواجه خواهیم شد که این امر زنگ خطری برای حذف ۷۰ تا ۸۰درصدی روغن زیتون از سبد خانوار است. به گفته وی با وجود آنکه روغن زیتون در دنیا حکم دارو را دارد، عدم تخصیص ارز دولتی به واردات این محصول برای سلامت جامعه زیان‌آور است.

رئیس شورای ملی زیتون در ادامه افزود: با وجود کاهش سرانه مصرف روغن زیتون در مقایسه با دیگر کشورها، قرار دادن آن در زمره کالاهای لوکس کار درستی نیست که انتظار می‌رود مسئولان ذی‌ربط تجدید نظری در این موضوع داشته باشند.

جلالت در پایان از کمبود روغن زیتون در فروشگاه‌ها خبر داد و گفت: با وجود کمبود روغن زیتون در فروشگاه‌ها و مغازه‌ها، قیمت هر شیشه روغن زیتون به ۹۰ هزار تومان نیز در بازار رسیده است.

شرکت‌های خلاق برای حضور در ششمین نمایشگاه ربع رشیدی حمایت می‌شود

شرکت‌های خلاق برای حضور در ششمین نمایشگاه ربع رشیدی که با حمایت معاونت علمی و فناوری برگزار می‌شود، از تخفیف ۳۰ درصدی بهره‌مند می‌شوند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شرکت‌های خلاق می‌توانند برای حضور در ششمین نمایشگاه نوآوری و فناوری ربع رشیدی، با حمایت سازمان تجاری‌سازی فناوری و اشتغال دانش‌آموختگان (ستفا) از تخفیف ۳۰ درصدی، جهت اخذ غرفه و حضور در نمایشگاه بهره‌مند خواهند شد. ششمین نمایشگاه نوآوری و فناوری ربع رشیدی، با توجه به بازگشایی مراکز علمی، پژوهشی و برای حضور دانشگاهیان، زمان ثبت‌نام را تا ۱۵ مهرماه تمدید کرده است. بر این اساس کلیه شرکت‌ها می‌توانند با مراجعه به سامانه نرم‌افزاری www.rinotex.ir نسبت به انجام ثبت‌نام و تکمیل اطلاعات لازم و براساس شرایط و ضوابط نمایشگاه (قابل دانلود از سایت نمایشگاه) اقدام کنند.



دریچه

ایلان ماسک در مقابل اس. ای. سی

وقتی یک توییت خسارت ۴۰ میلیون دلاری به بار می‌آورد

مترجم: سینا نیکدل

ایلان ماسک (Elon Musk)، رئیس و مدیرعامل سرافکنده شرکت تسلا (Tesla)، بدون شک یکی از جنجالی‌ترین چهره‌های عرصه خود به حساب می‌آید. برای برخی وی رهبر و پیشرویی در عرصه خودش محسوب می‌شد که به فضا و موتورهای سوخت داخلی استفاده‌شده در وسایل نقلیه و فضاپیماها نه تنها به عنوان موافق پیچیده‌ای نمی‌نگریست، بلکه آنها را در لیست دستاوردهای بعدی شرکت‌های خود، سپس ایکس (SpaceX) و تسلا جای می‌داد. برخی دیگر ایلان ماسک را به عنوان نمونه‌ای واقعی از یک رهبر دمدمی‌مراز به حساب می‌آورند که نشان‌دهنده محدودیت‌های قوه تخیل، مهار شخصی و فعالیت بیش از حد است. حتی برخی پا را بیشتر گذاشته و ادعا می‌کنند او از اختلال ایکاروس (Icarus Complex) رنج می‌برد - اختلالی که معمولاً به افراد بیش از حد و به طور غیرمنطقی بلندپرواز گفته می‌شود - به صورتی که یک بال مومی‌اش حساب توییت و دیگر پاش غرور و احساسات مهارنشده‌اش است.

ایلان ماسک نه تنها سفر به نزدیکی خورشید را میسر کرده است بلکه سابقه توییت‌های بی‌پروای بی‌شماری را نیز در کارنامه خود دارد. در نهایت یکی از همین توییت‌ها منجر به شکایت کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (اس. ای. سی.) از وی و جریمه ۲۰ میلیون دلاری او شد. همچنین ماسک مجبور به کناره‌گیری از سمت خود در شرکت تسلا طرف مدت ۴۵ روز شد. شرکت تسلا موافقت به پرداخت ۲۰ میلیون دلار به عنوان جریمه در ازای ناتوانی و کم‌کاری خود در جلوگیری از ارتباطات و دخالت‌های ایلان ماسک در این شرکت - که تقریباً غیرممکن است - کرد. همچنین این شرکت موظف به انتخاب دو مدیر مستقل به عنوان جایگزین ایلان ماسک در هیات مدیره - که دارای ۹ عضو از جمله برادر ایلان ماسک بود - شد. تمامی این خسارات نشان‌دهنده این است که رد و بدل کردن ارتباطی کوچک و ۲۸۰ حرفی، می‌تواند عواقب بسیار بزرگ و غیرقابل پیش‌بینی داشته باشد. در اینجا جا دارد از سخن پر معنای مخترع معروف، بنجامین فرانکلین (Benjamin Franklin) یاد کنیم که می‌گوید «اگر پای‌تان به اشتباه پیچ بخورد بعد از مدتی خوب خواهید شد، اما اگر زبان‌تان به اشتباه بچرخد شاید هیچ‌گاه از عواقب آن رهایی نیابید». شاید اگر ایلان ماسک به این سخن دقت بیشتری داشت می‌توانست جلوی سقوط ۳۰ درصدی ارزش سهام شرکت تسلا را بگیرد. سهام این شرکت در ۱۷ اگوست ۲۰۱۸، ۳۷۹،۵۵ دلار ارزش داشت و این رقم در ۲۸ سپتامبر به مبلغی حدود ۲۴۴،۷۷ دلار سقوط کرد.

با این حال می‌توان گفت به لحاظی ایلان ماسک شانس زیادی آورد که توانست قرارداد را با این شرایط خاتمه دهد، زیرا دادخواهی اصلی اس. ای. سی. مجازات محرومیت همیشگی ایلان ماسک از مدیریت هرگونه شرکت عمومی را خواستار بود و با تصمیم نهایی دادگاه به جریمه ۲۰ میلیون دلاری و کناره‌گیری وی از ریاست شرکت تسلا کاهش یافت. در صورتی که مجازات اصلی نهایی می‌شد، خدشه بزرگی بر چهره وی به عنوان یک الگو در پیشرفت تکنولوژی و رهبری موفق وارد می‌آمد. اینکه واکنش بازار و هیات مدیره تسلا به این جرایم سنگین چه خواهد بود را بعداً مشاهده خواهیم کرد؛ اما نکته مهمتر واکنش سرمایه‌گذاران شرکت تسلا با سهام ۵۰ بیلیون دلاری، به توییت ایلان ماسک است که منجر به زبانی ۴۰ میلیون دلاری شد. توییت شومی که در ۱۷ اگوست اتفاق افتاد و ایلان

مدیرعامل گوگل در جلسه کاخ سفید با شرکت‌های تکنولوژی حضور می‌یابد

کاخ سفید قرار است میزبان جلسه‌ای با کمپانی‌های حوزه تکنولوژی باشد و ساندار پیچای، مدیرعامل گوگل هم با شرکت در این جلسه موافقت کرده است. لری کودلاو، مشاور اقتصادی کاخ سفید این خبر را رسماً تأیید کرده و افزوده که «قرار است کنفرانسی کوچک با نظارت رئیس جمهور داشته باشیم. کمپانی‌های بزرگ اینترنت، کمپانی‌های بزرگ شبکه‌های اجتماعی و کمپانی‌های جست‌وجوگر در این جلسه حاضر خواهند بود.» به گزارش دیجیاتو، مشاور کاخ سفید ضمناً اضافه کرده «قراردی که از عملکرد این کمپانی‌ها ناراضی هستند» هم در جلسه مورد بحث حضور خواهند داشت. هفته گذشته پیچای به جلسه‌ای با اعضای کنگره آمریکا رفت تا به صحبت درباره نگرانی‌های پیرامون کمپانی خود، بعد از توییت دونالد ترامپ در ماه آگوست با مضمون جهت‌گیری کمپانی‌های تکنولوژی نسبت به برخی نقطه‌نظرها بپردازد.

در جریان این سفر پیچای با کودلاو نیز ملاقاتی داشت که به گفته مشاور کاخ سفید به خوبی پیش رفت. «ما ملاقاتی عالی داشتیم، از همه نظر سازنده. او متعهد شد که به کاخ سفید بازگردد.» در حال حاضر تاریخ دقیق برگزاری جلسه کاخ سفید مشخص نیست اما کودلاو می‌گوید که اواسط ماه اکتبر باید منتظر آن بود.

گوگل و پیچای پیشتر به خاطر ممانعت از شرکت در یکی از جلسات مجلس سنا مورد انتقاد قرار گرفته‌اند. در این جلسه مدیر ارشد اجرایی فیس‌بوک و جک دورسی، مدیرعامل توییت حضور داشتند اما صندلی گوگل خالی ماند.

در حال حاضر شرکت‌های تکنولوژی به دلایل گوناگون مانند رویکردشان در قبال اخبار کذب و تأثیر کمپین‌های خارجی و نیز قدرت‌شان در بازارهای رو به رشد تحت فشار سیاسی فراوان هستند و ترامپ هم ادعا می‌کند که گوگل با دستکاری نتایج جست‌وجوگرش، اخبار منفی مرتبط با او را برجسته‌تر می‌کند.

افزایش کارآفرینی مستلزم هم‌افزایی مراکز علمی و جامعه است

اتحادیه مرتبط با این انجمن‌ها را به عنوان یک نقطه قوت برشمرد که می‌توان از ظرفیت آن برخلاف گذشته، به خوبی استفاده کرد. وی درباره کنگره ملی نخبگان جوان که ۳۰ آبان به میزبانی تهران برگزار می‌شود، گفت: این کنگره فرصتی مناسب برای معرفی ایران به عنوان محیطی امن و مناسب برای فعالیت‌های علمی به پژوهشگران و دانشجویان خارجی است. این مسئول وزارت علوم

در ارتباط با یازدهمین جشنواره ملی حرکت به میزبانی اصفهان، تصریح کرد: در این جشنواره سعی شده است از توان علمی مجموعه‌های مختلف از جمله اتاق بازرگانی، وزارت نفت، وزارت ارتباطات کسب گرفته شود. عسگری ادامه داد: وزارت نیرو، وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت کشاورزی، وزارت ارتباطات و فن آوری اطلاعات، معاونت علمی ریاست جمهوری، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و سازمان حفاظت محیط زیست، وزارت جهاد کشاورزی و مرکز زنان و خانواده ریاست جمهوری استفاده شود.



مدیرکل فرهنگی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری گفت افزایش کارآفرینی مستلزم هم‌افزایی بیشتر مراکز علمی و بخش‌های مختلف جامعه از جمله صنایع است. به گزارش ایرنا، محمدهادی عسگری

روز چهارشنبه در نشست خبری یازدهمین جشنواره ملی حرکت در اصفهان افزود: هرچه میزان هم‌افزایی دو سویه جامعه و دانشگاه‌ها بیشتر شود بهتر می‌توان براساس عنوان مأموریت اصلی خود در دانشگاه در نظر گرفته‌اند، افزود: ما اگر افراد تا مقاطع بالا تحصیل کرده باشیم ولی اثر مثبتی در اجتماع خود نداشته باشیم، دانش ما فایده‌ای نخواهد داشت. پوررضا با اشاره به افتخارات و دستاوردهای این دانشگاه در کشور، افزود: دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد در مسابقات ماراتن برنامه‌نویسی اخیر که در دانشگاه صنعتی شریف تهران برگزار شد، رتبه اول و دوم را کسب کردند. کانون

روباتیک دانشگاه مهندسی در رقابت‌های روباتیک ایران رتبه سوم را به دست آورد. همچنین در مسابقات ورزشی موفق به قهرمانی در رشته‌های فوتبال و فوئسال پسران و هندبال دختران دانشجو را داشتیم.

به دنبال پرورش دانشجو مهندسان کارآفرین هستیم

به گونه‌ای که دانشجو در جایگاه حق‌محوری به دنبال حقوق خودش باشند. وی خاطر نشان کرد: بهترین دانشجویان در دانشگاه مهندسی، دانشجویان کارشناسی هستند و انتظارات زیادی از آن‌ها وجود دارد.

رئس دانشگاه مهندسی دانشگاه فردوسی مشهد با بیان اینکه مسئولان دانشگاه، اثربخشی اجتماعی دانشجویان را به عنوان مأموریت اصلی خود در دانشگاه در نظر گرفته‌اند، افزود: ما اگر افراد تا مقاطع بالا تحصیل کرده باشیم ولی اثر مثبتی در اجتماع خود نداشته باشیم، دانش ما فایده‌ای نخواهد داشت. پوررضا با اشاره به افتخارات و دستاوردهای این دانشگاه در کشور، افزود: دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد در مسابقات ماراتن برنامه‌نویسی اخیر که در دانشگاه صنعتی شریف تهران برگزار شد، رتبه اول و دوم را کسب کردند. کانون

رئیس دانشکده مهندسی دانشگاه فردوسی مشهد گفت: ما در دانشکده مهندسی انتظار داریم که از این دانشکده تعداد زیادی دانشجوی کارآفرین برای جامعه داشته باشیم. به گزارش ایستنا، حمیدرضا پوررضا در این

استقبال از دانشجویان نورورد دانشگاه مهندسی دانشگاه فردوسی مشهد، اظهار کرد: هدف ما از علم، اثربخشی مثبت در جامعه است. در این راستا به دلیل ویژگی‌های دانشکده مهندسی ما انتظار داریم که از این دانشکده تعداد زیادی کارآفرین داشته باشیم. وی اضافه کرد: ما وظیفه خود می‌دانیم که زیرساخت‌های مناسب برای ترویج کارآفرینی در میان دانشجویان مهندسی را فراهم کنیم تا به ایجاد اشتغال در جامعه کمک کرده باشیم. رئیس دانشکده مهندسی دانشگاه فردوسی مشهد ادامه داد: دانشگاه فردوسی مشهد براساس آمار و اطلاعات دارای ۲۶ هزار دانشجو

است. ۱۸۰ نفر از اعضای هیات علمی این دانشگاه در دانشکده مهندسی هستند. پوررضا افزود: یکی از اولویت‌های ما در دانشکده مهندسی تقویت ساختارهای مدنی است که منجر به ارتباط ارگانیک سازمان یافته می‌شود،





توسعه کسب و کارهای فناورانه در پارک دانشگاه تهران

تفاهنامه همکاری بین پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، بنیاد حامیان دانشگاه تهران و بنیاد نیکوکاری جمیلی با هدف کمک به ایجاد و توسعه کسب و کارهای فناور از طریق ارائه خدمات عمومی و تخصصی با ارزش افزوده بالا و تامین اعتبار تولید نمونه محصول و راهبری هسته‌های فناور در محل بنیاد جمیلی به امضا رسید. به گزارش ایسنا، اجرای برنامه‌ها و رویدادهای کارآفرینی و فناوری به صورت مشترک، حمایت از صاحبان ایده و ایجاد کسب و کارهای جدید به صورت مشترک، تامین کلیه هزینه‌های برگزاری استارت‌آپ و یکصد جشنواره اندیشمندان و دانشمندان جوان توسط بنیاد جمیلی، تامین اعتبار تولید نمونه محصول از ایده‌های پذیرفته‌شده در رویدادها توسط بنیاد حامیان و بنیاد جمیلی و ارائه خدمات زیرساختی و راهبری هسته‌های پذیرفته‌شده توسط پارک فناوری دانشگاه تهران از جمله زمینه‌های همکاری این تفاهنامه است.

یادداشت

۵ روش اخذ وام‌های تجاری با وجود اعتبار بد

شود، شما صرفاً یک وام و یک پرداخت ماهانه دارید. روند درخواست نسبت به درخواست وام مرسوم سریع‌تر پیش می‌رود و شاید حتی بسیار زودتر به سرمایه دلخواه‌تان برسید. ممکن است لازم باشد شخصاً ضامن وام شوید، البته اگر کسب و کارتان قادر به بازپرداخت وام نباشد، سرمایه شخصی‌تان را در معرض خطر قرار داده‌اید. همچنین شاید لازم شود نرخ بهره وام بیشتری بپردازید که البته برای هر وام کاری با اعتبار بد مسئله‌ای قابل‌پیش‌بینی است.

وام کوتاه‌مدت

اگر نیاز فوری به پول دارید، وام کوتاه‌مدت می‌تواند یک راه تأمین مالی باشد. در وام کوتاه‌مدت، وام‌دهنده مقداری پول بر مبنای فروش پیش‌بینی‌شده به شما قرض می‌دهد. بازپرداخت وام کوتاه‌مدت می‌تواند به یکی از این دو طریق انجام شود: انتخاب کنید بازپرداخت وام از کارت اعتباری و کارت بدهی فروش آینده‌تان انجام شود و یا با انتقال‌های دوره‌ای از حساب بانکی‌تان آن را بازپرداخت کنید. به نرخ بهره وام کوتاه‌مدت دقت کنید و از گرفتن وام با نرخ بهره بالا مخصوصاً آنهایی که نرخ درصد سالانه سه رقمی دارند، اجتناب کنید. هیچ منفعت دیگری جز افزایش گردش مالی شما در پرداخت



زود هنگام وام کوتاه‌مدت وجود ندارد. برای اطلاع از وجود خدمات وام کوتاه‌مدت به تهیه‌کننده خدمات تجاری‌تان رجوع کنید.

تأمین مالی از طریق صورتحساب

تأمین مالی صورتحساب به شما فرصت گرفتن پول از طریق صورتحساب‌های پرداخت‌نشده‌تان را می‌دهد. در واقع وام‌دهنده صورتحساب‌های پرداخت‌نشده شما را می‌خرد و درصدی از مبلغ

پرداختی را پیش‌پرداخت می‌کند و بخشی از مبلغ کل را تا زمان پرداخت صورتحساب نزد خود نگاه می‌دارد. وام‌دهنده برای موافقت با تأمین مالی و تعیین نرخ بهره، پیشینه پرداخت مشتریان‌تان را بررسی و احتمال پرداخت به موقع هر کدام را تعیین می‌کند. نرخ بهره بسته به اعتبار شخصی شما و زمانبندی پرداخت مشتری، می‌تواند بالا باشد. نرخ کارمزد به صورت هفتگی تا زمانی که بازپرداخت انجام شود به بهره اضافه می‌شود. باید برای تصمیم‌گیری راجع به مقرون‌به‌صرفه‌بودن این راه ابتدا کارمزدها و بهره‌ها را در نظر بگیرید.

درخواست از دوستان و خانواده

بسته به مقدار پول موردنیازتان شاید بتوانید از دوستان و اعضای خانواده نیز مبلغی قرض بگیرید، اما شاید در نهایت وام‌های زیادی برای بازپرداخت داشته باشید. اگر کسب و کارتان با شکست مواجه شود و نتوانید وام را بازپرداخت کنید باید به اثری که بر روی روابط‌تان می‌گذارد نیز فکر کنید. می‌توانید با نوشتن یک توافق‌نامه کتبی وام، منافع هر دو طرف را حفظ کنید. اعضای خانواده بهتر است ابتدا با یک متخصص مالیاتی راجع به پیامدهای سرمایه‌گذاری بر روی کسب و کار شما صحبت کنند. این راهکار می‌تواند در صورت ناموفق‌بودن کسب و کار، یک کسر مالیاتی مقرر کند.

منبع: thebalance

مترجم: مهسا زمانی

بانک‌های بزرگ به کسانی که اعتبار بدی دارند پول قرض نمی‌دهند، این مسئله در کسب و کارها نیز صادق است. بنابراین اگر نیازمند سرمایه‌ای برای گسترش کسب و کارتان هستید، باید به دنبال راهکارهایی خارج از روش‌های مرسوم گرفتن وام باشید.

در حالی که تشخیص محدوددهای دقیق بسته به هر وام‌دهنده‌ای متفاوت است، اما اعتبار بد عموماً امتیازی زیر ۶۲۰ دارد. اعتبار بد ناشی از دیرکرد در پرداخت، بدهی‌های زیاد و شاید حتی سوابق عمومی مانند تملک ثانوی یا ضبط رهن است. هرچه اطلاعات منفی بیشتری در سوابق اعتباری شما وجود داشته باشد، امتیازتان کمتر خواهد شد. همچنین زمانی که کسب و کار نتواند به تعهدات اعتباری پایبند بماند نیز اعتبار بد به وجود خواهد آمد.

راه‌هایی برای گرفتن وام کاری با اعتبار بد وجود دارد، اما باید خودتان را برای هزینه‌ای بالا آماده کنید. نرخ بهره وام به امتیاز اعتباری شما وابسته است، بنابراین اگر با وجود اعتبار بد با وام کاری شما موافقت شد، احتمالاً باید نرخ بهره بیشتری بپردازید. همین مسئله هزینه‌های مربوط به وام گرفتن را افزایش می‌دهد. مدارک مالی تکمیلی و آماده‌ای برای ارائه داشته باشید. نشان‌دادن اینکه می‌توانید به موقع بازپرداخت را انجام دهید می‌تواند به حل مشکل امتیاز اعتباری پایین کمک کند. اگر نشان دهید گردش مالی پایدار دارید یا به عنوان ضمانت‌نامه وثیقه بگذارید، شاید راحت‌تر با درخواست وام‌تان موافقت

شود. بعضی مواقع نیاز است برای حداقل یکسال در کسب و کار خود بوده و درآمد سالانه مشخصی داشته باشید.

به دنبال وام‌های خرد باشید

وام‌های خرد، وام‌هایی کم و کوتاه‌مدت برای کسب و کارهای کوچک یا کسانی هستند که سرمایه کمی دارند. مبلغ این وام‌ها معمولاً زیر ۵۰۰۰۰ دلار هستند، بنابراین کسب صلاحیت دریافت آنها خیلی مشکل نیست. اداره کل کسب و کارهای کوچک آمریکا (U.S. Small Business Administration) وام‌هایی خرد ارائه می‌دهد که می‌توانند برای سرمایه کاری یا خرید کالا استفاده شوند، اما نمی‌توان از این وام‌ها برای خرید املاک یا بازپرداخت بدهی‌های موجود استفاده کرد. بسیاری از بانک‌های تعاونی و سازمان‌های غیرانتفاعی نیز وام خرد ارائه می‌دهند و ممکن است محدودیت‌هایی در رابطه با چگونگی استفاده از آنها نیز داشته باشند. در صورت کسب صلاحیت، اخذ وام‌های خرد یکی از کم‌هزینه‌ترین راه‌هاست.

وام‌دهی فردی

در وام‌دهی فردی چند سرمایه‌گذار از یک بازار آنلاین برای اعطای یک وام استفاده می‌کنند. سرمایه‌گذارها درخواست و حساب کاربری شما را بررسی می‌کنند و در مورد اعطای وام تصمیم می‌گیرند. در حالی که ممکن است وجه وام‌تان توسط چند سرمایه‌گذار تهیه



تسهیلات دولت برای حمایت از تولیدی‌ها و مراکز کارآفرینی

گرفته است. معاون رئیس جمهور در امور بانوان و خانواده با اشاره به نقش ایجاد این گونه کارگاه‌ها در ایجاد اشتغال اضافه کرد: با توجه به اینکه این کارگاه‌ها هم بازار داخلی و هم خارجی داشته با کمک استانداری لرستان به طور خاص مورد حمایت قرار خواهند گرفت.

لازم به ذکر است کارگاه صنایع دستی دوخت البسه محلی «چنک» با حمایت اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری لرستان در سال ۱۳۹۰ ایجاد شده و در حال حاضر اشتغال‌زایی ۱۵ نفر را به صورت مستقیم فراهم کرده است. این کارگاه در سال‌های ۹۴ و ۹۶ نشان ملی مرغوبیت



کالا و در سال ۹۵ عنوان برگزیده لباس محلی لرستان را دریافت کرده است.

معاون رئیس جمهور در امور بانوان و خانواده از حمایت دولت از کارگاه‌های تولیدی و مراکز کارآفرینی خبر داد و گفت دولت بدین منظور دو نوع تسهیلات پایدار، خاص مناطق روستایی و تسهیلات فراگیر با نرخ‌های متفاوت در نظر گرفته است.

به گزارش ایسنا، دکتر معصومه ابتکار در بازدید از کارگاه دوخت البسه محلی استان لرستان با تمجید از لباس محلی بیان کرد: این البسه در عین دارا بودن نشاط و زیبایی، جزئی از هویت ملی و بومی استان محسوب می‌شود. وی در خصوص برنامه‌های دولت در حمایت از این کارگاه‌ها تصریح کرد: دولت در جهت حمایت از این گونه کارگاه‌ها و دیگر مراکز کارآفرینی دو نوع تسهیلات پایدار خاص مناطق روستایی و تسهیلات فراگیر با نرخ‌های متفاوت را در نظر

بهترین دانشگاه‌های جهان در زمینه «کسب و کار» را بشناسید

رتبه‌بندی دانشگاه‌های جهان «کیواس»، بهترین دانشگاه‌های جهان در زمینه تجزیه و تحلیل کسب و کار، مالی، مدیریت و بازاریابی را معرفی کرد. به گزارش خبرنگار مهر، رتبه‌بندی جهانی دانشگاه‌ها کیواس (QS)، بهترین دانشگاه‌های سال در زمینه تجزیه و تحلیل کسب و کار، مالی، مدیریت و بازاریابی را معرفی کرد. کارشناسی ارشد تحلیل کسب و کار نیز به رتبه‌بندی دانشگاه‌ها اضافه شده است. در این رتبه‌بندی چهار موضوع بازاریابی، تجزیه و تحلیل کسب و کار، امور مالی و برنامه‌های مدیریت دانشگاه‌ها مورد ارزیابی قرار گرفته است.



این رتبه‌بندی بر مبنای پنج شاخص کلیدی قابلیت اشتغال، کارآفرینی و موفقیت فارغ‌التحصیلان، بازده سرمایه‌گذاری، رهبری تفکر و تنوع کلاس و دانشکده تهیه شده است.

در موضوع کارشناسی ارشد تجزیه و تحلیل کسب و کار از میان ۷۴ دانشکده، دانشکده مدیریت موسسه تحقیقاتی ماساچوست (MIT Sloan) رتبه اول، دانشکده بازرگانی کالج امپریال لندن رتبه دوم و مدرسه کسب و کار McCombs دانشگاه تگزاس رتبه سوم را کسب کرده است. در موضوع کارشناسی ارشد امور مالی از میان ۱۵۸ دانشکده، مدرسه بازرگانی لندن رتبه اول، کالج مدیریت استراتژیک HEC پاریس رتبه دوم و دانشکده مدیریت موسسه تحقیقاتی ماساچوست (MIT Sloan) رتبه سوم را به‌دست آورده است.

در موضوع کارشناسی ارشد مدیریت از میان ۱۳۵ دانشکده، مدرسه کسب و کار کلمبیا در رتبه اول، کالج امپریال لندن در رتبه دوم و کالج مدیریت استراتژیک HEC پاریس در رتبه سوم قرار دارند.

در موضوع کارشناسی ارشد تجزیه و تحلیل کسب و کار از میان ۷۴ دانشکده، دانشکده مدیریت موسسه تحقیقاتی ماساچوست

در موضوع کارشناسی ارشد تجزیه و تحلیل کسب و کار از میان ۷۴ دانشکده، دانشکده مدیریت موسسه تحقیقاتی ماساچوست

کارگاه برندینگ



۵ ترفند تبلیغات کلیدی جهت بهبود عملکرد

ترجمه: امید گوهری

امروزه تمامی افراد به دنبال روش‌هایی هستند که آنها را به اهداف‌شان می‌رساند. ما می‌خواهیم شاخص‌های مان را بهبود بخشیم، رکوردها را بشکنیم و آنها را توسعه دهیم. نظر به اینکه هر روزه تکنیک‌ها و روش‌های نوینی از تبلیغات مبتنی بر پرداخت کلیدی ایجاد می‌شوند، به‌روزر بودن در این حوزه به امری دشوار بدل شده است. یک راهنمایی ایده‌آل به مراتب بهتر از روشی است که صرفاً شما را سرگرم نگاه می‌دارد. در این نگارش چند معیار را بررسی می‌کنیم و تنها مواردی که ضامن بهترین نتیجه هستند را نگاه می‌داریم.

- تازگی: اینکه دیگر بازار یابان از آن استفاده نکنند.
 - سادگی عملکرد: چرا زمان ارزشمند خود را صرف روش‌های پیچیده کنیم؟
 - سریع و ساده: در عین سادگی، اثر مطلوبی داشته باشد.
 - کاربردی در روش‌های تبلیغاتی مختلف: موتورهای جست‌وجو، شبکه‌های اجتماعی و ملی.
 - مصونیت: جایی برای هیچ بدافزار و هکری وجود ندارد.
- پنج مثال زیر نه‌تنها عملکرد تبلیغاتی شما را بهبود می‌بخشند، بلکه تمامی معیارهای یادشده را نیز پوشش می‌دهند و در نهایت روش‌هایی بهینه و ارزشمند تلقی می‌شوند.

۱. بررسی بلندمدت کلمات کلیدی

تمامی کاربرانی که در نتیجه یک کلمه کلیدی سر از وب‌سایت شما در می‌آورند، تبدیل به مشتریان تان نمی‌شوند، اما همین که آنها به وب‌سایت شما مراجعه و از طریق کلمه‌ای خاص با شما ارتباط برقرار کرده‌اند، دو معیار مهم و تحت اختیار شما به حساب می‌آیند. این دو معیار اهداف کاربران را نشان می‌دهند و وظیفه شما ارزیابی این اهداف است. چگونه؟ با حصول اطمینان از اینکه محتوای مورد استفاده در تبلیغات کلیدی بعدی شامل این معیارها و محتوای سایت نیز شامل متونی مرتبط با این معیارها باشد. ساده‌ترین روش برای رسیدن به این هدف، استفاده از نوعی سیستم یکپارچه مدیریت تهدیدات یا «UTM» است.

چگونگی استفاده از UTM

- با استفاده از UTM لیستی از کلیک‌کنندگان تبلیغات تان ایجاد کنید (UTM_campaign=xxx)
- با ایجاد پاسخ به نیازهای کلیک‌کنندگان آنها را هدف قرار دهید.
- ۲. رساندن شرایط به بالاترین سطح ممکن با استفاده از موارد مشابه پس از ایجاد نطفه اولیه می‌توانید با استفاده از موارد مشابه، عملکرد خود را به بالاترین سطح ممکن برسانید.

«موارد مشابه» قابلیتی است که به شما اجازه می‌دهد لیست مخاطبان اولیه خود را با استفاده از هدف‌قرار دادن کاربرانی با ذائقه مشابه، گسترش دهید. این موارد در بسیاری از شبکه‌ها همچون فیس‌بوک، مخاطبان مشابه گوگل و دیگر موارد موجود هستند و به شما کمک می‌کنند مخاطبان جدید، کمپینی با اعضای بیشتر و بازگشت سرمایه بهتری را ایجاد کنید.

چگونگی استفاده از قابلیت «موارد مشابه»

- یک دسته مخاطب شخصی‌سازی شده براساس کمپین کلیدی موجود در موتورهای جست‌وجوگر پولی ایجاد کنید؛
- با استفاده از این قابلیت، مخاطبان مشابه را براساس مخاطبان کنونی خود دسته‌بندی کنید؛
- مخاطبان را از طریق تمامی کانال‌های ارتباطی خود جذب کنید.

۳. از به کاربردن ایموجی نهراسید

ایموجی‌ها قطعاً چیزی فراتر از تصاویر کارزونی هستند. کاربرد آنها در ایجاد ارتباطات حوزه بازاریابی آنلاین روزبه‌روز افزایش می‌یابد. طبق تحقیقی که بر روی کاربران تلفن همراه صورت گرفت، استفاده از ایموجی‌ها در صفحات وب، باعث کاهش تعداد کاربرانی شد که خیلی سریع صفحه وب‌سایت را می‌بندند؛ میزان رضایت آنها را افزایش داد و نشان داد ایموجی‌ها سبب می‌شوند پیام نویسنده بهتر منتقل شود. در تبلیغات کلیدی می‌توان از ایموجی‌ها در افزایش انگیزش مشتریان احتمالی، جلب توجه آنها و انتقال سریع پیام استفاده کرد. از ایموجی‌ها نترسید، اما آنها را بی‌رویه استفاده نکنید. ایموجی‌های مرتبط با پیام می‌تواند منظورتان را بهتر منتقل کند.

چگونگی استفاده بهینه از ایموجی‌ها

- با افزایش استفاده از آنها نرخ کلیک را در میان کاربران تان افزایش دهید؛
- از آنها برای انتقال بهتر منظورتان کمک بگیرید؛
- از ایموجی‌ها بیش از حد استفاده نکنید، چرا که سبب ایجاد سردرگمی می‌شوند.

۴. مهندسی معکوس کانال‌های جذب مشتری

ما به عنوان بازاریاب بر روی نرخ جذب مشتری تمرکز داریم و در عین حال می‌دانیم بسیاری از کلیک‌های صورت‌گرفته منتهی به فروش نمی‌شوند. یکی از بهترین راه‌ها برای افزایش نرخ جذب مشتری، بررسی اقدامات اولیه‌ای است که منتهی به تبدیل مخاطب به مشتری می‌شود. با تحلیل روند کلی جذب مشتری در طول تبلیغات کلیدی می‌توانید روش‌های مناسب در گیرساختن مخاطب با صفحات وب‌سایت را دریابید و از این طریق نرخ جذب مشتری را افزایش دهید. برای مثال یک صفحه وب‌سایت را در نظر بگیرید که در فضای مشخص، شرایطی تعاملی با کاربر ایجاد می‌کند. مشکل اینجاست که این فضای تعاملی در نسخه موبایلی به درستی عمل نمی‌کند. در این مواقع بهترین کار استفاده از تجربیات مربوط به نسخه کامپیوتری است. شاید ساده به نظر برسد، اما بسیاری متخصصان حوزه تبلیغات کلیدی نیز این نسخه را نادیده می‌گیرند. در نتیجه اندکی مهندسی معکوس می‌تواند کلید موفقیت تبلیغات کلیدی شما باشد.

چگونگی استفاده از مهندسی معکوس

- مراحل جذب مشتری را مهندسی معکوس کنید؛
- مراحل اولیه که راه رسیدن مشتری به مراحل پایانی است را تحلیل کنید؛
- نتایج به‌دست‌آمده را در روش‌های تبلیغاتی دیگر خود استفاده کنید تا نرخ جذب مشتری را افزایش دهید.

۵. شخصی‌سازی صفحه نمایش داده‌شده برای هر کاربر به نحوی پویا همه ما به دنبال این هستیم که پیام تبلیغاتی خود را با صفحه نمایش داده‌شده مرتبط سازیم، اما سوال اینجاست که چگونه این کار را انجام دهیم؟ با شخصی‌سازی صفحات نمایش داده‌شده در هر یک از انواع تبلیغات می‌توانید به‌طور خودکار پیام بیشتری را ارائه و بازدیدکننده را به صفحه مورد نظر منتقل کنید. برای مثال می‌توانید صفحه نمایش داده‌شده را براساس مورد جست‌وجوی کاربر مشخص کنید و یا تصاویری ارائه دهید که مناسب وی باشند. تصور کنید می‌خواهید محصولی را تبلیغ کنید که هم در فضای کار و هم در فضای منزل کاربرد دارد. اگر کاربر با جست‌وجوی کلمه «منزل» به صفحه شما راه یافت، تصویری از یک فضای خانوادگی در منزل و اگر با جست‌وجوی کلمه «محل کار» یا «دفتر کار» به صفحه راه پیدا کرد، تصویری از یک فضای کاری را نمایش دهید.

منبع: outbrain

بررسی ۱۹ مورد از تاثیر گذارترین کلمات در حوزه تبلیغات



کمرنگ شده و یا به طور کامل از بین خواهد رفت. به همین خاطر لازم است تا به محض تحت تاثیر قرار دادن مشتری مقدمات خرید را ایجاد کنید. بدون شک از جمله کلماتی که به این امر کمک شایانی خواهد نمود، اکنون است. برای مثال می‌توانید بگویید که اکنون تماس گرفته و از تخفیف ویژه برخوردار شوید.

۱۳-رایگان

رایگان بودن چیزی باعث می‌شود تا افراد نسبت به داشتن آن تمایل بیشتری را پیدا کنند. بدون شک پرداخت هزینه برای هر فردی سخت خواهد بود. در این رابطه توجه داشته باشید که مشتریان شما تنها از طبقه ثروتمند جامعه نبوده و لازم است تا تمامی اقشار را مورد توجه قرار دهید. به همین خاطر با انجام و یا اعطای یک چیز رایگان، می‌توانید به تاثیر اقدامات تبلیغاتی خود بیفزایید.

۱۴-افزایش

محصول شما باید یک چیزی را به زندگی مردم اضافه کند. این امر می‌تواند زمان بیش‌تر در کنار خانواده بودن، سلامت بیش‌تر و یا هر چیزی باشد. به همین خاطر لازم است تا از ذکر این کلمه در تبلیغ خود غافل نشوید.

۱۵-امتحان

همواره این احتمال وجود دارد که تحت تاثیر قرار دادن مستقیم افراد، با واکنش منفی همراه باشد. به همین خاطر کلمه‌ای که به شما در این رابطه کمک خواهد کرد، امتحان است. برای مثال یک برند تولید مواد غذایی می‌تواند با انتخاب این جمله که تنها کافی است یکبار امتحان کنید، به موفقیت بسیاری دست پیدا کند. همچنین این امر باید در عمل نیز نمودهایی داشته باشد. برای مثال امکان امتحان کردن محصول به صورت رایگان از جمله اقدامات رایج شرکت‌ها در این رابطه محسوب می‌شود.

۱۶-فرصت

ایسن امر که مخاطب پیشنهاد تبلیغاتی شما را یک فرصت تجاری عالی بداند، خود از جمله مواردی است که باعث خواهد شد تا میزان تاثیرگذاری فعالیت شما افزایش پیدا کند. همچنین در این رابطه لازم است تا فرصت کافی را در اختیار مشتری قرار دهید تا به جمع‌بندی برسد.

۱۷-سهولت

هر محصولی باید در راستای آسان‌تر کردن زندگی افراد باشد. به همین خاطر نباید در طراحی خود به دنبال مواردی باشید که مخاطب را بیش از حد سردرگم کند. به همین خاطر وجود این کلمه در تبلیغات شما به نوعی بیانگر کارایی محصول و آسودگی خاطر آن‌ها خواهد بود.

۱۸-مقایسه

این امر که آمادگی مقایسه با سایر محصولات دیگر را داشته باشید، بدون شک برای هر فردی جالب توجه خواهد بود. این امر بیانگر اعتماد شما به کارتان است که بدون شک مخاطب را نیز به اطمینان کافی خواهد رساند.

۱۹-منحصر به فرد

این امر که نسبت به سایرین از تفاوت‌های بنیادین برخوردار باشید، از جمله مواردی است که باعث خواهد شد تا مخاطبان نتوانند به سراغ برندی دیگر بروند. به همین خاطر لازم است تا ضمن برخورداری از این کلمه، از آن در تبلیغات خود استفاده کنید.

منبع: thebalancecareers

این امر خود در زمینه فروش بسیار بالای آن‌ها تاثیر گذار بوده است که ناشی از انتخاب درست کلمات است.

۶-عشق

عشق از جمله کلماتی محسوب می‌شود که چندین مصداق را می‌توان برای آن ذکر کرد. درواقع ممکن است شما عاشق یک وسیله، یک دوست، یک شریک زندگی و... باشید. به همین خاطر دایره معنایی این کلمه بسیار گسترده بوده و رضایت خاطر هر فردی را به همراه خواهد داشت.

۷-اثبات

همواره موارد جدید با موجی از تردیدها همراه خواهد بود. به همین خاطر ضروری است تا در تبلیغات خود این اطمینان را در مخاطب ایجاد کنید که محصول شما امتحان خود را پس داده است. در این رابطه توجه داشته باشید که ادعاهای شما باید در مرحله عمل نیز قابل اثبات باشد. در غیر این صورت وجهه شرکت آسیب‌های زیادی را تجربه خواهد نمود.

۸-ایمنی

از جمله نیازهای مشتریان این است که به این باور برسند که محصول شما از نظر ایمنی در سطح بسیار بالایی قرار دارد. این امر در تمامی حوزه‌های کسب‌وکار یکسان بوده و تنها میزان آن تفاوت‌هایی را خواهد داشت. با این حال ایمنی از جمله موارد مهم محسوب می‌شود. برای مثال این امر که بتوانید ادعا کنید که محصول شما ۱۰۰ درصد در برابر ضربه مقاوم است، مخاطب را به این باور خواهد رساند که می‌تواند امنیت را با شما تجربه نماید.

۹-صرفه‌جویی

مقرون به صرفه بودن از دیگر فاکتورهای خرید افراد محسوب می‌شود. به همین خاطر لازم است تا بر روی این نکته تاکید داشته باشید که خرید از برند شما چه مزیت‌های اقتصادی‌ای را به همراه دارد. در این رابطه توجه داشته باشید که این امر تنها در رابطه با پول نبوده و صرفه‌جویی در موارد دیگری نظیر زمان را نیز در بر می‌گیرد. بدون شک شما زمانی بیش‌ترین تاثیر را خواهید داشت، که از هر نظر صرفه‌جویی را برای مشتری به همراه داشته باشید.

۱۰-جدید

این امر که حرف و یا جریانی نو را شکل دهید، بدون شک مخاطب را به خوبی به سمت شما جذب خواهد کرد. به همین خاطر هم است که تمامی برندها هر ساله محصولاتی جدید را روانه بازار می‌کنند. توجه داشته باشید که در این رابطه تنها ذکر جدید بودن کافی نبوده و لازم است تا دلایل این ادعا نیز به صورت کامل ذکر شود.

۱۱-بهترین

همه ما تمایل داریم تا بهترین چیزها را داشته باشیم. به همین خاطر لازم است تا از این جمله برای تحت تاثیر قرار دادن مخاطب خود استفاده کنید. با این حال توجه داشته باشید که این ادعایی است که بدون شک برندهای دیگر نیز خواهند داشت. به همین خاطر لازم است تا همواره دلایلی محکم برای این امر داشته باشید. در این رابطه حتی مقایسه کردن خود با سایرین نیز می‌تواند بهترین بودن شما را به اثبات برساند. این امر دقیقاً کاری است که دو برند سامسونگ و اپل علیه هم انجام می‌دهند.

۱۲-اکنون

این امر بسیار طبیعی است که تاثیر جملات شما پس از مدتی

به قلم: یائول ساجت نویسنده حوزه تبلیغات

مترجم: امیرآل علی

هدف اصلی از تبلیغات این است که بتوانید بر روی مخاطب تاثیر گذار ظاهر شوید. در این رابطه نکاتی وجود دارد که به میزان این امر خواهد افزود. بدون شک کلمات از جمله مواردی هستند که به خوبی فرد را می‌تواند به هدف شما نزدیک نماید. به همین خاطر بسیاری از صاحب نظران حوزه تبلیغات و بازاریابی بر این باور هستند که کلمات مستقیماً باعث فروش می‌شوند. در این رابطه توجه داشته باشید که شما با کمبود زمان مواجه هستید. به همین خاطر لازم است تا با کلماتی که بیش‌ترین تاثیر را بر روی مخاطب خواهند گذاشت، آشنایی کاملی را داشته باشید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۹ نمونه از این کلمات خواهیم پرداخت.

۱-شما

با توجه به این امر که هدف از تبلیغ موجود تحت تاثیر قرار دادن مخاطبان است، لازم است تا در انتخاب کلمات خود به نحوی عمل نمایید که آن‌ها مخاطب بودن خود را به خوبی درک نمایند. بدون شک کلمه شما خود بار معنایی لازم را به همراه خواهد داشت.

۲-نتایج

نتایج تحقیقات در این زمینه حاکی از بار مثبت این لغت داشته که موفقیت را برای افراد تداعی می‌کند. همچنین این امر مخاطبان را به این باور خواهد رساند که خرید محصولات شما برای آن‌ها نتایجی را به همراه داشته و بهبود خواهد بود. توجه داشته باشید که با کنج‌کاو نمودن مخاطب، لازم است تا برنامه‌ای برای معرفی نتایج ذکر شده داشته باشید.

۳-سلامتی

هیچ ثروتی بالاتر از سلامتی نیست و از جمله مواردی محسوب می‌شود که همواره مورد توجه جدی قرار می‌گیرد. با این حال این امر تنها در زمینه سلامت جسمی و روحی خلاصه نشده و به نوعی می‌توانید آن را با وضعیت درآمد و معیشتی آن‌ها نیز گره بزنید. در این رابطه بیش‌ترین تاثیر زمانی حاصل خواهد شد که شما وعده آن را بدهید.

۴-ضمانت

بدون شک برای هر خریداری این امر که پس از خرید توجه کیفیت متفاوت محصول شوند، یک کابوس خواهد بود. به همین خاطر لازم است تا همواره محصولات خود را ضمانت کرده و با این کار اطمینان لازم را در آن‌ها شکل دهید. بدون شک ذکر این کلمه در تبلیغات شما آسودگی خاطر را برای مخاطب به همراه خواهد داشت و از میزان تردیدهای آن‌ها خواهد کاست. برای مثال شرکت خودروسازی کادیلاک برای نمایش قابلیت ضد آبی محصول خود، در نمایشگاهی‌های فروش یک نسخه را در درون آکواریوم قرار داد که توجه بسیاری را به خود جلب کرد.

۵-کشف کردن

همواره موارد جدید برای افراد جذابیت بسیار بالایی را به همراه خواهد داشت. به همین خاطر شما قادر خواهید بود تا با تکیه بر این کلمه نگاه‌ها را به سمت خود جلب نمایید. برای مثال سامسونگ در جدیدترین محصول خود این جمله را بیان کرد که شما با تلفن همراه جدید خود تا مدت‌ها چیزهای جدید را تجربه خواهید نمود. بدون شک

ایستگاه بازاریابی

۱۰۰ ایده کارآمد بازاریابی (۱)

به قلم: کتی کوآن کارفرین و نویسنده حوزه بازاریابی و تبلیغات
مترجم: امیر آل علی

بدون شک بازاریابی و تبلیغات از جمله بخش‌های حیاتی برای هر کسب‌وکاری محسوب می‌شوند. با نگاهی به برندهای مختلف به این نکته پی خواهید برد که هر یک از آن‌ها برنامه‌ریزی منحصربه‌فردی در این رابطه دارند. تحت این شرایط ممکن است این باور در شما شکل گیرد که تنها کافی است تا با تکیه بر خلاقیت‌های خود، در این مسیر گام بردارید. با این حال این امر بدون شک به صورت کسب تجربه برای شما خواهد بود که ممکن است ریسک بسیار بالایی را به همراه داشته باشد. به همین خاطر لازم است تا در ابتدا نسبت به تمامی روش‌های مورد استفاده در این رابطه آگاهی داشته، و با تطبیق دادن آن با امکانات، نیاز و شرایط خود در نهایت بهترین‌ها را انتخاب نمایید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۰۰ ایده کارآمد بازاریابی خواهیم پرداخت.

۱- به روزنامه‌های محلی مراجعه نمایید

از جمله رسانه‌های مطرح در هر نقطه از جهان، روزنامه‌ها هستند. این منابع اطلاعاتی به علت انتظار روزانه، فضای خوبی را برای تبلیغات در اختیار خواهند داشت. این امر در اصل نکته‌ای است که شما باید آن را مورد توجه قرار دهید. در این راستا بهتر است تا به جای یک تبلیغات مستقیم، اقدام به انتظار مصاحبه و مقاله نمایید. این امر بدون شک تاثیر بیشتری را بر روی مخاطب خواهد داشت. در این رابطه لازم است تا ارتباط نزدیکی را با مسئولان روزنامه و خبرنگاران برقرار کرده و از آن‌ها برای ایجاد یک مقاله و یا مصاحبه مناسب، استفاده نمایید. بدون شک این امر به شهرت و آشنایی بهتر جامعه هدف با برند شما خواهد انجامید.

۲- یک خبرنامه ایجاد نمایید

از خبرنامه‌ها به عنوان نشریه‌های داخلی نیز یاد می‌شود که به وسیله آن شرکت‌ها قادر خواهند بود تا به تمامی اخبار مرتبط با حوزه خود بپردازند. بدون شک حتی روزنامه‌هایی که کاملا با حوزه کاری شما مرتبط باشند نیز نمی‌توانند تمامی اخبار و موضوعات مورد نظر شما را به علت کمبود فضا، تحت پوشش قرار دهند. با این حال شما نیاز به نشر موضوعات مختلف خواهید داشت تا مخاطب به درک بهتری از کار و اهداف شما دست پیدا کند. در این رابطه توجه داشته باشید که خبرنامه شما می‌تواند به صورت‌های مختلف منتظر شود. برای مثال هیچ مانعی وجود ندارد که به جای چاپ مطالب در کاغذ، از اینترنت استفاده نمایید. نکته مهم این بخش این است که از انتشار آن در بین کارمندان خود نیز غافل نشوید.



۳- وب ساینی جامع را راه‌اندازی کنید

بدون شک مخاطب تنها به اطلاعات و اخبار شرکت شما نیاز ندارد. در واقع این دسته از موارد ممکن است اولویت و نیاز آن‌ها نباشد. در این رابطه نکته مهم معرفی محصولات است. در اصل نیاز مشتری نخستین چیزی است که باید مورد توجه قرار گیرد. به همین خاطر لازم است تا محیطی فراهم باشد که در آن تمامی محصولات معرفی و پل‌های ارتباطی و نمایندگی‌های فروش نیز ذکر شود. در این رابطه اینترنت به دلیل محیط رایگان و قابلیت‌های متنوعی که دارد، بهترین گزینه موجود محسوب می‌شود. به همین خاطر لازم است تا از همان ابتدای کار خود به دنبال ایجاد یک وب سایت جامع باشید.

۴- تماس سرد را جدی بگیرید

تماس سرد در واقع به زمانی گفته می‌شود که شما لیستی از مشتریان بالقوه و جامعه هدف خود در اختیار داشته باشید و با برقراری تماس آن‌ها را از وجود خود آگاه سازید. در این رابطه نکاتی نظیر بهترین ساعت و لحن گفت‌وگو وجود دارد که با رعایت آن می‌توانید به میزان موفقیت اقدام خود بیفزایید. اگرچه بهتر است در این رابطه افرادی را برای گفت‌وگوی مستقیم به استخدام خود درآورید. با این حال یک مکالمه ضبط شده نیز می‌تواند از دیگر گزینه‌های شما در این رابطه باشد.

۵- همواره کارت شرکت را همراه خود داشته باشید

شما با کمی خلاقیت قادر خواهید بود تا هر دقیقه از زندگی خود را به فرصتی برای تبلیغات تبدیل نمایید. توجه داشته باشید که این امر ممکن است بسیار اتفاقی صورت گیرد. به همین خاطر لازم است تا همواره آمادگی انجام یک اقدام حرفه‌ای را داشته باشید. در این رابطه کارت‌ها از جمله رایج‌ترین و در عین حال مناسب‌ترین موارد محسوب می‌شوند. بدون شک هنگامی که یک موقعیت مناسب شکل گیرد، در اختیار نداشتن کار به معنای عدم حرفه‌ای بودن شما خواهد بود. در این رابطه توجه داشته باشید که شما در آن موقعیت نماینده برند خود هستید و این اقدام شما به تمام دهنه آسیب خواهد رساند. با این حال این امر تنها شامل مدیر شرکت نشده و تمامی کارمندان باید به این شکل عمل نمایند.

۴- محصول اصلی نسخه‌های کوچک‌تری را روانه بازار نمایید
به هر میزانی که تنوع بیش‌تری را در اختیار مشتری قرار دهید، به همان میزان قادر خواهید بود تا اقبال بیشتری را جذب نمایید. به همین خاطر همواره توصیه می‌شود تا نسخه‌های کوچک‌تری از محصول خود را نیز معرفی کرده و برای آن‌ها تخفیف‌ها و قیمت‌های مناسبی را تعیین کنید. در این رابطه منظور از واژه کوچک‌تر، همواره ابعاد آن نبوده و امکانات کم‌تر و کیفیت پایین‌تر را نیز شامل می‌شود.

ادامه دارد ...

منبع: www.creativeboom.com

۷ شکست قابل احترام در شبکه‌های اجتماعی



۷ کمپین بازاریابی محتوایی ناموفق در سال ۲۰۱۸

از آنها درخواست راه‌اندازی شعبه‌ای در آلاسکا را کرد، اشتباه هولناکی رخ داد. در اینجا باید توجه داشته باشیم که اگرچه آلاسکا به صورت خاکی از آمریکا فاصله زیادی دارد، اما همچنان جزو آمریکای شمالی به حساب می‌آید. به پاسخ صفحه رسمی چیک فیلا توجه کنید: «خیلی متشکریم. نظر شما برای ما خیلی مهم است. با این حال فعلا هیچ برنامه‌ای برای توسعه کسب‌وکارمان در فرانسوی آمریکای شمالی نداریم. در هر صورت از شما طرفداران برای ارسال نظرات‌تان نهایت سپاسگزاریم»

اگرچه تیم لاکهید مارتین به سرعت پست خود را از شبکه‌های اجتماعی حذف کرد، اما واکنش‌های منفی مردم و فعال‌های اجتماعی هرگز پایان نیافت. در حقیقت ماه اگوست یکی از خونین‌ترین ماه‌های توئیتر بود. در این مدت اغلب پست‌های این شبکه اجتماعی مرتبط با بمباران شهرهای یمن با استفاده از تجهیزات لاکهید مارتین بود. به این ترتیب بزرگترین برند حوزه تجهیزات نظامی با یک اشتباه عجیب بخش زیادی از اعتبار اجتماعی خود را از دست داد. حمله‌های فعال‌های اجتماعی به برند لاکهید مارتین محدود نشد. در حقیقت بسیاری سیاست‌های ایالات متحده و جامعه جهانی را در برخورد با بحران یمن زیر سوال بردند. این اعتراض‌ها حتی تا به حال نیز ادامه داشته است.

وقتی نیروی هوایی آمریکا به جای شوخی همه را به وحشت می‌اندازد

کمپین نیروی هوایی آمریکا بی‌شک فاجعه‌بارترین کمپین این فهرست محسوب می‌شود. در ماه مه ۲۰۱۸ این سازمان نظامی ویدئویی از پرواز یک جت جنگنده را منتشر کرد. در کنار این ویدئو صداگذاری فریاد «یانی» و «لورل» قرار داشت. این سازمان در متن توئیٹ خود عبارت عجیبی را به کار برد: «حتی مردم افغانستان و تروریست‌های طالبان نیز علاقه‌مند به شنیدن صدای فریاد «یانی» و «لورل» هستند». این نوع اظهار نظر از سوی نیروی هوایی آمریکا به سرعت با واکنش‌های منفی کاربران مواجه شد. در حقیقت اعتراض فعال‌های اجتماعی، سیاسی و مردم نه به ویدئو یا صدای آن، بلکه به ماهیت تحقیرآمیزش بود. بر این اساس اشاره به مردم افغانستان و تروریست‌های طالبان در متن توئیٹ نیروی هوایی به نوعی تمسخر ملیت افغانستان قلمداد شد. بی‌شک هیچ سازمان یا برندی برای خلق متنی خنده‌دار حق توهین به ملیت یا نژاد خاصی را ندارد. همچنین باید توجه داشت که نیروی هوایی آمریکا از یک صحنه نظامی خشن که موجب مرگ هزاران فرد نظامی و البته مردم عادی می‌شود، برای رسیدن به مقاصد تفریحی استفاده کرده است. این نوع تصویرسازی‌ها صورتی بی‌خیال و بی‌توجه نسبت به جان مردم را نشان می‌دهد. بی‌تردید چنین تصویری برای یک سازمان نظامی به هیچ وجه مناسب نیست. در هر صورت این سازمان‌ها باید به دنبال حفظ جان مردم باشند. شوخی با چنین سوزه‌هایی نگرانی زیادی را ایجاد می‌کند.

وقتی لوگوی جدید IHOB شباهت بیش از اندازه‌ای به لوگوی برند تامپون دارد

در اوایل سال ۲۰۱۸ خانه جهانی پنکیک اعلام کرد که نام برندش را از IHOB به IHOB تغییر می‌دهد. این اتفاق پس از ۶۰ سال در حال رخ دادن بود. بی‌شک بسیاری از نگاه‌ها به این تغییر نام جلب شد. با این حال ذکر شباهت لوگوی جدید با نام و لوگوی برند تامپون برای تولیدکننده پنکیک‌ها، خوشبختانه گران تمام شد. بسیاری از افراد در شبکه‌های اجتماعی طرح IHOB را به دلیل عدم خلاقیت و کپی صرف از طرح دیگر برندها مورد بازخواست قرار دادند. برخی دیگر از کاربران نیز برند IHOB را به خاطر بی‌فکری و ناتوانی در طراحی یک لوگوی جذاب پس از ۶۰سال مورد تمسخر قرار دادند. بی‌شک شبکه‌های اجتماعی راهکاری موثر برای انتشار رسمی مطلب برندها هدف است. تولید محتوای جذاب برای بازاریابی نیز یکی از الزامات فعالیت در چنین فضایی محسوب می‌شود. با این حال اگر چنین فرآیندی را بسا بی‌دقتی انجام دهیم، همه چیز از دست خواهد رفت. امروزه کاربران حتی کوچک‌ترین اشتباهات را نیز متوجه می‌شوند. بر این اساس عدم بازبینی مطالبمان پیش از انتشار به مانند تلاش برای نابودی برندها نیست. اگر پیش از انتشار رسمی مطلب برندها فقط اندکی زمان را برای بازبینی محتوایی، دستوری و زیبایی شناختی آن اختصاص دهیم، تا حد زیادی از بروز فاجعه‌های عجیب در حوزه بازاریابی محتوایی در امان خواهیم ماند. در غیر این صورت باید همیشه نگران بروز مشکلی در مورد کمپین‌مان باشیم. شاید برای کاربران اشتباه شما فقط خنده‌دار باشد، اما در حوزه بازاریابی برند شما تا مدت‌ها به مثابه نوعی دلقک برای کاربران به حساب خواهد آمد.

منبع: socialmediatoday

شاید در نگاه نخست این واکنش شدید اندکی عجیب به نظر برسد. به همین دلیل در اینجا قصد داریم بحث را اندی بزرگتر نماییم.

یکی از کاربران در پاسخ به درخواست لاکهید مارتین تصویری از یک بمب‌انداز را منتشر کرد. نکته مهم در مورد این بمب‌انداز کاربرد آن در بمباران شهرهای یمن بود. سایر کاربران در واکنش به این مطلب تصویری از به خون غلغیدن کودکان در پارک‌ها، مدارس و مراکز بازی یمن را منتشر کردند. محتوای متنی تمام این تصاویر واحد بود. بمب‌های لاکهید مارتین کودکان بسیاری را از بازگشت به خانه برای همیشه محروم کرده است.

اگرچه تیم لاکهید مارتین به سرعت پست خود را از شبکه‌های اجتماعی حذف کرد، اما واکنش‌های منفی مردم و فعال‌های اجتماعی هرگز پایان نیافت. در حقیقت ماه اگوست یکی از خونین‌ترین ماه‌های توئیتر بود. در این مدت اغلب پست‌های این شبکه اجتماعی مرتبط با بمباران شهرهای یمن با استفاده از تجهیزات لاکهید مارتین بود. به این ترتیب بزرگترین برند حوزه تجهیزات نظامی با یک اشتباه عجیب بخش زیادی از اعتبار اجتماعی خود را از دست داد. حمله‌های فعال‌های اجتماعی به برند لاکهید مارتین محدود نشد. در حقیقت بسیاری سیاست‌های ایالات متحده و جامعه جهانی را در برخورد با بحران یمن زیر سوال بردند. این اعتراض‌ها حتی تا به حال نیز ادامه داشته است.

وقتی یک ایستگاه خبری در شیکاگو به اشتباه پیونگ چانگ را «بی اف چانگز» تلفظ می‌کند

در طول ماه فوریه ۲۰۱۸ المپیک زمستانی در حال برگزاری بود. در این بین ایستگاه خبری شیکاگو تصویری را به صورت زنده در یکی از اکانت‌های خود در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری کرد. ماهیت کلی این پست تحلیل مسابقات مختلف بود. نکته جالب در این میان اشتباه گزارشگر این ایستگاه بود. بر این اساس وی رستوران مشهور بی اف چانگز را با نام شهر پیونگ چانگ (محل برگزاری مسابقات) اشتباه گرفت. بی‌شک برای یک گزارشگر ورزشی چنین اشتباهی به هیچ وجه قابل بخشش نیست. به همین خاطر بسیاری از افراد ناآگاهی گزارشگر ایستگاه شیکاگو در تشخیص نام یکی از بزرگترین شهرهای کره جنوبی با توهین به مخاطب تلقی کردند. همچنین تا مدت‌ها این اشتباه سوزه صفحات طنز در شبکه‌های اجتماعی بود.

اگرچه چنین اشتباه‌هایی برای همه افراد رخ می‌دهد، با این حال یک بازبینی ساده محتوا از چنین فاجعه‌هایی جلوگیری خواهد کرد. بیشتر برندها از بازاریابی مجدد محتوای خود را نوعی کار اضافی تلقی می‌کنند. این در حالی است که اغلب فاجعه‌ها در زمینه بازاریابی محتوایی و تبلیغات از همین اشتباه‌های کوچک ناشی می‌شود. با اختصاص اندکی زمان بیشتر به فرآیند بازبینی محتوای برندها در زیر پست، چنین اشتباه‌هایی جلوگیری به عمل خواهد آمد.

وقتی یوتیوب برای جشن چهارم جولای پرچم اشتباه انتخاب می‌کند

استفاده از جشن‌های ملی برای خلق برترین کمپین‌های بازاریابی محتوایی کار بسیار جالبی است. در هر صورت در چنین جشن‌هایی شناسن ما برای دسترسی به مخاطب هدف بیشتر خواهد بود. به همین دلیل در چهارم جولای امسال اکانت یوتیوب در توئیٹ متن تریکی را بارگذاری کرد. متن این توئیٹ مانند بسیاری از نمونه‌های مشابه شامل تریکی ساده بود. همچنین عبارت «کانال محبوب شما در یوتیوب کدام است؟» نیز در کنار آن قرار داشت. با این حال در زمینه انتخاب اموجی پرچم اشتباه هولناکی رخ داد. بر این اساس ادمنین صفحه یوتیوب به جای پرچم آمریکا از پرچم لیبیا استفاده کرد.

اگرچه بسیاری از کاربران متوجه اشتباه یوتیوب نشدند، اما یکی از صفحات طنز توئیٹ به نام OK به خوبی آن را فهمید. بر همین اساس ادمنین‌های این صفحه کامنت طنزی را در زیر پست یوتیوب بارگذاری کردند: «بسیار عالی، اما این حتی پرچم آمریکا هم نیست». پس از انتشار این کامنت حجم درج کامنت‌های خنده‌دار در زیر پست یوتیوب افزایش یافت. اگرچه این توئیٹ به سرعت اصلاح شد، اما در دنیای دیجیتال هیچ چیز از نگاه ریزین مخاطب دور نمی‌ماند.

وقتی چیک فیلا واقعا نیاز به یک نقشه خوب دارد

چیک فیلا یکی از محبوب‌ترین برندهای فست فود در آمریکای شمالی محسوب می‌شود. اگرچه آنها غذاهای خوشمزه‌ای به مشتریان ارائه می‌دهند، اما بی‌شک شناخت‌شان از جغرافیا به اندازه مهارت آشپزی‌شان خوب نیست. بر این اساس هنگامی که یکی از کاربران

به قلم: آلبو گارسیا مدیر عمل و موسس برند GAIN و فعال در زمینه بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل علی

اکنون در سال ۲۰۱۸ هستیم و اغلب قریب به اتفاق برندها دیگر فعالیت در شبکه‌های اجتماعی را امری ضروری تلقی می‌کنند. فعالیت بازاریابی و تبلیغاتی بهینه در شبکه‌های اجتماعی فرصت جلب نظر طیف بسیار وسیعی از کاربران را به کسب‌وکارها می‌دهد. در دنیای کسب‌وکار برندهای بزرگ طرفدارهای خاص خود را دارند. پلتفرم‌های مختلف بنابر نوع محتوای موجود فرصت تعامل هر چه بیشتر برندها با طرفداران‌شان را نیز فراهم می‌کند. با این حال همانقدر که شبکه‌های اجتماعی فرصت فعالیت سازنده را فراهم می‌کنند، به همان میزان نیز باعث دردسر برندها خواهند شد. در حقیقت فعالیت غیراصولی در این محیط فاجعه‌های بسیار عجیب و غریبی را به بار می‌آورد. فضای اینترنت علی‌رغم تمام ویژگی‌های سازنده‌اش، هیچ نکته‌ای را از دید کاربران پنهان نگه نمی‌دارد. این امر موجب مشاهده سریع کوچک‌ترین اشتباه ما از سوی خیل عظیمی از کاربران خواهد شد. به عبارت دقیق‌تر، به محض کلیک بر روی دکمه بارگذاری دیگر راهی برای بازگشت وجود ندارد.

یکی از تفریح‌های کاربران در شبکه‌های اجتماعی یافتن کمپین‌های ضعیف، نام‌های خنده‌دار و اشتباهات برندهای بزرگ و کوچک است. به این ترتیب با انتشار یا بازنشر آنها سوز خنده مناسبی برای کاربران فراهم می‌شود. البته از نقطه نظر برندها این امر به معنای یک فاجعه تمام عیار خواهد بود. در هر صورت اینجا پای اعتبار یک شرکت به عنوان پشتیبان بردش در میان است. به همین جهت بسیاری از کارشناس‌های حوزه بازاریابی محتوایی بازبینی و مشاهده چند باره محتوای موردنظرمان پیش از بارگذاری را توصیه می‌کنند.

اگر فقط یک نکته از بدترین کمپین‌های بازاریابی محتوایی سال ۲۰۱۸ (تا به اینجا) بخوایم بدانیم، آن نکته «بازخوانی محتوا و رفع ایرادات» خواهد بود. اجازه دهید به سراغ برخی از بدترین کمپین‌های شکست‌خورده سال جاری برویم. این کمپین‌ها در عین عدم موفقیت نکات کاربردی مهمی را برای دست اندر کاران حوزه بازاریابی و تبلیغات به ارمان آورده‌اند.

وقتی اسنپ چت پرسشی غیرمعارف در مورد ریحانا بارگذاری می‌کند

در ماه مارس ۲۰۱۸ پلتفرم اسنپ چت کمپین مسابقه‌محوری تحت عنوان «کدام را ترجیح می‌دهی» برگزار کرد. در این کمپین از کاربران تقاضای انتخاب میان «ریحانای سیلی خورده» و «کریس براون مشت خورده» مطرح شده بود. اندکی پس از بارگذاری این کمپین کاربران اسنپ چت از نوع محتوای آن متعجب شدند. در هر صورت این کمپین برای هر دو سلبریتی دنیای هنر نوعی توهین محسوب می‌شد. بسیاری از کاربران این ماجرا را به مسائل سال ۲۰۰۹ و بخش غم‌انگیز گذشته این دو ستاره مربوط دانستند. به همین خاطر موج اعتراضی به اقدام اسنپ چت پیش از پیش گردید. اشتباه اسنپ چت در اینجا کاملا واضح است: اقدام به تبدیل دو ستاره پرطرفدار به سوز خنده کاربران. واکنش ریحانا به اقدام اسنپ چت بسیار شدید بود. بر این اساس وی در صفحه رسمی‌اش در اینستاگرام یک استوری در سرزنش مدیران اسنپ چت بارگذاری کرد. تیم اسنپ چت به سرعت کمپین بازاریابی محتوایی‌شان را لغو و نامه عذرخواهی رسمی منتشر کردند. با این حال ضربه اصلی به اعتبار و وجه حرفه‌ای این پلتفرم وارد شده بود. در مواجهه با این مسئله بسیاری از کاربران اپ اسنپ چت را حذف کردند. به همین دلیل اکنون دیگر خبری از رقابت نزدیک اسنپ چت با رقبای نظیر اینستاگرام نیست. یک اشتباه ساده موجب سقوط شدید ارزش سهام اسنپ چت در بازار نیز شد. به این ترتیب شاید سال‌ها برای جبران این اشتباه وقت لازم باشد.

وقتی لاکهید مارتین در هشتک «روز جهانی عکس» شکست می‌خورد

لاکهید مارتین بی‌شک بزرگترین شرکت تولید تجهیزات فضایی‌مایی و نظامی است. همچنین این برند در ایالات متحده تولیدکننده شماره یک و بزرگترین طرف قرارداد پنتاگون محسوب می‌شود. در ماه آگوست سال جاری این برند از فالوورهای خود در شبکه‌های اجتماعی درخواست ارسال تصاویر زیبا از محصولاتش را کرد. این اقدام به سرعت در شبکه‌های اجتماعی با توئیٹ‌های تند و سرزنش‌کننده مواجه شد.

رهبری

۵ دلیل برای اخراج فوری کارمندان ضعیف

مترجم: مریم امیری خواه

آیکون

اخراج کردن کارکنان به هیچ‌وجه کار آسانی نیست، اما پیامدهای حفظ کارکنان با عملکرد ضعیف بسیار بدتر است. منطق و حس ششم‌تان به شما می‌گوید که وقت آن رسیده تا یکی از کارکنان‌تان را که عملکرد ضعیفی دارد، اخراج کنید، اما احساسات و کمبود وقت باعث می‌شود که کاری نکنید. فقط شما نیستید، بسیاری از کارآفرینان بر سر تصمیم‌گیری درباره اخراج یا حفظ کارکنان ضعیف دچار مشکل می‌شوند و این کار اجتناب‌ناپذیر را به تأخیر می‌اندازند؛ این امروز و فردا کردن خسارت و تنش‌ی غیرضروری را به خودشان، کارکنان و مشتریان وارد می‌کند و بازدهی و درآمد شرکت را نیز تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. اگر یکی از کارکنان‌تان همیشه دیر سر کار حاضر می‌شود، کارش را خوب انجام نمی‌دهد، نسبت به همه چیز بی‌تفاوت است یا جنجال به راه می‌اندازد، مطمئن باشید که نگه‌داشتن او به ضررتان تمام می‌شود. پس از آن که هرچه در توان داشتید، برای تربیت و آموزش او به کار گرفتید، اما میخ آهنین در سنگ فرو نرفت، بهتر است این بار اضافی را از روی شانه‌های‌تان بردارید. ضعیف بودن حتی یکی از کارکنان اثر مخربی بر روی عملکرد کل شرکت می‌گذارد. باین حال اکثر صاحبان کسب و کارهای کوچک بر پایه عامل‌های احساسی ترجیح می‌دهند تا این تصمیم‌گیری بدبختی را به بعد موکول کنند.

۵ دلیل اشتباه برای نگه‌داشتن کارمندان با عملکرد نامناسب

۱- وقت نداشتن برای یافتن و آموزش جایگزین

کارمندی که عملکرد ضعیفی دارد، باعث می‌شود که انرژی و زمان شرکت به هدر برود. اگر معتقدید که زمان کافی را برای یافتن و آموزش یک کارمند جدید ندارید، مطمئن باشید که دارید خودتان را گول می‌زنید تا از این تصمیم ناخوشایند فرار کنید. شکی نیست که آموزش یک کارمند تازه وارد کاری وقت‌گیر و مضطرب‌کننده است، اما پس از آن که تصمیم‌تان را گرفتید و بر روی بهبود وضعیت و کارکنان‌تان متمرکز شدید، دوباره سر حال و پرانرژی خواهید شد. به علاوه بعد از آن که این جایگزینی را با موفقیت به اتمام برسانید، وقت بیشتری پیدا خواهید کرد، چون می‌توانید انرژی‌تان را صرف کار دیگری بکنید.
۲- چون کارمند مورد نظر آدم خوبی است، اخراج کردن او سخت است
کارمندان ضعیف همواره اشخاصی تنبل، بی‌تفاوت یا با ویژگی‌ها و روحیات ناسالم نیستند، گاهی اوقات آنها افرادی دوست‌داشتنی و باملاحظه هستند، اما مهارت یا استعداد کافی را برای انجام دادن این شغل ندارند. فرقی نمی‌کند که این کارمند ضعیف آدم خوبی است یا نه، در هر حال نمی‌تواند عملکرد بهینه را ارائه دهد و با نگه داشتن او در حقیقت دارید، در حق خودتان و گروه‌تان خیانت می‌کنید. مطمئن باشید که کارمندتان نیز از ناکارآمدی و ضعیف بودن خود آگاهی دارد و این ضعف باعث نگرانی و ناراحتی او نیز شده است. اگر موقعیت دیگری متناسب با توانایی‌های این آدم خوب، اما کارمند بد وجود ندارد، بهتر است هم خودتان و هم او را از این نگرانی و اضطراب نجات دهید.

۳- اجتناب از مشاجره

مدیران غالباً مکالمات وحشتناکی را برای زمان اخراج تصور می‌کنند و درباره آن نگران هستند، که به ندرت اتفاق میفتد. کم پیش می‌آید که کارمندی هنگام اخراج با رئیس مشاجره کند و او را تهدید کند، البته کارمندان گاهی اوقات تاحدی احساساتی می‌شوند. اگر احساس کردید که بحث ناخوشایندی قبل از این گفت‌وگوی سخت، در طول آن و بعد از آن در پیش است، آسوده‌خاطر باشید که این مشاجره زودگذر خواهد بود.

۴- امید به بهبود عملکرد کارمند ضعیف

تعیین تکلیف این دلیل آسان است. اگر به کارمند مزبور آموزش داده‌اید، او را راهنمایی کرده‌اید و به اندازه کافی برای بهبود عملکرد به او فرصت داده‌اید، اما نتیجه نگرفته‌اید، مطمئن باشید که هزار سال دیگر هم اثری از بهبود در او نخواهید دید.

۵- احساس گناه برای حمایت نکردن از کارمند ضعیف

متأسفانه بسیاری از صاحبان کسب و کارهای کوچک در زمینه آموزش کارکنان ضعیف عمل می‌کنند. هرچه پول و وقت بیشتری برای ثبت فرآیندها و سیستم‌ها صرف کنید، در انتها پول و وقت بیشتری به دست خواهید آورد. اگر در آموزش مناسب کارکنان‌تان کوتاهی کرده‌اید، هنوز فرصت برای جبران این کار وجود دارد، اما مراقب باشید که کمبود و ناکارآمدی آنها را به پای کوتاهی خودتان نگذارید.

۵ دلیل برای اخراج فوری کارمندان ضعیف

اگر هنوز قانع نشده‌اید، که از به تأخیر انداختن این تصمیم و بهانه آوردن برای حفظ این کارمند بد دست بردارید، بهتر است با پیامدهای منفی به تعویق انداختن این تصمیم مهم آشنا شوید.

۱- ضرر مالی

بازدهی برای موفقیت حیاتی است. یک کارمند ضعیف، در هر موقعیت و شغلی، همواره اثری منفی بر روی درآمد شرکت خواهد داشت. حتی اگر کار آنها به گونه‌ای نباشد که با مشتریان در تماس باشند، باز هم در نقطه‌ای باعث کند شدن فعالیت‌ها خواهند شد.

۲- آسیب زدن به فرهنگ شرکت

اگر فردی از زیر بار تعهدات و مسئولیت‌های خود شانه خالی کند، عوارض این کوتاهی پیامی منفی را به کارکنان دیگر منتقل خواهد کرد. شاید تأثیر این پیام آنی نباشد، اما مطمئن باشید که دیر یا زود متوجه تغییر در نگرش و حتی عملکرد دیگر کارکنان خواهید شد.

۳- شاید خودتان متوجه نباشید، اما این استرس عملکرد خوتان را نیز تحت‌الشعاع قرار داده است

کارآفرینان غالباً از کمبود وقت شکایت دارند، حال آن که مشکل اصلی بیشتر به ضعف در مدیریت زمان و کمبود انرژی مربوط می‌شود. اگرچه مغز توانایی تقسیم‌بندی را دارد، اما فشار و بار مربوط به تصمیمی که می‌دانید، باید آن را بگیرد اما دائم به تأخیرش می‌اندازید، بر ذهن‌تان سنگینی می‌کند. در نتیجه انرژی جسمی و روحی‌تان تحلیل می‌رود و عملکردتان آهسته می‌شود. بهتر است همین امروز این بار را از شانه‌های‌تان بردارید تا استرس‌تان کمتر شود و عملکردتان بهبود یابد.

۴- مشتریان متوجه ضعف در عملکرد شرکت می‌شوند و از معامله با شما وانگیزانه است

چه کارمندان حسن نیت داشته باشد و نهایت تلاشش را برای خدمت به مشتریان بکند، چه تالاق باشد و اشتباهات فاحش انجام بدهد، وفاداری مشتریان حد و مرزی دارد. ضعف در خدمات مشتریان بر روی موقعیت شما، به عنوان رهبر آنان تأثیر می‌گذارد و احترام و منزلت‌تان را در نظر دیگران کاهش می‌دهد. به علاوه هر اشتباهی هزینه‌هایی را به شما و مشتریان تحمیل می‌کند.

۵- متوقف کردن دیگران، حتی کارمندی که اخراج شدنی است، ناچوانمزدانه است

چون کارمندان آدم خوبی با به هزار و یک دلیل دیگر، برای او احساس تاسف می‌کنید، اما واقعیتی که کارآفرینان غالباً آن را نادیده می‌گیرند، این است که ممکن است کارمندان شادی و عزت نفس را در شغل دیگری پیدا کند که با توانایی‌هایش تناسب بیشتری دارد. چنانچه فردی با روحیات و ویژگی‌های متعادل دیگر مجبور باشد که تمام روز سر کار با خودش کلنجار برود، سرانجام می‌تواند روی پای خودش ایستد که با خاتیر نالداشتن این تصمیم ناگزیر هم در حق خودتان ظلم کرده‌اید، هم در حق کارمندی که دیر یا زود باید شرکت را ترک کند.
منبع inc

با افزایش سن و پختگی بیشتر، بزرگ‌ترین درسی که یاد گرفته‌ام این بود که بسیاری مسائل در زندگی واقعاً ساده هستند و ما همچنان سعی در پیچیده‌ساختن آنها داریم؛ این کار به ما حس ارزشمندتر بودن می‌دهد. در اینجا بود که به مطالعهٔ اخیر دانشگاه هاروارد برخوردم که مرا تحت تأثیر قرار داد. مقاله به بررسی نقش پرسیدن سؤال بر روابط میان فردی پرداخته بود. یافته‌های این مقاله حاکی از این بود که پرسیدن سؤال، یکی از مهمترین جنبه‌های اعتماد و یک رابطه باز و همچنین از مهمترین جنبه‌های هوش عاطفی بالاتر و یادگیری است. قبل از اینکه مفصلاً به این یافته‌ها بپردازم، مایلم شما لحظه‌ای درنگ کنید و به تأمل درباره افرادی که نزدیک‌ترین ارتباط را با شما دارند، بپردازید. حتماً لازم نیست این روابط بلندمدت یا مربوط به افرادی باشند که شما به طور معمول با آنها سر و کار دارید، بلکه می‌تواند مربوط به افرادی شود که مایلید با آنها در ارتباط باشید، چرا که تصور می‌کنید ذهنیت‌شان با شما مشابه و رابطه حسی و پیوندی عاطفی میان شما برقرار است.

حاضرم شرط بنبندم اگر شما درباره گفت‌وگوهای‌تان با افرادی که در این حلقه درونی جای می‌گیرند فکر کنید -چه این افراد کسانی باشند که شما را نصیحت می‌کنند و چه افراد خاصی در زندگی شما باشند- متوجه خواهید شد که نقطه‌ای مشترک در تمامی این روابط وجود دارد؛ نقش سؤال پرسیدن. شما خیلی راحت و بدون ملاحظه حاضر هستید از آنها سؤال کنید و حتی از سؤالات آنها درباره خودتان لذت هم می‌برید. در زمان پرسیدن این پرسش‌ها، یک افشاجاری متقابل برای شما رخ می‌دهد که نه تنها از میزان اعتبار و صحت شما در آشکارسازی خود برای دیگران پرده برمی‌دارد، بلکه شما را به ایده‌ها، سؤالات و بینشی می‌رساند که به‌تنهایی قادر نبودید به آن دست یابید. این همان جوهره درونی تحقیقات هاروارد است که توسط آلِیسون وود بروکس (Alison Wood Brooks)و لزلِی کی. جان (Leslie K. John) به رشته تحریر در آمده است.

از کجا یاد گرفتید سوال بپرسید؟

یادگیری اینکه چگونه سؤال بپرسید، چیزی نیست که بیشتر افراد بلد باشند؛ مگر اینکه شما وکیلِ در حیطه قانونی بوده باشید یا یک پزشک و یا خبرنگار. این گونه نیست که بگوییم هر کدام از این حرفه‌ها، دارای یک فرمول جهانی کاربردی هستند که نشان می‌دهد چگونه سؤال را به بهترین نحو بپرسیم، بلکه مسئله این است که در هر کدام از این حرفه‌ها داشتن رابطه‌ای شفاف بسیار حیاتی و مهم است. در گفت‌وگو با شخص مقابل باید تمرکز خود را بر روی او بگذارید تا بتوانید رابطه‌ای اثربخش با وی داشته باشید.

بزرگ‌ترین و مهم‌ترین سؤال این است که چگونه از سؤالات‌مان در مواردی که هدف ما یک رابطه بلندمدت است استفاده کنیم.

آنچه بروکس و جان کشف کردند به‌خودی‌خود مسئله شگرفی نبود. همه ما این را درک می‌کنیم که همدلی و علاقه نسبت به شخصی دیگر نشان‌دهنده این است که می‌خواهیم آنها را بهتر بشناسیم. اما مسئله این است که چگونه به بهترین نحو این سوالات را بپرسیم تا نشان‌دهنده همدلی ما باشند. این مسئله چیزی نیست که ما آن را قبلاً تمرین کرده باشیم و حتی در صورت تمرین باز هم ممکن است در این راه دچار اشتباه شویم.

جهت کمک به این موضوع بروکس و جان دستورالعمل‌هایی را در پژوهش‌شان ارائه کرده‌اند. این موارد کمک می‌کنند بهترین سؤال ممکن را بپرسیم که شکل‌دهنده یک پیوند بنیادین محکم، اعتماد، همدلی، شفافیت و از لحاظ هوش عاطفی صمیمانه باشد.

به سوالات پیگیری توجه کنید

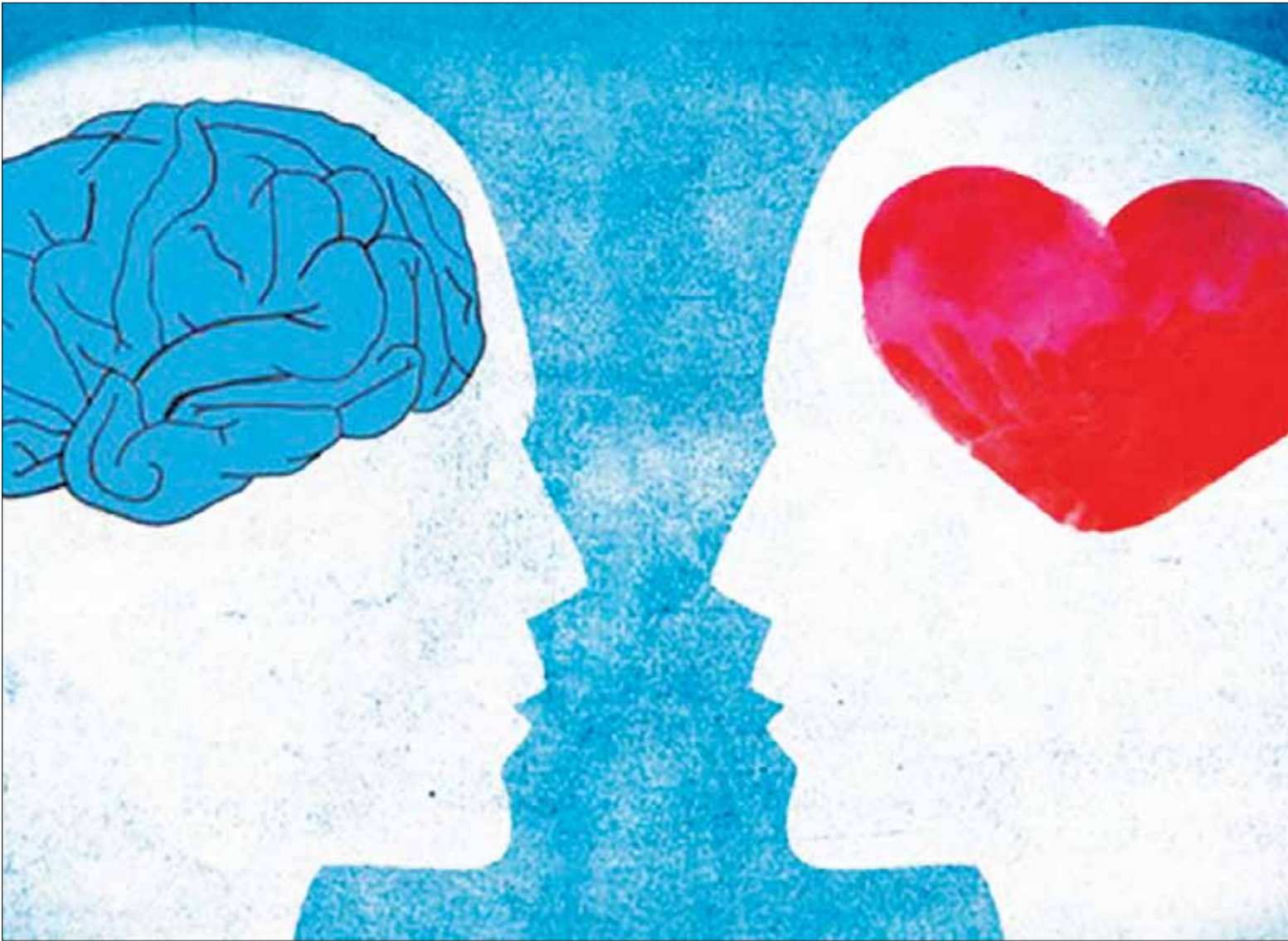
براساس تحقیقات بروکس و جان، چهار نوع سؤال وجود دارد: سؤالات مقدماتی (مانند: حال شما چطور است؟)، سؤالات انعکاسی (مانند: من خوبم، شما چطورید؟)، سؤالات کاملاً تغییردهنده (مانند سؤالاتی که به‌طور کلی موضوع بحث را عوض می‌کنند) و سؤالات پیگیری‌کننده (سؤالاتی که اطلاعات بیشتری را طلب می‌کنند). تمامی این سؤالات جایگاه خاص خود را دارند، اما سؤالات پیگیری‌کننده به‌طور ویژه‌ای مهم هستند. این سؤالات نشان‌هایی هستند از علاقه شما به شخصی که دارید با او صحبت می‌کنید. عکس این قضیه نیز صادق است. اگر شما سؤالات پیگیری‌کننده را نادیده بگیرید و صرفاً به سایر سؤالات ذکر‌شده اکتفا کنید، گفت‌وگوی شما در بدترین حالت، تبدیل به گفتیش عقاید می‌شود و در بهترین حالت تبادلِ ناخوشایند خواهد بود. همچنین به یاد داشته باشید زمانی که شخصی به یک سؤال پاسخ می‌دهد، معمولاً در را کمی بازتر می‌کند تا شاید بتواند اطلاعاتی را آشکار کند که دوست دارد آنها را به اشتراک بگذارد.

بدانید چه موقع از سؤالاتی با پایان باز استفاده کنید

همهٔ ما می‌دانیم که سؤالات با پایان باز از سؤالاتی هستند که صرفاً پاسخ آری یا خیر دارند. این موارد حتی بهتر از سؤالاتی هستند که در چند گزینه به شما حق انتخاب می‌دهد؛ چرا که منجر به پاسخ‌هایی غنی‌تر و آشکارکننده‌تر می‌شوند. این‌ن یک حقیقت است؛ هرچند مسئله‌ای که ما اغلب آن را نادیده می‌گیریم، خطر استفاده از سؤالات با پایان بسته هستند که حس جانبداری و سوءاستفاده را منتقل می‌کنند. همه ما در معرض پرسیدن یا پرسیده‌شدن سؤالات پایان بسته‌ای که هدفشان نشاندن ما در یک موقعیت از پیش تعیین‌شده است بوده‌ایم. من دوستی دارم که در پرسیدن سؤالات پایان بسته چنان بدنام است که زمان انجام این کار چنین به نظر می‌رسد که حضور یا عدم‌حضور من در آنجا تنها یک گزینه است! بعد از پرسیدن سؤال کمی درنگ کنید و به شخص مقابل اجازه دهید آن را هضم کند و سپس پاسخ دهد. سعی نکنید تنها برای خالی‌نبودن عریضه یا شکستن سکوت سؤال بپرسید. به‌عنوان مثال یکی از بهترین روش‌ها استفاده از سؤالات پیگیری‌کننده یا پاسخی پایان بسته در انتهای سؤال است، مانند آری یا خیر. به‌عنوان مثال «می‌توانی بگویی چرا جوابت مثبت بود (یا نه)؟»

توالی را درک کنید

یکی از جالب‌ترین یافته‌های تحقیق این بود که ترتیب سؤال‌ها اثر بسیار مشهودی بر نحوه پاسخگویی افراد داشت. زمانی که هدف ما به‌دست‌آوردن اطلاعات و یا رسیدن به یک نوع بینش است (بدون توجه به اینکه مقصود ما داشتن رابطه‌ای بلندمدت است یا خیر) باید با سخت‌ترین و تهاجمی‌ترین سؤال‌ها آغاز کنیم، چراکه در صورت استفاده از این روش، ادامه کار کمتر دشوار و تهاجمی به نظر خواهد رسید. هرچند در یک رابطه ساختن تناقض، کار صحیحی است. ما باید صمیمیت، اعتماد و شفافیت ایجاد کنیم. محققان این پژوهش از مثالی بهره بردند که مربوط به یکی از ویدئوهای پرطرفدار تد بود که درباره ۳۶ پرسش که سبب می‌شوند افراد عاشق شوند حرف می‌زد. این ۳۶ سؤال پایه اصلی کار آنها را در مقاله کسب‌وکار هاروارد تشکیل می‌داد. «آرتور ارون (Arthur Aron) غریبه‌هایی را استخدام کرد تا به آزمایشگاه بیایند. آنها را به‌صورت زوج‌های دونفره کنار هم و فهرستی از سؤالات را در اختیار آنها قرار داد. به آنها گفته شد با سؤالات نسبتاً جزئی کار خود را شروع کنند و سپس به سؤالات عمیق‌تر و درونی‌تر برسند؛ سؤالاتی همچون «بزرگ‌ترین پشیمانی شما چیست؟». از زوج‌هایی که در گروه کنترل بودند خواسته شد تا به‌طور ساده



با یکدیگر به معاشرت بپردازند، زوج‌هایی که از سؤالات تعیین‌شده استفاده کرده بودند نسبت به زوج‌های گروه کنترل بیشتر به یکدیگر علاقه‌مند شده بودند. این اثربخشی آن‌قدر قوی است که به‌صورت فرمولی با عنوان «لقای نزدیک‌کننده رابطه» در آمده است. محققان از این فرمول جهت ایجاد حس ارتباطی بین داوطلبان شرکت‌کننده در تحقیقات استفاده می‌کنند.»

از لحن صحیح استفاده کنید

لحن از تمامی آنچه برای پایان دادن یا آغاز یک مکالمه بهره می‌بریم مهم‌تر است. یافته‌ها دقیقاً همان چیزی هستند که انتظارش را دارید: پرسیدن سؤالات به روش معمول، بیش از لحن خشک و رسمی در افراد احساس نزدیکی ایجاد می‌کند. اما نکته جالب اینجاست که این حقیقت در تمامی انواع ارتباطات کاربرد دارد، حتی سؤالات و نظرسنجی‌های آنلاین. در این پژوهش از نظرسنجی آنلاین نیز سخن به میان آمده است؛ جایی که عده‌ای از افراد را با پرسشنامه‌هایی با لحن رسمی و گروهی دیگر را با پرسشنامه‌هایی با لحنی شوخ و سرگرم‌کننده آزمایش کردند. براساس پژوهش، شرکت‌کنندگان دسته دوم، دو برابر بیش از سایرین تمایل داشتند اطلاعات حساس‌شان را فاش کنند.

البته هر نوع استراتژیی که برای به حرف‌آوردن افراد داشته باشید، می‌تواند مانند شمشیری دو لبه عمل کند. در حقیقت بسیاری از نرم‌افزارهایی‌که برای جمع‌آوری اطلاعات شخصی در شبکه‌های اجتماعی به کار می‌روند، می‌توانند منجر به رسوایی دیگری همچون رسوایی تحلیلی کمبریج شوند، چرا که در آنجا هم از همین نرم‌افزارهای سرگرم‌کننده و به‌ظاهر بی‌اهمیت استفاده شده بود.

به پویایی گروه توجه کنید

همیشه به این صورت نیست که شما سؤالات را یک‌به‌یک بپرسید. زمانی که بحث گروه به میان می‌آید، پاسخ‌ها لزوماً تحت‌تأثیر قرار می‌گیرند. نکته جالب‌توجه این است که تنها چند نفر تعیین‌کننده این اثرپذیری در گروه هستند؛ افرادی که با یکدیگر احساس راحتی و نزدیکی می‌کنند. یافته دیگر این پژوهش آن است که افراد ثالثی که شاهد گفت‌وگوی دو نفر در گروه هستند، بیشتر علاقه‌مند به شخصی می‌شوند که به سؤالات پاسخ می‌دهد تا شخص سؤال‌کننده. دلیل این امر آن است که شخص سؤال‌کننده چیز زیادی از خود بروز نمی‌دهد و حتی ممکن است متکبر یا خودخواه نیز به نظر برسد. این پژوهش همچنین به کاوش این مسئله پرداخته است که آنچه سبب می‌شود پاسخ به سؤالات بامعنی و سازنده باشد، پیشبرد حس عدالت، پیوند و به اشتراک‌گذاری است. نتیجه نهایی این است که شما باید برای تعادل، شفافیت و به اشتراک‌گذاری تلاش کنید. اگر به هر نحوی تعادلی در کار نباشد، ممکن است مکالمه شما به بیراهه رود و ایجاد ناراحتی و یا حتی نسبت به انگیزه‌های شخص سؤال‌کننده شک و تردید ایجاد کند. اما به طور کلی مسائل عنوان‌شده خیلی هم کامل نیستند. همچنان اگر شما پیگیر آنچه می‌پرسید، نحوه پرسش و میزان استفاده از موارد فوق شوید، باز هم ممکن است اینکه گاه تا چه حد از این موارد انحراف دارید شگفت‌زده‌تان کند. ما همه دوست داریم این حس را داشته باشیم که یک نفر به ما علاقه دارد. دوست داریم این حس را داشته باشیم که آنچه را با دیگران به اشتراک می‌گذاریم به‌طور یگانه‌ای مختص به خود ماست و ما را تبدیل به فردی ارزشمند می‌کند. دوست داریم با افرادی شایسته‌تر ارتباط داشته باشیم و می‌خواهیم دیگران نیز ما را افرادی شایسته بدانند.

در یک کلمه بگویم، سوال درست را بپرسید. به همین سادگی؛ آن را پیچیده نکنید.



مدیرعامل شرکت توزیع برق استان قم تاکید کرد

ضرورت الکترونیکی شدن همه خدمات برق تا پایان آبان ماه

قم - خبرنگار فرصت امروز- در سیزدهمین جلسه کارگروه استقرار میز خدمت در شرکت توزیع نیروی برق استان قم بر ضرورت الکترونیکی شدن همه خدمات به مشترکین تا پایان آبان ماه تاکید شد. در این جلسه که به منظور بررسی عملکرد سه ماهه فعالیت ها در میز خدمت مستقر در مناطق چهارگانه برق قم برگزار شده بود، مهندس مهدی آهنین پنجه رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قم بر ضرورت تسریع در ارائه خدمات به صورت الکترونیکی تاکید کرد. مهندس آهنین پنجه ضمن قدردانی از تلاش و زحمات دست اندرکاران و پرسنل مستقر در میز خدمت بر لزوم هم اندیشی کمیته های کارگروه میز خدمت فرایندی و کارسنجی در جهت اصلاح وضعیت و ساختار موجود شرکت توزیع برق و الکترونیکی شدن تمامی خدمات برق تا پایان آبان ماه امسال تاکید کرد. در پایان این جلسه از نفاتر برتر میز خدمت که در ارائه خدمات به مردم بیشترین رضایتمندی را داشته اند با اهدای لوح و هدایای قدردانی شد.

**بازدید کارشناسان مدیریت بحران گلستان از امکانات و ظرفیتهای شرکت گاز استان**

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- براساس هماهنگی های انجام شده اداره کل مدیریت بحران استان گلستان ، کارشناسان آن مدیریت با حضور در شرکت گاز از امکانات و ظرفیتهای موجود این شرکت بازدید بعمل آوردند. گزارشی در این خصوص در این بازدید که با هدف افزایش سطح هماهنگی ها و بهره برداری مطلوب از ظرفیتهای موجود دستگاههای اجرایی استان در زمان حوادث و بحرانهای احتمالی انجام شد کارشناسان مذکور با حضور در دستگاههای عملیاتی اصلی از امکانات و ظرفیتهای دستگاهها و مرکز کنترل عملیات و فرماندهی مدیریت بحران (مراکز EOC) بازدید بعمل آوردند. در نشست که به همین منظور در محل اتاق مدیریت بحران گاز گلستان برگزار شد سرپرست امور HSE شرکت گاز، بهره رسانی واحدهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، انداز، گبری و توزیع گاز و دیگر کارشناسان مربوطه گزارشی از امکانات ، و اقدامات پیشگیرانه انجام شده در زمینه مدیریت حوادث و بحرانهای احتمالی و همچنین آمادگی گاز گلستان جهت مواجهه با این بحرانها ارائه نموده است. مهندس منوچهریان سرپرست امور HSE شرکت گاز استان گلستان افزود: خوشبختانه این شرکت به منظور مقابله با حوادث احتمالی پیش بینی های لازم را با هماهنگی شرکت ملی گاز و اداره کل مدیریت بحران استان انجام داده و در حال حاضر با اقدامات پیش گیرانه صورت گرفته و برگزاری دوره های آموزشی متناسب انجام مانورهای متعدد با همکاری دستگاههای ذیربط و همچنین تامین و تجهیز وسایل و امکانات مورد نیاز برای ورود به فصل سرما از آمادگی نسبتاً خوبی برخوردار می باشد.

ساخت سازه روستایی به مناسبت روز روستا در بنیادمسکن استان گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- بنا به گزارش روابط عمومی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گلستان، با توجه به نامگذاری ۱۵ مهرماه بعنوان روز روستا، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی بعنوان یکی از اصلی ترین متولیان امور روستا همه ساله این روز را با افتتاح و بهره برداری از تعدادی از پروژه های روستایی خود گرامی میدارد و پیشکش مردم شریف استان می نماید. به همین مناسبت بنیاد مسکن استان گلستان اقدام به ساخت سازه نمادین خانه سنتی روستایی در درب ورودی اداره کل خود نموده است. لازم به ذکر است بنیاد مسکن انقلاب اسلامی به مقتضیاتی که اقدام به اجرای نمای سنتی واحد روستایی خود نمائید تا مبلغ ۲۰ میلیون ریال کمک بلاعوض پرداخت می نماید.

برگزاری مراسم روز ملی آتش نشانی و ایمنی

اهواز - شنبه ققواند- مراسم روز ملی آتش نشانی و ایمنی در امور بهره برداری نواحی شرق اهواز و شرق شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار شد. در مراسم امور بهره برداری ناحیه شرق اهواز اهمیت رعایت نکات ایمنی در پست های معاونت بهره برداری با ذکر چند نمونه از حوادث اتفاق افتاده مورد بحث قرار گرفت و آموزش های لازم در خصوص نحوه استفاده مناسب از کپسول های مختلف آتش نشانی با مواد سوختنی مختلف به حاضرین ارائه شد. در پایان مراسم نیز از تلاش های رضا شیرمحمدی، فیض اله سوسنی، فرهاد فولادی و عادل حبیبی زاده نفاتر برتر ایمنی ناحیه شرق اهواز با اهدای لوح تقدیری، قدردانی شد. مراسم دیگری نیز به همین مناسبت در ناحیه شرق شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار و در آن انواع آتش، مربع آتش، روش های اطفا حریق، انواع کپسول های اطفا حریق و نحوه استفاده از آنها به صورت عملی به پرسنل آموزش داده شد.

**برداشت عسل پائیزه در گیلانغرب آغاز شد**

کرمانشاه - منبر دشتی - مدیر جهاد کشاورزی گیلانغرب، از آغاز کار برداشت عسل پائیزه در سطح ۳۵ مزرعه از زنبورستان های این شهرستان خبر داد. پاشا مرادی افزود: پیش بینی می شود با احتساب برداشت عسل بهاره، در مجموع ۲۵ تن عسل از سطح پنج هزار و ۱۶۸ کلتی زنبور عسل شهرستان به ارزش ۱۵ میلیارد ریال برداشت شود. وی با بیان اینکه مقدار عسل تولیدی اسمال نسبت به پارسل از ۱۰ درصد کاهش برخوردار است ، اظهار داشت: علت کاهش تولید عسل را عواملی نظیر خسارت ناشی از سیل سال گذشته به ۲۰ کلتی و عدم پرکنش مناسب بارندگی ها و به ویژه وجود ریزگردها و خشکسالی در برخی نقاط شهرستان ذکر کرد. وی بیان کرد: از مجموع پنج هزار و ۱۶۸ کلتی موجود در گیلانغرب، ۲ هزار و ۸۱۵ کلتی از یومیان منطقه و بقیه مربوط به کلتی داران مهاجر از شهرستان های شرقی استان کرمانشاه است. مدیر جهاد کشاورزی گیلانغرب اضافه کرد که با توجه به وجود چهار سد بزرگ در شهرستان و اجرای سامانه های نوین آبیاری کشاورزی در اراضی پایاب سدها که موجب تنوع کشت محصول ، تغییرات آب وهوایی و پوشش غنی حاشیه این سدها شده است ، انتظار می رود شاهد افزایش تعداد کلتی ها باشیم. وی افزود: سرشماری کشوری های زنبورعسل از ۱۴ به مدت ۲ هفته انجام خواهد شد و برداشت عسل پائیزه نیز تا پایان مهرماه ادامه دارد.

در ایام اربعین حسینی روزانه از ۱۳ هزار زائر در موبک اوقاف**استان بوشهر پذیرایی می شود**

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز - مدیر کل اوقاف استان بوشهر: آمادگی فارل اول موبک زائر حسین ریزی و شهدای مدافع حرم این اداره کل در روز ششمه شهر خرمشهر ویژه پذیرایی و اسکان از زائرین ایام اربعین حسینی به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان بوشهر، حجت الاسلام محمدرضا اسماعیل پور، مدیر کل اوقاف و امور خیریه استان بوشهر از آمادگی فارل اول موبک زائر حسین ریزی و شهدای مدافع حرم این اداره کل در روز ششمه شهر خرمشهر ویژه پذیرایی و اسکان از زائرین ایام اربعین حسینی خبر داد و گفت: مدیریت مجموعه ۱۱ هکتاری زائر سرای زائر حسین ریزی با همکاری اوقاف استان های کهنگیلوپه و بویراحمد، فارس و هرمزگان و پشتیبانی می شود و روزانه با نهار، شام و میان وعده از ۱۳ هزار نفر زائرین پیاده روی اربعین در روز ششمه پذیرایی به عمل می آید. برپایی خیمه گاه حسینی به منظور اقامه نماز جماعت در روز ششمه و مدیر کل اوقاف و امور خیریه استان بوشهر در ادامه اشاره کرد: ۴۰ چشمه سرویس بهداشتی و ۸ چشمه حمام در جوار موبک شهدای مدافع حرم جهت اسکان یک هزار نفری این مجموعه ایجاد شده است. فعالیت ۵۰۰ خادم افتخاری مساجد بوشهر در موبک زائر حسین ریزی / حجت الاسلام اسماعیل پور افزود: برپایی خیمه گاه حسینی به منظور اقامه نماز جماعت و استقرار روحانیون شبکه تبلیغی، بهره مندی از فعالیت ۵۰۰ نفر از خادمان افتخاری مساجد استان بوشهر در طول ۲۰ روز خدمت رسانی موبک و برپایی خیمه های معرفت و پاسخگویی به شهات و نصب نرم افزارهای ادعیه بخشی دیگر از خدمات این موبک فرهنگی و خدماتی درون مرزی در روز شهر خرمشهر است.

مدیرعامل در مراسم هفته دفاع مقدس

تلاش مضاعف شما کارکنان در حوزه تولید برق موجب افراشته نگاه داشتن پرچم این نیروگاه خواهد بود.

قزوین - خبرنگار فرصت امروز - علی فرهور مدیرعامل این شرکت با تشریح وضعیت کشور در زمان جنگ تحمیلی و شرایط سخت آن دوران در اثر تحریم های بین المللی، بیان داشت: علی رغم تحریم های همه جانبه ای که دشمنان این سرزمین در زمان ۸ سال جنگ بر ما تحمیل کرده بودند، رزمندگان ما با مدیریت فرماندهان شجاع دفاع مقدس توانستند از کیان ایران عزیز چونان دفاع کنند که حتی یک وجب از خاک مقدس این سرزمین در دست دشمن یعنی باقی نماند. ایشان در ادامه به مقایسه شرایط کنونی با دوران دفاع مقدس پرداخت و افزود: اگر آن دوران، جنگ با سلاح آتشین همراه بود، اما اکنون که درگیر جنگ اقتصادی هستیم، نه سلاح آتشین که سلاح مبتنی بر اعتماد به یکدیگر با تلاش در حوزه کار و فعالیت، نیاز است که اگر به چنین سلاحی مسلح شویم، بی تردید مشکلات کنونی را پشت سر گذاشته و فرادی بهتر برای ایرانی آباد به ارمغان خواهیم آورد. بنابراین براسات تا برای دست یابی به این هدف والا از چرخه انتظارات کوتاه مدت، خارج و به چرخه اعتماد به یکدیگر ورود نماییم. علی فرهور در پایان بیان داشت: به تجربه ثابت شده است، افرادی می توانند از سختی ها و موانع زندگی با کمترین آسیب، عبور کنند که بردباری و تحمل مقابله با سختی ها را داشته باشند که از همین فرصت استفاده می کنیم و از شما همکاران عزیز می خواهم با امید به آینده خوب و روشن، با تلاش و فعالیت بیشتر در حوزه خودتان، پایداری تولید برق را برای کمک به شبکه سراسری و خدمت رسانی به میهن عزیزمان، تضمین نمایید.

نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز:**خدمات درمانی سازمان تامین اجتماعی کیفیت مطلوبی دارد**

نمی شود. حجت الاسلام والمسلمین آل هاشم تصریح کرد: با توجه به نیاز مبرم بیماران در صف انتظار پیونده باید مسئولان ذیربط با حساسیت بیشتری موضوع را پیگیری و عملیاتی کنند. دکتر نیک نامی معاون درمان سازمان تامین اجتماعی و مسئولان بیمارستان عالی نسب هم در حاشیه این بازدید از نحوه خدمات ارائه شده گزارش دادند. بر اساس این گزارش بیمارستان استاد عالی نسب تبریز یکی از بزرگترین مراکز درمانی تخصصی و فوق تخصصی سازمان تامین اجتماعی در منطقه شمال غرب کشور است که با داشتن ۳۰۰ تخت ثابت و فعال بعنوان یکی از بزرگترین مراکز درمانی این سازمان در سطح کشور ارائه خدمت می کند. این بیمارستان با دارا بودن بخش های فوق تخصصی جراحی قلب و عروق، آنکولوژی، گوش، ریه و بخش های تخصصی جراحی، داخلی، اعصاب، CCU، قلب، ICU، جنرال و واحدهای کلینیکی و پاراکلینیکی شامل آنژیوگرافی قلبی و مغزی، رادیولوژی، MRI-CT، اسکن، آزمایشگاه، پاتولوژی، اکوکاردیوگرافی و تست ورزش، آندوسکوپی، فیزیوتراپی، سنگ شکنی، دندانپزشکی و اورژانس با ارائه خدمات تشخیصی و درمانی در بخش های سرپایی و بستری برای کلیه مراجعین با اولویت بیمه شدگان تامین اجتماعی پوشش درمانی دارد.



است که امیدواریم با رفع آنها سطح خدمات درمانی این مجموعه نیز ارتقا یابد. وی در ادامه با اشاره به راه اندازی بخش های پیوند اعضا در مراکز درمانی استان خصوصا شهر تبریز گفت: بسیاری از بیماران نیازمند پیوند اعضا برای درمان بیماری های خود مجبور هستند به استانهای دیگر مراجعه کنند که این موضوع باعث تحمیل هزینه های گزاف به خانواده های آنها است. نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی با تاکید بر اینکه ایجاد بخش های پیوند از مطالعات مردمی است، ادامه داد: هر چند در سفر اخیر هیات دولت به استان وعده راه اندازی بخش پیوند کبد در تبریز داده شده، اما با گذشت چند ماه از این موضوع خدمات درخور توجهی در این بخش به بیماران نیازمند ارائه

تبریز - اسد فلاح- نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز گفت: بیمه تامین اجتماعی، نوعی سرمایه اجتماعی است و بیمارستان های مجهز وابسته به این سازمان از کیفیت مطلوبی برخوردار است. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی دفتر نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی، حجت الاسلام والمسلمین سید محمدعلی آل هاشم در بازدید از بخش های تخصصی و فوق تخصصی بیمارستان ۳۰۰ تخت خوابی استاد عالی نسب تبریز با بیان اینکه احداث و تجهیز مراکز درمانی مجهز در سطح استان مطالبه به حق مردم از مسئولان نظام سلامت است، گفت: سازمان تامین اجتماعی یکی از مجموعه های ارزشمندی است که با مراکز درمانی بسیار مجهز به دستگاه های پیشرفته، بیماران تحت پوشش این بیمه را با کمترین هزینه درمان می کند. امام جمعه تبریز افزود: بیمارستان عالی نسب به پشتوانه کار تخصصی و کارشناسی و کادر درمانی سخت کوش در ارائه خدمات بهداشتی درمانی و بیمه در استان پیشرو است. حجت الاسلام والمسلمین آل هاشم با تاکید بر ارتقا کیفیت خدمات انجام یافته، تصریح کرد: بر اساس گزارش های مسئولان بیمارستان ناهماهنگی های بین بخشی ادارات آب، برق و شهرداری مشکلات عدیده ای را متوجه این مرکز درمانی کرده

رییس کمیسیون کشاورزی، آب و محیط زیست اتاق بازرگانی اصفهان:**متولی خاصی برای حمایت از تولید محصول سالم در کشور ندارد**

تاکید کرد: گزارش سازمان بهداشت جهانی حاکی از مرگ و میر سالانه ۳۵۱ هزار نفر در جهان بر اثر مصرف غذای ناسالم می باشد و این درحالی است که در ایران سالانه ۴۶ درصد مرگ و میرها به دلیل بیماریهای قلبی عروقی، ۱۲ درصد بر اثر سرطان و ۱۱ درصد به دلیل بیماریهای عفونی بوده که این آمارمبین اهمیت ایمنی غذایی در سلامت افراد است. قلمکاری در ادامه از عدم وجود متولی خاص برای حمایت از تولید محصول سالم در کشور انتقاد نمود و افزود: تنها ده درصد استانداردهای ملی کشور مربوط به حوزه کشاورزی است. وی با بیان اینکه ایران کمتر از نیم درصد به بازار زیست فناوری نسبت به بازار جهانی پرداخته است تشکیل شبکه محصول سالم از سوی ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به منظور توانمندسازی، حمایت، ترویج و رتبه بندی محصولات سالم کشاورزی را از جمله اقدامات شایسته در این زمینه عنوان نمود. قلمکاری در پایان سخنان خود ترویج آموزش و فرهنگسازی در مصرف و تولید، کنترل و ارزیابی و گریبندگی محصول، خرید تضمینی محصول، حمایت های مالی تولید محصول سالم و استانداردسازی در تولید، فرآوری و بسته بندی و حمل و توزیع را مهم ترین اقدامات در جهت رسیدن به تولید و مصرف محصول سالم دانست.



اصفهان - قاسم اسد- رییس کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی اصفهان در همایش تخصصی امنیت غذایی و محصول سالم از عدم وجود متولی خاص برای حمایت از تولید محصول سالم در کشور انتقاد کرد. در این همایش که به همت کمیسیون کشاورزی، آب و محیط زیست اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد، حمیدرضا قلمکاری تاکید بر اینکه زندگی سالم در گرو تغذیه سالم بوده و امنیت غذایی یکی از پارامترهای اساسی در توسعه پایدار است، گفت: روند رشد جمعیت جهان حاکی است که تا سال ۲۱۰۰ میلادی حدود ۱۱ میلیارد نفر در کره زمین زندگی خواهند نمود بنابراین تا سال ۲۰۵۰ در منطقه جنوب آسیا و صحرای آفریقا حدود ۱۳۰ درصد به افزایش تولیدات کشاورزی نیازمند بوده و این امر حاکی از اهمیت برنامه ریزی برای امنیت غذایی متناسب با میزان رشد جمعیت جهان است. وی در ادامه مقصود از امنیت غذایی را دسترسی همه مردم در همه اوقات به غذای کافی برای داشتن زندگی سالم دانست و تصریح کرد: پایداری، دسترسی همیشگی و موجود بودن غذا برای همه سه رکن اساسی امنیت غذایی است. عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی اصفهان گفت: بر اساس گزارش قانون ایران از نظرامنیت غذایی در میان ۱۲۵ کشور دنیا دارای رتبه ۸۲ می باشد. قلمکاری استطلاعت پذیری،

مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان خبر داد:**احداث و اصلاح ۳۲۰۰۰ متر خط لوله انتقال نفت**

برداری قلعه نار از جمله اقدامات انجام شده این شرکت در جهت حفظ توان تولید می باشد. وی تصریح کرد: عملیات تعمیر چاه توسط لوله مغزی سایر - تعمیر چاه توسط دکل - تمیز سازی و زنده سازی چاه با نیتروژن - آزمایش نمودار نگار تولید - اسید کاری چاه - تزریق دوره ای مواد جلوگیری کننده خوردگی درون چاه و خطوط لوله از تباطی - عملیات مششک کاری - عملیات مسدود سازی چاه توسط سیمان و انجام ۲۱۷/۹۶۷ دسی متر مربع آزمایشات آلتراسونیک از دیگر اقدامات انجام شده توسط همکاران مدیریت های فنی و عملیات در جهت حفظ توان و ظرفیت تولید و همچنین تسریع در فرآیند تولید و انتقال نفت خام در میدان و مخازن این شرکت می باشد.



مورد آزمایشات مهندسی فشار ساکن و فشار جریان مخازن در چاه ها - تغییر مسیر خط هوایی ۳۳ کیلو ولت برق کارخانه بهره

اهواز - شنبه ققواند- مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان از احداث، اصلاح و تعویض ۳۲۰۰۰ متر خط لوله انتقال نفت توسط این شرکت خبر داد. مهندس قباد نامری با اعلام این خبر اظهار داشت: این اقدام طی شش ماهه نخست سالجاری با تلاش همکاران مدیریت عملیات در قطره های مختلف با هدف ایمن سازی خطوط لوله و تسریع در انتقال نفت تولیدی از مخازن و میادین این شرکت صورت گرفت. وی که در جمع کارشناسان فنی و عملیات شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان سخن می گفت افزود: بازسازی، تمیز کاری و ترمیم سلسر ۸۰۰ حلقه چاه و رنگ آمیزی تسهیلات سرچاهی (Well-Head) در میادین هفتکل و نفت سفید - انجام ۱۹۴

استقرار استاندارد نظام آموزشی ISO ۱۰۰۱۵ در آبفای هرمزگان

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز- آبفای هرمزگان موفق به دریافت گواهی نامه استاندارد نظام آموزشی ISO ۱۰۰۱۵ شد. معاون منابع انسانی استان در این رابطه گفت: مهمترین اهداف اجرای استقرار استاندارد نظام آموزشی (۱۰۰۱۵) بهبود فرایند آموزش، افزایش میزان دانش و آگاهی و توانمندسازی پرسنل، کاهش بیماری های شغلی، ایجاد محیط کار ایمن و کنترل عوامل زیان آور محیط کار بوده است. «ابراهیم خادمی پور» افزود: همچنین ارتقای سطح دانش علمی و مهارت همکاران متناسب با نیاز روز و برپایه استانداردهای بین المللی، از نیازهای این شرکت بود، که با استقرار

برای اولین بار در ایران با حضور رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران:**خانه جهاندیدگان بعنوان اولین باغچه توانبخشی شناختی سالمندان در ساری افتتاح شد**

راه اندازی شد. در این مراسم که معاونین بهداشت، تحقیقات و فناوری و توسعه مدیریت و منابع دانشگاه علوم پزشکی مازندران، رئیس پژوهشکده اعتبار و مدیر گروه روانپزشکی دانشگاه علوم پزشکی مازندران ، مدیرعامل سازمان فرهنگی اجتماعی شهرداری و معاونین فنی و خدمات شهری شهرداری ساری و جمعی از متخصصین طب سالمندی و روانپزشکی از دانشگاه های علوم پزشکی تهران و مازندران و مسئولین شهری حضور داشتند، دکتر محمدتقی جغتایی مشاور وزیر بهداشت در امور توانبخشی، دکتر نوزبان موسس اولین دپارتمان حافظه در ایران و دکتر سید عباس موسوی رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در خصوص اهداف راه اندازی این مرکز و پیشگیری از اختلالات شناختی و توانبخشی شناختی سالمندان مطالبی را ارائه نمودند.



پزشکی مازندران ، دانشگاه علوم پزشکی تهران و شهرداری ساری به عنوان اولین باغچه توانبخشی شناختی سالمندان در ایران جهت غربالگری و پیشگیری اولیه اختلالات شناختی در سالمندان و ارتقاء سلامت روان در این گروه سنی و همچنین آموزش سالمندی سالم

برگزاری اولین مراسم گرامیداشت یاد و خاطره جانبختگان حادثه دیده واحد آیزوماکس شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) شازند

دفاع مقدس را که یادآور از خودگذشتگی شهدای گرانقدر انقلاب اسلامی در راه اعتلای اسلام و انقلاب می باشد گرامی دانستند. در پایان مراسم با قرئات فاتحه و گل باران محل وقوع حادثه یاد و خاطره ایثارگرو و پیشگامی اولیه اختلالات شناختی در سالمندان و ارتقاء گل و هدیه ای از آقایان ده نمکی ، کهریزی ، مهرداد ، محمدی و صمدی که در آن سال دچار سانحه شده بودند تقدیر به عمل آمد.

ایثارگران پالایشگاه با حضور مهندس امین مدیرعامل محترم شرکت ، مدیران ، مسئولین و جمع کثیری از بسیجیان سلحشور شرکت برگزار گردید. در این مراسم مدیر عامل شرکت ضمن قدردانی از برگزار کنندگان، تجلیل از غیور مردی های همکاران عزیزی که در سنگر صنعت جان خود را از دست دادند و با دچار نقص عضو گردیدند را بر خود واجب دانسته و تقارن برگزاری این برنامه با هفته

هر کیلو خاک جعلی مریخ ۲۰ دلار قیمت دارد

روپای قدم گذاشتن روی سطح کره مریخ و تجربه قدم گذاشتن بر خاک سرخ‌رنگ این سیاره، به روپای بسیاری از دوستداران فضا بدل شده؛ روپایی که شاید هیچ‌گاه بشر به واقعیت تبدیل نشود اما اخیراً محققان موفق شده‌اند در راستای تحقق این رویا قدم بردارند و خاک مریخ مصنوعی تولید کرده‌اند. به گزارش دیجیاتو، محققان حوزه اختر فیزیک دانشگاه مرکزی کالیفرنیا موفق شده‌اند یک روش علمی و استاندارد برای تولید خاک سیاره‌های مختلف نظیر ماه پیدا کنند و آن را شبیه‌سازی بنامند. «دن بریت»، استاد دانشگاه و سرپرست پروژه تحقیقاتی باور دارد که می‌توان از این روش که شبیه‌سازی نام دارد، برای بررسی مریخ استفاده کرد.همانطور که می‌دانید رفتن به مریخ نیازمند هزینه‌های مالی و انسانی زیادی است اما می‌توان با برخی تمهیدات نظیر ایده‌های نوآورانه این هزینه‌ها را کم کرد. برای مثال دانشمندان نیاز دارند که روش‌های مفیدی برای پرورش مواد غذایی در خاک سیاره سرخ پیدا کنند و از کارآمد بودن آنها مطمئن شوند. به باور این کارشناس دیگر نیاز به آزمون و خطا در سیاره مریخ نیست چرا که دانشمندان می‌توانند با استفاده از خاک مصنوعی، روش‌های متنوع را روی زمین امتحان کنند و شیوه مناسب را بیابند تا بتوانند در زمان رسیدن به مریخ با کمک گرفتن از آنها در سطح کره سرخ‌رنگ مواد غذایی کشت داده و حیات را ممکن کنند.
کاشگران کنجکاو داده‌های زیادی درباره فرمول شیمیایی خاک مریخ به‌دست آورده و پژوهشگران سعی کردند با استفاده از همین فرمول، نمونه‌های مصنوعی از آن را تولید نمایند. اکنون هر کیلو از این خاک مصنوعی ۲۰ دلار قیمت دارد و موسسه‌های فضایی مختلف می‌توانند مقدار مورد نیازشان را خریداری کنند. علاوه بر این گفته شده که می‌توان با کمک همین روش یعنی شبیه‌سازی، خاک‌های سیاره‌ها و سیارک‌های دیگر را به صورت مصنوعی توسعه داد. کوین کانون یکی دیگر از افراد حاضر در این پروژه باور دارد که مواد اولیه تولید چنین خاک‌هایی در سطح کره زمین وجود دارد. از نظر وی شاید به دست آوردن برخی مواد معدنی مورد نیاز، دشوار باشد اما بیشتر آنها روی زمین موجود هستند.

مدرسه مدیریت

چه زمانی باید سخت‌افزار خود را ارتقا دهید؟

مترجم: مهدی کاظمیون

برای استفاده از تمام مزایای نرم‌افزارهای تجاری روز دنیا، به سخت‌افزاری با کشتش کافی برای اجرا نیاز دارید. مالکان کسب‌و کارهای کوچک با توانایی‌شان در کاهش هزینه‌ها در زمان اجبار شناخته می‌شوند، اما مواقعی هستند که اندکی صرفه‌جویی برای امروز می‌تواند هزینه‌های بسیار بیشتری برای فردا داشته باشد. تلاش برای پیشبرد کسب‌وکار با سخت‌افزاری که عمر خود را کرده یکی از این مواقع است. کهنه‌شدن سخت‌افزار مجموعه‌ای متنوع از هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم را تحمیل و بیشتر اوقات حتی بدون اینکه مطلع باشید، خسارات تدریجی به گردش مالی وارد می‌کنند. در یکی از مطالعات اخیر Techaisle مشخص شده است که بیش از یک سوم کسب‌وکارهای کوچک با رایانه‌هایی کار می‌کنند که حداقل چهار سال قدمت دارند. کامپیوترهای قدیمی‌تر بیشتر در معرض انواع جدیدی از توقف عملکرد ناگهانی هستند که شاید باعث از دست‌رفتن داده‌های حیاتی و بیکار ماندن کارکنان برای مدتی طولانی شود. مطالعه Techisle نشان داده است که کسب‌وکارهای کوچک به طور میانگین ۴۲۷ تا ۵۲۱ دلار، صرف تعمیر دستگاه‌هایی می‌کنند که چهار سال یا بیشتر عمر کرده‌اند. احتمال اینکه این رایانه‌ها به ارتقای سخت‌افزاری نیاز داشته باشند بیشتر است، زیرا تعداد نرم‌افزارهایی که به صورت موزای اجرا می‌شوند (و برای کسب‌وکارهای کوچک میانگین آن هشت است) همواره در حال افزایش است. هر ساله ۲۵درصد از رایانه‌های قدیمی‌تر که توسط کسب و کارهای کوچک استفاده می‌شوند نیازمند ارتقای سخت‌افزاری هستند و به طور میانگین هر رایانه ۱۳۴ دلار خرج بر می‌دارد.

هزینه‌های «پنهان» می‌توانند به ۱۵۰۰ دلار برسند

در بسیاری موارد مجموع مخارج تعمیر و ارتقا می‌تواند از قیمت یک رایانه جدید بیشتر شود. Techisle نام چنین مخارجی را که مقدار زیادی از گردش مالی را به خود اختصاص می‌دهند و به مخارج عملیاتی یک کسب‌وکار کوچک اضافه می‌کنند هزینه «پنهان» گذاشته است. بهترین راه برای پرهیز از این مخارج -که Techisle آن را بیش از ۱۵۰۰ دلار در سال به ازای یک رایانه با عمر ۴ سال تخمین زده- این است که ظرفیت تجهیزات خود را به طور مرتب بسنجید. هر زمان برای تازه‌واردها خرید نرم‌افزار یا ارتقای نرم‌افزاری انجام می‌دهید، باید به طور خودکار قابلیت سخت‌افزارتان را برای برآوردن کردن نیازمندی‌های سخت‌افزاری که سازنده نرم‌افزار تعیین کرده است، بازبینی کنید. با این حال تایسن لندمسر (Tysen Landmesser)، مدیر فناوری اطلاعات در Accumold و سازنده قطعات میکروسکوپی حساس می‌گوید این نیازمندی‌ها موارد حداقلی برای عملکرد نرم‌افزار هستند. او برای تضمین کارایی بهینه معمولاً مشخصات سخت‌افزاری را حداقل ۵۰درصد بهتر از نیازمندی‌های کمینه نرم‌افزار که سازنده اعلام کرده است در نظر می‌گیرد. واضح است که نقص عملکردی جدی یا توقف کامل عملکرد سخت‌افزار نشانه‌ای مشخص برای جایگزینی فوری آن است، اما Accumold علاوه بر این یک برنامه منظم را نیز برای ارتقای تمامی سخت‌افزارهای خود دنبال می‌کند. این شرکت تکنولوژی‌های مربوط به رایانه‌ها را هر چهار سال جایگزین می‌کند و متعلقات سرور و شبکه را نیز طی یک برنامه پنج تا هفت ساله ارتقا می‌دهد. لندمسر می‌گوید «با به کار بستن برنامه‌ای مشخص می‌توانیم مخارج را تا حد معقولی کنترل کنیم. این کار به ما اجازه می‌دهد با بودجه‌ای ثابت پیش برویم و در عین حال اطمینان داشته باشیم که تجهیزات مزاحمتی برای کارکنان در انجام وظایف حیاتی‌شان ایجاد نمی‌کنند.»

نشانه‌هایی از اینکه زمان ارتقای سخت‌افزار رسیده است

اریک دی (Erik Day)، معاون و مدیرکل شرکت دل (Dell) می‌گوید نشانه نیاز به ارتقای سخت‌افزار می‌تواند موارد نیز باشد:

- سخت‌افزار به دلیل توقف عملکرد یا عملکرد کند بهره‌وری را تحت تأثیر قرار داده است؛
- از سیستم عامل‌های «عهد بوق» مانند ویندوز XP یا ویندوز ۷ استفاده می‌شود؛
- سیستم‌های شما به «پایان عمر مفید» خود رسیده‌اند و دیگر توسط سازنده پشتیبانی نمی‌شوند؛
- ضمانت‌نامه سیستم‌های شما منقضی شده است؛
- یافتن قطعات یدکی سخت شده است؛

- مخارج تعمیر و نگهداری برابر یا بیشتر از مخارج جایگزینی شده‌اند.

یک رویکرد که می‌تواند به کسب‌وکارهای کوچک اجازه دهد بدون تأثیر بر راندمان حداکثری و عملکرد مطلوب، عمر مفید سخت‌افزار را افزایش دهند این است که کاربران نهایی را براساس نیازهای پردازشی و استانداردهای نرم‌افزاری‌شان تقسیم‌بندی کنند. این رویکرد توسط دنیل اشنانایدر (Daniel Schneider)، معاون و مدیر فناوری شرکت PCM -شرکت ارائه‌دهنده راه‌حل‌های بزرگ‌مقیاس فناوری و همکار نمونه سال اینتل در آمریکای شمالی- پیشنهاد شده است. «شما می‌توانید برای هر گروه، براساس مخارج حفظ عملکرد مطلوب و مخارج تغییراتی که با اضافه‌شدن نرم‌افزارهای جدید به مجموعه نرم‌افزارهای پیشین به وجود می‌آیند، یک چرخه نوسازی تجهیزات تعریف کنید.» هر رویکردی را که برای ارتقای سخت‌افزار در پیش می‌گیرید، نباید یکطرفه باشد. در تصمیماتی که اتخاذ می‌کنید سخت‌افزار و نرم‌افزار را یک واحد یکپارچه در نظر بگیرید. اشنانایدر می‌گوید «سازمان‌هایی که در تصمیم‌گیری‌های خود این واحد یکپارچه را در نظر می‌گیرند، کاربران راضی‌تری دارند و می‌توانند مخارج کلی پشتیبانی را کاهش دهند.» منبع inc:

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی -اقتصادی

| **شنبه** | ۱۴ مهر ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۷۳ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

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

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

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

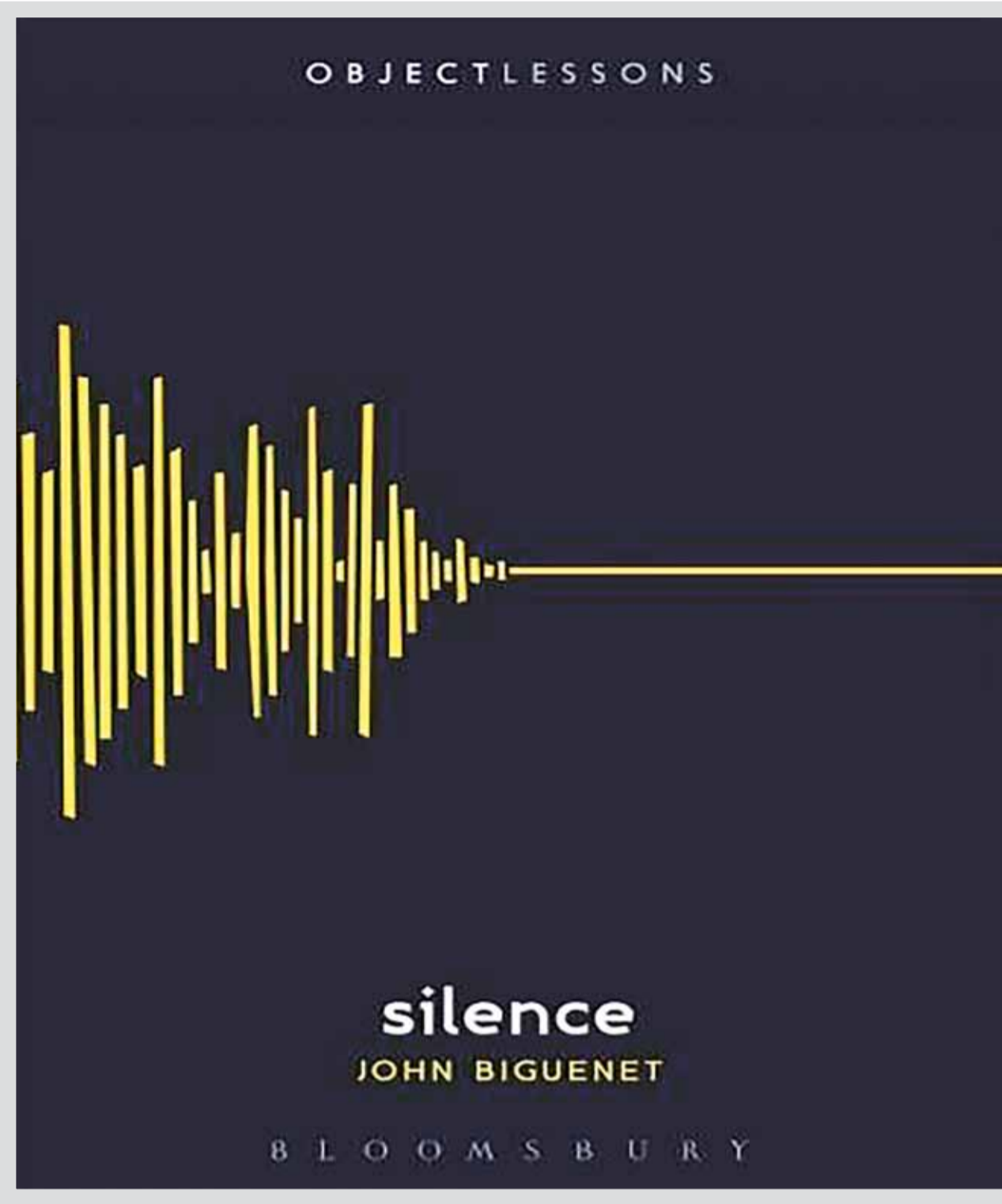
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۴ روش ساده برای تشخیص معنادار بودن کار شما

مترجم: اشکان کوشش

امروز با یکی از دوستانم در مورد بررسی چیزی که به آن «شش شیوه بارز فعالیت» می‌گویم، مباحثه‌ای دلچسب داشتم. این بررسی براساس بیش از ۵ سال سابقه تحقیق در در زمان مربیگری و آموزش به هزاران نفر از افراد حرفه‌ای در سراسر دنیا انجام شده است و هدف آن شناساندن شیوه غالب، بارز و مقدم افراد به منظور رسیدن به اهداف کاری و زندگی و ارزیابی کمک به درک شیوه طبیعی و ذاتی افراد برای فعالیت است. اصلی‌ترین منفعت تشخیص شیوه غالب فعالیتی ما این است که بهتر قدر خود و تفاوت‌های‌مان را خواهیم دانست و با پذیرش این تفاوت‌ها به حمایت از آنچه برای‌مان مهم است خواهیم پرداخت. زمانی که می‌توانیم کار و محیطی پیدا کنیم که به ما اجازه نهایت استفاده از شیوه فعالیتی‌مان را می‌دهد، شادای، پاداش و مشغله بیشتری را در حیطه کاری تجربه خواهیم کرد. علاوه بر آن هنگامی‌که از عدم‌باور شیوه کاری خود در محل کار مطلع شویم، گزینه بزرگتری در مورد تصمیم‌گیری خواهیم داشت (به دلیل اینکه هنگام نیاز به سرکوب خودِ واقعی به منظور رسیدن به موفقیت، شرایط کاری بسیار دردناک و سبب تضعیف روحیه می‌شود).

به عنوان مثال ۱۸ سال پیش در یک شرکت بازاریابی مستقیم به عنوان نایب رئیس فعالیت می‌کردم. تیم مدیریت شامل تمامی نابین رؤسا و افرادی با رتبه بالاتر، خارج از دفتر کاری گرد هم می‌آمدند و آزمایش Myers-Briggs را انجام می‌دادند و در مورد نتایج و پیامدها بحث می‌کردند. نتایج من نشان‌دهنده آن بود که یک شخص ENTJ هستم (+ Instuition + Extraversion + Thinking + Judging). یرا برونگرا + باصیرت + متفکر + قضاوتگر)، اما زمانی که تا حد ممکن به تمامی سوالات به صورت صادقانه پاسخ دادم، احساس کردم جنبه‌های کلیدی ENTJ در حقیقت بیانگر صفات درونی من نیستند.

سپس به فرد زمینه‌ساز این آزمایش نزدیک شدم و احساسات خود مبنی بر دقیق‌نبودن بازتاب نتایج آزمون را با او در میان گذاشتم و از وی پرسیدم آیا او در مورد چرایی این موضوع دیدگاهی دارد یا خیر. من به تمامی سوالات تا حد امکان با صداقت کامل پاسخ داده بودم. او پاسخی داد که هرگز آن را فراموش نخواهم کرد. وی

«تو در این زمینه به من کمک کن.»

«چرا این سؤال را می‌پرسی؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من کمک کنی.»

«چرا می‌دانی که من به تو کمک می‌کنم؟»

«چون می‌دانم که تو در این زمینه به من مسئله بود که

چرا این شغل و فرهنگ برای من، به صورت احساسی و روانشناسانه، بسیار چالش‌برانگیز است.

مروری سریع بر صحبت‌های من با دوستم می‌کنیم. در زندگی، او نقش یک محقق بسیار فعال را بازی می‌کند، اما نتایج نشان داد که او یک شخص «تلاشگر» است. در طول صحبت تمایل شدید او برای تحقیق عمیق در اطلاعات، استراتژی‌ها و ایده‌ها در مورد زندگی او و خانواده‌اش بیشتر و در نهایت مشخص شد، این روشی برای کمک به او در جهت تلاش برای انجام کار درست و ایجاد تغییرات مثبت در زندگی خانواده و حمایت از آنها در راه‌هایی است که باعث افتخار و سربلندی وی می‌شوند.

وی افزود: «در این ارزیابی متوجه شدم کارهای بسیار زیادی را بدون «مفهوم» انجام می‌دادم. در حالی‌که داشتن شغلی که برای دیگران پرمفهوم باشد را دوست دارم، اما این را هم می‌دانسم که در نهایت برای خودم اهمیت چندانی نخواهد داشت. برای سالیان سال بر روی یک آنالیزگر خون کار می‌کردم و با آن مشکلی نداشتم و می‌دانستم در نهایت به دیگران کمک خواهد کرد، اما این به مفهوم کمک مستقیم به دیگران نبود.»

من این نقطه‌نظیر در مورد «مفهوم کار» را زیاد می‌شنوم. افراد عموماً ایده «یافتن مفهوم» در کار را بد تعبیر می‌کنند. تصور آنها این است که اگر تأثیر بزرگ و مستقیمی بر دیگران نداشته باشند، کاری که انجام می‌دهند بی‌مفهوم است.

اما یافتن «مفهوم» و هدف در کار می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد و الزاماً نباید به منظور کمک مستقیم و روررو برای مردم باشد.

اگر در معناداربودن کار خود شک دارید، از این چهار

۱. این شغل به من و خانواده من کمک می‌کند

روش سریع برای تشخیص چگونگی معناداری و هدفمندی کار در زندگی خود استفاده کنید:

۱. **این شغل به من و خانواده من کمک می‌کند**
ما نباید برای انجام کاری بامفهوم حتماً بر روی هزاران نفر از مردم تأثیرگذاری داشته باشیم. فراهم کردن غذا، کمک به فرزندان برای دستیابی به آرزوهای تحصیلی، کمک در پرداخت ملزومات پزشکی فردی نیازمند، بردن خانواده به یک تعطیلات خاطره‌انگیز و غیره همگی به همراه پولی که به دست می‌آورید برای شما و خانواده شما پرمفهوم است.

۲. **این شغل شرایط استفاده از استعدادهای من را فراهم کرده است**

استفاده از استعدادها و مهارت‌های‌تان در کار، یکی دیگر از روش‌های ساخت مفهوم است. تجربه و توانایی‌های شما در یک راه کاملاً خاص و قدرتمند، گرد هم جمع شده‌اند و شما را در محیط کار به نسبت دیگران بسیار ارزشمند خواهند ساخت. از استعدادهای خود نهایت استفاده را ببرید.

۳. **این شغل از مفهومی بزرگ‌تر حمایت می‌کند**
همانطور که دوست آنالیزگر من اشاره کرد، می‌داند که در نهایت به مردم کمک خواهد کرد. وظایف بیشتر افراد بر روی تعریفی بسیار دقیق و وظیفه‌ای کلیدی متمرکز است. هر کاری که انجام می‌دهیم سبب ایجاد تأثیری موج‌گونه است که از یک تصویر بزرگ‌تر حمایت می‌کند. تنها به این دلیل که تمرکز شما بر روی یک مفهوم بسیار دقیق است به این معنا نیست که بر روی مفهومی بزرگ‌تر و اثرگذار کار نمی‌کنید.

۴. **این شغل به من اجازه می‌دهد خودم باشم**
همان‌طور که ماریا نمث (Maria Nemeth) در کتاب «انرژی پول (The Energy of Money)» می‌نویسد «هنگامی که آنچه «ما»ی واقعی را تعریف می‌کند تشریح کنیم درخوشحال‌ترین حالت خود هستیم. در واقع زمانی که به اهداف زندگی خود شکل می‌دهیم و در عین حال در کمک به زندگی دیگران ایفای نقش می‌کنیم به این حالت نزدیک شده‌ایم.» زمانی که می‌توانید شخصی باشید که واقعا هستید و از استعدادها و مهارت‌های خود نهایت استفاده را ببرید، حقیقتاً مفهومی واقعی در کار شما وجود خواهد داشت؛ شک نکنید.

منبع: **forbes**