

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینیرئیس کمیسیون اقتصادی مجلس
از احتمال سهمیه‌بندی بزرگ خرید دادکارت سوخت
دوباره احیا می‌شودکارت سوخت دوباره احیا می‌شود! این خبری بود
که روز گذشته در رسانه‌ها منتشر شد و رئیس...

۳



پیوستن به FATF قدمی در راه ایجاد ساز و کار جدید مالی با اروپاست

دستاوردهای
پیوستن به FATF

فرصت امروز: بیشتر از ۴۸ ساعت از تصویب لایحه «الحاق ایران به کنوانسیون مقابله با تامین مالی تروریسم» (CFT) به عنوان چهارمین لایحه از لوائح چهارگانه FATF در بهارستان می‌گذرد، اما بحث‌ها درباره حاشیه‌های این اتفاق در مجلس و همچنین وضعیت نظام پولی- بانکی و تاثیرات کوتاه‌مدت و بلندمدت تصویب این لایحه بر اقتصاد ایران کماکان ادامه دارد. به باور بسیاری از کارشناسان، این لایحه بحث‌انگیزترین لایحه از مجموعه لوائح چهارگانه مربوط به FATF بوده و همین به گمانه‌زنی‌ها درباره اثرات و دستاوردهای کنوانسیون...

۴

نرخ واقعی دلار چگونه محاسبه می‌شود؟

قیمت واقعی دلار به روایت اقتصاددانان

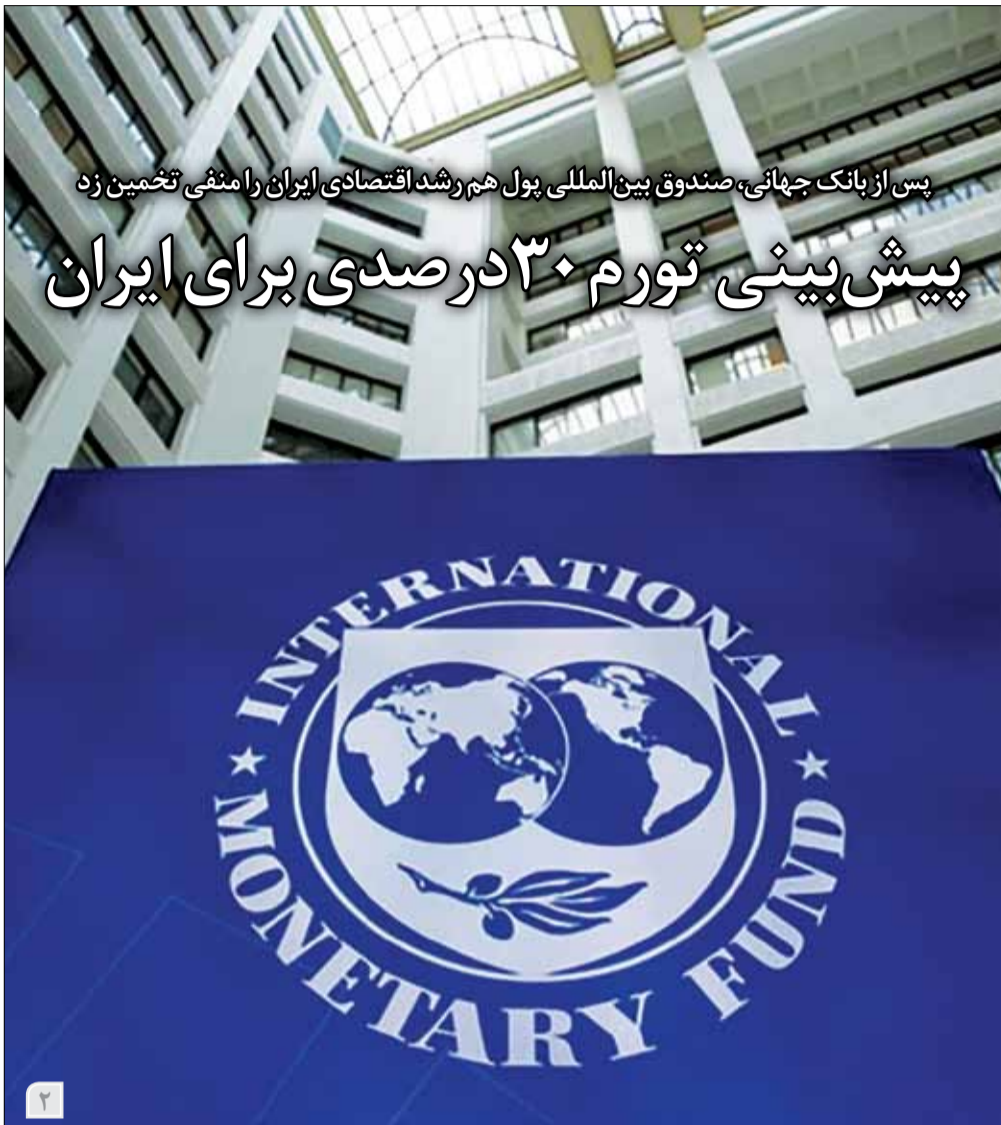
۳

مدیریت و کسب و کار

گوگل اطلاعات شخصی صدها هزار
کاربر را در خطر قرار داده است

- اطلاع از وضعیت مشتریان باشیوه‌های بازاریابی ساده
- جلوگیری از اصلی ترین دلیل شکست تجارت‌ها
- ۳ نکته مهم پیش از انجام مذاکرات
- ۲ راه حل واقعیت مخلوط به منظور ارتقای عملکرد تیمی
- ۱۰ علت عدم افزایش مخاطب‌مان در اینستاگرام
- ۱۰۰ ایده کارآمد بازاریابی

۸ تا ۱۶



پس از بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول هم رشد اقتصادی ایران را منفی تخمین زد

پیش‌بینی تورم ۳۰ درصدی برای ایران

۲

یادداشت

آینده نفت سیاه نیست

رضا پدیدار
رئیس کمیسیون انرژی و محیط
زیست اتاق تهران

اظهارنظری‌های پراکنده درباره آینده فروش نفت ایران بیشتر مبنی بر کاهش صادرات و افزایش فشارهاست و البته بیشتر این ادعاها نیز متناقض است. شنیده می‌شود که ظرفیت صادرات ایران به شدت کاهش یافته به برای مثال به یک سوم رسیده و اعداد عجیب و دور از ذهنی در این باره اعلام می‌شود. این در حالی است که حتی تا عملی شدن سناریوی فشار بر صادرات نفت و تحریم آن در فضای واقعی بین‌المللی فاصله زیادی داریم. هم‌اکنون نفت ایران به کشورهای یونان، اسپانیا، فرانسه، ایتالیا، کره جنوبی، هند و چین و مجموعه‌ای از کشورهای آسیایی مثل مالزی، سنگاپور، تایوان، هنگ‌کنگ و بعضی کشورهای دیگر مثل آفریقای جنوبی صادر می‌شود. براساس آخرین گزارش‌ها ایران روزانه ۲ میلیون و ۱۴۹ هزار بشکه نفت صادر می‌کند و البته این رقم از سوی مسئولان ۲ میلیون و ۱۵۴ هزار بشکه عنوان شده بود که تصور می‌کنم با احتساب میعانات گازی اعلام...

۲

نکاتی درباره CFT و این که برجام پابرجاست؟

کنوانسیون مورد بحث موجب تسهیل فرآیند پیگرد مجرمانی می‌شود که به دلایل مختلف از کشور فراری می‌شوند. همان‌طور که نمایندگان موافق و وزیر امور خارجه در مجلس توضیح دادند پیوستن به کنوانسیون موجب تسهیل ارتباط مالی با اروپا برخلاف نظر مثلث آمریکا، اسرائیل و آل‌سعود و یا سایر کشورهای مخالف ایران در منطقه است. درباره این که پیوستن به کنوانسیون برای کمک به گروه‌های طرفدار ایران در منطقه مشکل ایجاد می‌کند، پروفیسور دکتر میرمحمدصادقی می‌گوید: «مگر بناست کمک به گروه‌های طرفدار ایران از طریق شبکه بانکی انجام شود که نگران باشیم؟» این گفته ایشان درست است به طوری که در این راستا خانواده آل‌سعود، اسرائیل و سایرین که از گروه‌های تروریستی علیه نظام جمهوری اسلامی ایران حمایت مالی و نظامی به عمل می‌آورند همگی سازوکار خود را برای این کمک‌ها دارند.

اگر تحفظ را نپذیرند؟

در بسیاری از معاهدات و کنوانسیون‌های بین‌المللی این نکته را باید توجه داشت که تمام ملاحظات بومی و منطقه‌ای و آداب و رسوم و قوانین ملل را در خود جای ندهاند. بنابر این مسئله حق شرط و یا تحفظ در مورد این کنوانسیون نظیر بسیاری از معاهدات بین‌المللی که جمهوری اسلامی ایران در آن‌ها عضویت دارد نیز مطرح است و پروفیسور دکتر میرمحمدصادقی معتقد است که اگر تحفظ را نپذیرند می‌توان با آن‌ها مذاکره کرد. نکته مهم دیگری که باید مورد توجه قرار داد و به طوری که پروفیسور میرمحمدصادقی به آن توجه کرده است این واقعیت است که ۱۹۵ کشور در جهان در حال حاضر در کنوانسیون مقابله با تأمین مالی تروریسم (CFT) عضو هستند (بیش از اعضای سازمان ملل متحد). در همین حال پروفیسور دکتر میرمحمدصادقی می‌گوید با عضویت در این کنوانسیون این امکان برای ایران فراهم خواهد آمد تا با حمایت‌ها و تأمین مالی برخی از کشورها از گروه‌های تروریستی مخالف نظام جمهوری اسلامی ایران مقابله مناسب به عمل آید.

وی همچنین معتقد است براساس ماده ۲۷ کنوانسیون مقابله با تأمین مالی تروریسم (CFT) با اعلامیه یک‌ساله جمهوری اسلامی ایران هر وقت صلاح بداند می‌تواند مراتب انصراف از پیوستن به کنوانسیون مذکور را اقدام کند. وی می‌افزاید حتی پیوستن و عدم اجرا یا پیوستن و خروج بعدی، وضع نظام جمهوری اسلامی ایران را بدتر از حالت فعلی نخواهد کرد، بلکه در وضع بهتری خواهد بود.

منبع: خبر آنلاین

غیرایرانی‌شان هستند می‌گویند اگر این قانون تصویب نمی‌شد تا چند روز دیگر نام نظام جمهوری اسلامی ایران به فهرست سیاه FATF اضافه می‌شد. به این معنی که جمهوری اسلامی ایران با پولشویی، تأمین مالی برای گروه‌های تروریستی (که در روزهای اخیر آمریکا سعی دارد خودش و آل‌سعود و اسرائیل را تبرئه و ایران را حامی داعش، القاعده و نظیر آن‌ها معرفی کند) مخالفتی ندارد. طبیعی بود که در این صورت همان طور که وزیر امور خارجه در جلسه روز یکشنبه ۱۵ مهرماه ۹۷ مجلس شورای اسلامی توضیح داد حتی بانک‌ها و موسسات مالی و پولی متحدان راهبردی ایران هم نمی‌توانستند با ایران به همکاری اقتصادی‌شان ادامه دهند. چرا؟

برای این که هیچ بانک و یا شرکت و نگاه‌های بازرگانی، تجاری و صنعتی نمی‌خواهد که برای همکاری با کشوری که به طور رسمی با عدم حمایت‌های مالی از گروه‌های تروریستی مخالف است انگشت‌نما شود. چنان‌چه نام ایران به فهرست سیاه FATF بازگردد، نظام مالی و بانکی مشهور به SWIFT- the global interbank messaging system- که پس از برجام برای ایران فعال شد، هم جلوی استفاده بانک‌های ایرانی از نظام SWIFT را می‌گرفت. بنابراین، باید به این نکته توجه کرد که عدم تصویب قانون مورد بحث وضع را برای اقتصاد ایران و مردم ایران در مقام مقایسه با وضع فعلی بدتر می‌کند. اما برای افسراد یا گروه‌هایی که در اقتصاد سیاه ایران و بازارهای ارز و سکه طلا فعال هستند وضع را بسیار بهتر و درآمد‌های آن‌ها را بیشتر می‌کند.

تصویب CFT از دیدگاه حقوقی

استاد حقوق دانشگاه شهید بهشتی و معاون قوانین مجلس شورای اسلامی پروفیسور دکتر حسین میرمحمدصادقی از حقوق‌دانان بین‌المللی صاحب‌نظر، معتقد است که در این کنوانسیون ارائه اطلاعات به مرجع خاصی پیش‌بینی نشده، بلکه فقط بر اصلاح رویه‌ها توسط خود کشور (نظام جمهوری اسلامی ایران) تأکید دارد. در همین حال کنوانسیون مذکور تعریفی از تروریسم ارائه نداده و کلاً تعریف تروریسم همواره مورد اختلاف حتی بین کشورهای غربی بوده است. برای مثال، در گذشته انگلستان ارتش جمهوریخواه ایرلند را گروه تروریستی می‌دانسته ولی آمریکا حتی ارائه کمک به آن را ممنوع نکرده است. وی که سابقه طولانی در امور قضایی نیز دارد می‌گوید که به طریق اولی تعیین مصادیق تروریسم در کنوانسیون انجام نشده و کشورها ملزم به تبعیت از نظر مرجع خاصی در تعیین مصادیق گروه‌های تروریستی نیستند. در واقع در قانون مصوب مجلس این امر برعهده شورای امنیت ملی گذاشته شده است. طبیعی است که الحاق به

دیگر از کارشناسان معتقدند که علت این موضوع را در این واقعیت باید بررسی کرد که متأسفانه از سال ۱۳۸۴ به بعد سیاست‌هایی در کشور توسط دولت‌مردانی که قدرت اجرایی، قضایی و قانون‌گذاری کشور را به دست آوردند تعریف شد تا با بهره‌برداری از سیاست‌های تحریم‌های اقتصادی و نفتی دولت آمریکا علیه نظام جمهوری اسلامی ایران، یک نظام مالی و بانکی ویژه (مافیایی) در کشور ایجاد کنند تا هیچ‌گونه نظارت و کنترلی بر آن نباشد. به همین دلیل عده‌ای پشت پرده مخالفت‌ها با تصویب قوانین و یا پیوستن به کنوانسیون‌هایی را که موجب شفافیت در امور مالی، پولی، بانکی و به طور کلی اقتصاد کشور می‌شود حمایت و هدایت می‌کنند.

نقدینگی کشور توسط چه کسانی کنترل می‌شود؟

در رابطه با نظام مالی، پولی و اعتباری در اقتصاد غیرشفاف کشور رئیس دولت دوازدهم در زمان تقدیم لایحه بودجه سال ۹۷ در آذرماه سال ۹۶ به مجلس شورای اسلامی نکات مهمی را مورد توجه قرار داد. از جمله این که گفت اقتصاد کشور درست نخواهد شد تا امور بانکی درست بشود. وی گفت که دولت یازدهم چند اصلاح انجام داد و در آخر کار دولت یازدهم و در زمان شروع کار دولت دوازدهم تلاش به عمل آورد که اوضاع را بهتر کند. رئیس دولت دوازدهم در آذرماه ۹۶ همچنین گفت: اما، چند تعاونی اعتباری در کشور به وجود آمده بود که زندگی مردم را دچار بحران کرده بودند.

رئیس دولت دوازدهم در سخنرانی‌اش در مجلس شورای اسلامی افزود که در اواخر کار دولت یازدهم خدمت مقام معظم رهبری رسید و پس از گزارش به ایشان و با استمداد از ایشان مبارزه با اصحاب ارز و سکه طلا و قدرت‌های اقتصادی در نظام مالی، پولی و بانکی کشور را شروع کرد. رئیس جمهور با تأکید بر اینکه بودجه سال ۹۷ قرار است شفاف باشد تا مردم بدانند که در اقتصاد کشور چگونه عمل می‌شود در ارتباط با مبارزه با موسسات مالی، پولی، بانکی و اعتباری گفت: «... اوه چقدر سخت بود با این‌ها برخورد کردن. این‌ها رفته بودن همه جا را دیده بودند. آدم‌های عجیب و غریب سفارش می‌کردند. ما وارد عمل شدیم. کار بسیار عظیم و بزرگی تا امروز انجام گرفته است.» یکی از کارهای عظیم و بزرگ شاید اقدام راس امور در نظام جمهوری اسلامی ایران یعنی مجلس شورای اسلامی با تصویب قانون الحاق ایران به کنوانسیون مقابله با تأمین مالی تروریسم (CFT) در روز ۱۵ مهرماه ۹۷ است.

اگر این قانون تصویب نمی‌شود؟

مدیران امور مالی و بانکی که منتظر شروع همکاری با همتاهای

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها

یادداشت

آینده نفت سیاه نیست

رضا پدیدار

رئیس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق تهران

اظهارنظرهای پراکنده درباره آینده فروش نفت ایران بیشتر مبنی بر کاهش صادرات و افزایش فشارهاست و البته بیشتر این ادعاها نیز متناقض است. شنیده می‌شود که ظرفیت صادرات ایران به شدت کاهش یافته یا برای مثال به یک سوم رسیده و اعداد عجیب و دور از ذهنی در این باره اعلام می‌شود. این در حالی است که حتی تا عملی شدن سناریوی فشار بر صادرات نفت و تحریم آن در فضای واقعی بین‌المللی فاصله زیادی داریم.

هم‌اکنون نفت ایران به کشورهای یونان، اسپانیا، فرانسه، ایتالیا، کره جنوبی، هند و چین و مجموعه‌ای از کشورهای آسیایی مثل مالزی، سنگاپور، تایوان، هنگ‌کنگ و بعضی کشورهای دیگر مثل آفریقای جنوبی صادر می‌شود. براساس آخرین گزارش‌ها ایران روزانه ۲ میلیون و ۱۴۹ هزار بشکه نفت صادر می‌کند و البته این رقم از سوی مسئولان ۲ میلیون و ۱۵۴ هزار بشکه عنوان شده بود که تصور می‌کنم با احتساب میعانات گازی اعلام شده است.

در بدترین شرایط با اعمال تحریم‌ها پس از چهارم نوامبر، حجم صادرات نفت ایران ۶۷۱ هزار بشکه کاهش پیدا می‌کند. با توجه به جنگ و گریزی که بین مشتریان جدید و سنتی نفت ما در اروپا و آسیا و دیگر کشورهای ذی نفع در جریان است، تصور می‌کنم که صادرات نفت خام ایران از ۲ میلیون و ۱۴۹ هزار بشکه در روز به یک میلیون و ۴۷۸ هزار بشکه برسد و این یعنی ایران روزانه ۱.۵ میلیون بشکه نفت صادر می‌کند.

در چندماه اخیر با وجود کاهش میزان صادرات، درآمدهای حاصل از فروش نفت خام ایران ۱۷درصد افزایش یافته است. این در حالی است که قیمت هر بشکه نفت در بوجه امسال ۵۵ دلار در نظر گرفته شده اما به دلیل افزایش قیمت‌ها در بازار درآمد حاصل از فروش نفت بیشتر از پیش‌بینی‌هاست. این افزایش قیمت‌ها به ویژه در مورد نفت سبک ایران که با API بالای ۳۰ و ۳۲ از نفت‌های باکیفیت و مرغوب سبک نفتی اوپک به شمار می‌رود، قابل توجه است. نفت مرغوب اکنون ۸۳ دلار و ۲۴ سنت قیمت دارد و حتی اگر نفت ایران ۸ دلار زیر این قیمت هم معامله شود، درآمدهای حاصل از فروش نفت بیش از ۱۵درصد رشد پیدا می‌کند.

مسئله مهم آینده اما فضای حاکم بر اوپک است و اینکه فضای کنونی در ماه‌های پس از نوامبر نیز حفظ شود. در آخرین اجلاس کمیته استراتژی و راهبردی اوپک در الجزایر، پنج عضو این کمیته از جمله ایران حفظ سقف تولید اوپک یعنی ۳۲ میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه در روز را تایید کردند. اکنون در اوپک درباره سقف تولید اتحاد نظر وجود دارد و کسی پیش از سهمیه منظور تولید نمی‌کند اما در فضای مجازی اطلاعات و آمار غریبی از میزان افزایش تولیدها مطرح می‌شود. عربستان در ماه گذشته تنها ۳۰۰ هزار بشکه بیشتر تولید کرده اما در اخبار ۲ میلیون بشکه اعلام شده است. روسیه ۲۶۷ هزار بشکه بیشتر نسبت به ماه گذشته تولید داشته اما رقم ۶۰۰ هزار بشکه را مطرح می‌کنند. این ارقام در حالی اعلام می‌شود که افزایش تولید نفت کشورها بیش از سقف مورد نظر اوپک نبوده است.

تا زمانی که این اتحاد در بین اوپکی‌ها و غیراوپکی‌ها وجود داشته باشد، صادرات نفت ایران علی‌رغم دامنه کاهشی که به آن در این یادداشت اشاره شد، از نظر ارزشی کاهش پیدا نمی‌کند و قیمت نفت کماکان بیش از ۸۰ دلار باقی خواهد ماند.

انرژی

آژانس بین‌المللی انرژی هشدار داد

بازار نفت وارد منطقه قرمز شده است

آژانس بین‌المللی انرژی درخواست افزایش میزان تولید از اوپک و دیگر تولیدکنندگان عمده نفت را مطرح و درباره ضربه قیمت‌ها به اقتصاد جهانی هشدار داد. فاتح بیرو، مدیر آژانس در گفت و گو با تلویزیون بلومبرگ، گفت: «ما همه موقعیت‌های مخاطره‌آمیز را می‌بینیم. بازار نفت وارد منطقه قرمز شده است. باید فضای بازار را با هماهنگی یکدیگر آرام کنیم. وضعیت امروز بازار خبر بدی برای مشتریان و واردکنندگان به شمار می‌آید اما من باور دارم که در آینده این وضعیت خبر بدی برای تولیدکنندگان خواهد بود.»

آژانس بین‌المللی انرژی می‌گوید که به بیشتر اقتصادهای بزرگ درباره سیاست‌های انرژی مشاوره می‌دهد در هفته گذشته اعلام کرد که افزایش قیمت نفت خام در بازار به کاهش تقاضا در بعضی کشورهای با رشد اقتصادی سریع منجر می‌شود مگر اینکه تولیدکنندگان برای افزایش عرضه اقدام کنند. بی‌رو، مدیر این آژانس از افزایش میزان تولید نفت عربستان به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت اوپک استقبال کرده اما همچنان معتقد است که بازار با تنگناهایی رو به روست.

بی‌رو، گفت: «اگر تولیدکنندگان عمده نفت کاری نکنند، نیمه چهارم سال جاری بسیار سخت خواهد بود و در این بین بیشتر باید بر عربستان سعودی اتکا کرد که البته مثل دیگر اعضای اوپک با تمام ظرفیت یا نزدیک به خط پایان ظرفیت تولیدش، نفت عرضه می‌کند.»

هشدار بیرو به دنبال افزایش ۲۰درصدی قیمت نفت خام اوپک از ماه اگوست مطرح می‌شود. مدیر آژانس بین‌المللی انرژی از افزایش میزان تقاضای نفت گفت چراکه میزان زیادی از صادرات نفت ونزولا از بازار خارج شده و صادرات نفت ایران هم در حال کاهش است. به گفته بیرو، صادرات نفت ونزولا به زودی به زیر یک میلیون بشکه در روز می‌رسد و در مقابل عربستان سعودی که ۱.۷ میلیون بشکه در روز تولید می‌کند می‌تواند آن را به ۱۱ میلیون بشکه برساند.



این جنگ تجاری تنها موجب کاهش رشد این دو غول اقتصادی جهان نخواهد شد، بلکه به رشد اقتصاد جهانی در سال‌های پیش‌رو به‌ویژه سال ۲۰۱۹ ضربه اساسی خواهد زد.

مورس آبستفلد، اقتصاددان ارشد صندوق بین‌المللی پول دیپور در نشست خبری درباره آخرین چشم‌انداز این صندوق گفت: زمانی که دو اقتصاد بزرگ جهان درگیر باشند، همه از آن رنج می‌برند. به گفته آبستفلد، صندوق بین‌المللی پول رشد اقتصادی آمریکا در سال ۲۰۱۹ را به دلیل جنگ تعرفه‌ای این کشور با چین کاهش داده است. این در حالی است که اگرچه آمریکا سعی کرده وضعیت را بهتر کند و با کاهش مالیات‌ها باعث رشد بیشتر اقتصادش شود، اما اقتصاددانان صندوق بین‌المللی پول انتظار دارند رشد سال آینده آمریکا به ۲.۵درصد کاهش یابد. آنها رشد اقتصادی آمریکا در سال جاری را ۲.۹درصد اعلام کرده‌اند. برآورد کاهش ۰.۲درصدی آنها به دلیل درگیری‌های تجاری است که امسال رخ داده است.

دولت ترامپ در سال جاری تقریباً نیمی از محصولات چین که سالانه به آمریکا فروخته می‌شود، تعرفه وضع کرده است. ترامپ حتی تهدید کرده که می‌تواند تعرفه‌ها را برای تمام کالاها چینی که به آمریکا وارد می‌شود، اعمال کند. یکن هم در مقابل با تعرفه‌هایی به ارزش ۱۱۰ میلیارد دلار به آمریکا پاسخ داده است. این مقابله به مثل‌ها به رشد اقتصادی چین هم در سال آینده ضربه خواهد زد و انتظار می‌رود رشد اقتصادی چین به ۶.۲درصد کاهش یابد. در یک کلام، پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول برای اقتصاد چین در سال ۲۰۱۹، حدود ۰.۲درصد کمتر از پیش‌بینی قبلی است که به دلیل تعرفه‌ها و جنگ تجاری با آمریکا بوده است.

جنگ تجاری، آسیب بیشتری به بار می‌آورد

تاثیر جنگ تجاری آمریکا و چین حتما فراتر از این دو کشور خواهد بود. در حالی که گفته می‌شد در سال آینده، رشد اقتصادی جهان قوی باشد، اما صندوق بین‌المللی پول می‌گوید حالا چشم‌انداز به طور قابل توجهی کمتر واضح است. این عدم شفافیت در رشد اقتصادی جهان هم از ماه آوریل و شروع جنگ تجاری بوده است. صندوق بین‌المللی پول، پیش‌بینی رشد اقتصادی حال حاضر را ثابت نگه داشته است، اما در عین حال، معتقد است که رشد اقتصادی در سال ۲۰۱۹ به دلیل نرخ بهره بالاتر و موانع تجاری کاهش یافته است. پیش‌بینی جدید رشد اقتصادی جهانی ۰.۲درصد کمتر از ۰.۲درصدی است که پیشتر عنوان شده بود. همچنین پیش‌بینی شده که در سال آینده این روند نزولی ادامه خواهد داشت.

به گفته صندوق بین‌المللی پول، اثرات جنگ تجاری و عدم اطمینان در سطح اقتصاد کلان باعث ایجاد آسیب‌هایی به شرکت‌ها می‌شود. تشدید تنش‌ها و افزایش عدم اطمینان به سیاست‌ها می‌تواند بازارهای مالی را بیشتر بهم بریزد و منجر به بی‌ثباتی و کاهش رشد تجارت و سرمایه‌گذاری در جهان شود.

۴۰۵۲.۱۳۸ دلار تا پایان سال ۲۰۲۰ کاهش خواهد یافت. قدرت خرید سرانه هم از ۲۰هزار و ۶۹ دلار سال ۲۰۱۸ به ۱۹هزار و ۹۱۴دلار در سال ۲۰۲۰ خواهد رسید.

به گفته صندوق بین‌المللی پول، نسبت سرمایه‌گذاری به تولید ناخالص داخلی ایران در سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰ به ترتیب معادل ۳۹.۱۵۶، ۳۸.۷۳۸ و ۳۹.۴۱۴درصد خواهد بود. همچنین نسبت پس‌انداز خانوارها به تولید ناخالص داخلی در این سه سال به ترتیب معادل ۳۹.۴۵۳، ۳۸.۷۳۸ و ۳۹.۴۱۴درصد خواهد بود. جمعیت ایران نیز تا پایان سال ۲۰۲۰ به ۸۴.۱۴۹ میلیون نفر افزایش خواهد یافت. به گزارش رویترز، صندوق بین‌المللی پول در این گزارش با کاهش پیش‌بینی خود از نرخ رشد اقتصاد جهانی در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ اعلام کرد که تنش‌های تجاری و وضع تعرفه بر کالاهای وارداتی در حال تاثیرگذاری بر تجارت بین‌المللی است و در عین حال، بازارهای نوظهور نیز با شرایط مالی سخت‌تر و خروج سرمایه مواجه هستند.

جنگ تجاری، رشد اقتصاد جهانی را کاهش می‌دهد

گزارش صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که رشد قوی اقتصاد جهانی در ماه‌های گذشته که از جمله به دلیل کاهش مالیات‌ها در آمریکا و افزایش تقاضا برای واردات رخ داده بود، در حال کم‌رنگ شدن است. این نهاد بین‌المللی در گزارش خود موسوم به «چشم‌انداز اقتصادی جهان» پیش‌بینی کرده که رشد اقتصاد جهانی در سال جاری و سال آینده میلادی به ۳.۷درصد برسد، در حالی که این رقم قبلاً ۳.۹درصد پیش‌بینی شده بود.

این کاهش برآورد رشد ناشی از چند عامل نگران‌کننده از جمله وضع تعرفه‌های تلافی‌جویانه بین آمریکا و چین، عملکرد ضعیف کشورهای حوزه یورو، ژاپن و انگلیس و همچنین افزایش نرخ بهره است که موجب خروج سرمایه از بازارهای نوظهوری نظیر آرژانتین، برزیل، ترکیه و آفریقای جنوبی شده است.

با توجه به اینکه بخش عمده تاثیرات جنگ تعرفه‌ای آمریکا و چین در سال آینده احساس خواهد شد، صندوق بین‌المللی پول، پیش‌بینی خود از رشد اقتصاد آمریکا در سال ۲۰۱۹ را از ۲.۷ به ۲.۵درصد کاهش داده و پیش‌بینی رشد اقتصادی چین را نیز از ۶.۴ به ۶.۲درصد رسانده است.

همچنین «سی ان ان» نیز در گزارشی به تازه‌ترین گزارش صندوق بین‌المللی پول درباره «چشم‌انداز اقتصادی جهان» پرداخته و هشدار این نهاد بین‌المللی درباره تبعات جنگ تجاری چین و آمریکا برجسته کرده است. براساس این گزارش، صندوق بین‌المللی پول روز سه‌شنبه پیش‌بینی‌اش درباره رشد اقتصادی چین و آمریکا را کاهش داد و این کاهش برآورد عمدتاً به دلیل امواج جنگ تعرفه‌ای است که دو اقتصاد بزرگ دنیا را درگیر خود کرده است، اما پیش‌بینی بدبینانه‌تری هم وجود دارد و آن هم این است که درگیری بین واشنگتن و پکن همچنان ادامه داشته باشد و باعث آسیب کشورهای دیگر شود. در واقع،

افزایش قیمت نفت از سر گرفته شد

پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول از قیمت نفت تا ۵ سال آینده

براساس گزارش رویترز، از سوی دیگر شرکت‌های نفتی که در خلیج مکزیک فعالیت می‌کنند، با نزدیک شدن توافق مایکل به ایالت‌های شرق این منطقه از جمله فلوریدا، ۱۹درصد از تولید نفت خود را کاهش دادند.

تحلیلگران در نظرسنجی «اس اند پی گلوبال پلاس» پیش‌بینی کردند ذخایر نفت آمریکا در هفته منتهی به پنجم اکتبر، به دلیل کاهش فعالیت پالایشگاهی و صادرات کمتر، ۱.۶۱ میلیون بشکه افزایش پیدا کرده است. آمار موسسه امریکن پترولیوم روز سه‌شنبه و آمار رسمی اداره اطلاعات انرژی آمریکا روز چهارشنبه منتشر خواهد شد.

با این حال تحلیلگران گروه بانکی ANZ در یادداشتی اعلام کرد قیمت‌های نفت به دلیل نگرانی‌ها نسبت به کمبود شدید عرضه به دلیل بازگشت تحریم‌های آمریکا علیه ایران و عرضه کمتر از سوی لیبی و ونزولا رو به افزایش هستند.

ایمان ولی‌پور

ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

چندی پیش، تازه‌ترین گزارش بانک جهانی از «چشم‌انداز اقتصاد ایران» منتشر شد و این نهاد بین‌المللی اعلام کرد که نرخ رشد اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۷ به ۳.۸درصد کاهش یافته است. بانک جهانی در این گزارش همچنین با انتقاد از سیاست تک‌نرخ کردن دستوری ارز که از فروردین‌ماه امسال در ایران پیاده و اجرا شد، از نوسان نرخ ارز، تورم بالا و تحریم آمریکا به‌عنوان سه عاملی نام برد که باعث می‌شوند رشد اقتصادی ایران در دو سال آینده منفی باشد، اما با این حال، پیش‌بینی کرد که از سال ۲۰۲۰ میلادی، رشد اقتصادی ایران دوباره در مدار صعودی قرار می‌گیرد. در گزارش بانک جهانی، رشد اقتصادی ایران در سال‌های ۲۰۱۸، ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ به ترتیب ۱.۵درصد، -۳.۶درصد و مثبت ۱.۱درصد برآورد شده و همچنین نرخ تورم نیز به ترتیب ۲۳.۸درصد و ۳۱.۲درصد و ۱۹.۶درصد پیش‌بینی شده است.

حالا به فاصله چند روز از انتشار گزارش بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول نیز در جدیدترین گزارش خود از چشم‌انداز اقتصادی ایران، نرخ تورم را در سال ۲۰۱۸ برای ایران در مرز ۳۰درصد و رشد اقتصادی را ۱.۵درصد پیش‌بینی کرده است. برآوردهای صندوق بین‌المللی پول می‌شایه تا به گزارش اخیر بانک جهانی درباره شاخص‌های اقتصادی ایران نیست و پیش‌بینی این دو نهاد بین‌المللی نشان می‌دهد که سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ سال‌های سختی برای اقتصاد ایران خواهد بود.

پیش از این، مرکز پژوهش‌های مجلس نیز رشد اقتصادی ایران را با در نظر گرفتن دو سناریوی خوش‌بینانه و بدبینانه در پایان سال ۹۷، منفی پیش‌بینی کرده بود. براساس مطالعه مرکز پژوهش‌ها، رشد اقتصادی سال ۹۷ در سناریوی اول منفی ۰.۵درصد و در سناریوی دوم منفی ۲.۸درصد خواهد بود. علاوه بر این، بازوی پژوهشی مجلس، میزان رشد اقتصادی بدون نفت را در سناریوی خوش‌بینانه ۱.۹درصد و در سناریوی بدبینانه ۰.۸درصد برآورد کرده است.

اما صندوق بین‌المللی پول در جدیدترین گزارش خود، رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۱۸ را ۲.۱درصد برآورد کرد؛ این در حالی است که این صندوق در گزارش قبلی، نرخ رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۱۸ را ۴درصد پیش‌بینی کرده بود. نرخ تورم ایران هم در سال ۲۰۱۸ برابر با ۲۹.۶درصد پیش‌بینی شده است. صندوق بین‌المللی پول نرخ بیکاری ایران در سال ۲۰۱۸ را هم ۱۲.۸درصد پیش‌بینی کرده که ۱.۱درصد نسبت به برآورد قبلی بیشتر است.

همچنین به دلیل کاهش ارزش ریال در برابر دلار، تولید ناخالص داخلی ایران بر حسب دلار از ۴۳۰.۰۸۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ به ۳۳۳.۶۰۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ کاهش خواهد یافت، اما در سال ۲۰۲۰ به حدود ۳۴۱ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت.

سرانه درآمد ایرانیان نیز از ۵۲۲۱.۹۷۴ دلار تا پایان امسال به

یادداشت

مسکن دچار پدیده «قفل‌شدگی» شده است

کمال اطهاری
کارشناس بازار مسکن

مقایسه آمارهای منتشرشده از تغییر و تحولات بازار مسکن در نیمه اول سال ۹۷ حاکی از آن است که هرچه به سال ۹۸ نزدیک‌تر می‌شویم سناریوی رکود بازار مسکن قوت بیشتری می‌یابد. بخش مسکن که از مدت‌ها پیش که گفته می‌شد در حال قفل شدن است، امروز به مرحله قفل‌شدگی رسیده است. مشکلات فعلی که امروز بازار مسکن درگیر آن شده، ناشی از سیاست این دولت و دولت قبل نیست. این بازار از حدود ۲۰ سال پیش از کالای مصرفی به کالای سرمایه‌های تبدیل شد و امروز می‌بینیم که معاون وزیر راه و شهرسازی با گذشت ۲۰ سال به این نتیجه رسیده است و در همایش سیاست‌های توسعه مسکن اعلام می‌کند: «بازار مسکن زمانی از تعادل خارج شد که تغییر نگاه به بازار مسکن اتفاق افتاد.» متأسفانه از همان دهه ۷۰ که به دلیل تراکم‌فروشی، مسکن به‌عنوان یک کالای «سوداگری» شناخته شد محاسبات صورت‌گرفته توسط کارشناسان نشان داد که قیمت مسکن باید حداقل ۵ برابر درآمد سالانه خانوارها باشد اما به این محاسبات توجهی نشد. به‌طوری‌که قیمت مسکن در دهه ۷۰ به ۸ برابر درآمد سالانه خانوارها می‌رسید. از همان زمان در قالب برنامه سوم توسعه، تعاونی‌های مسکن و طرح‌هایی که هدف آن‌ها مقابله با تراکم‌فروشی بود، کنار گذاشته شد؛ به‌جای اینکه بازار مسکن کنترل شود، متأسفانه برعکس عمل شد و مصوبه‌هایی تصویب و به اجرا درآمد که برعکس منجر به سوداگری هرچه بیشتر در بخش مسکن شد. برای مثال در همان زمان تصویب شد که ساخت‌وسازهایی که شامل ۱۲ واحد مسکونی می‌شود، انبوه‌سازی در نظر گرفته می‌شود بنابراین با ارائه تسهیلات ارزان قیمت حساب شکل گرفته در بخش مسکن بزرگ‌تر و به‌تدریج همه سرمایه‌ها به این بخش جذب شد. به همین ترتیب سازوکارها به‌گونه‌ای اجرا شد که بخش مولد از اعتبارات و تسهیلات بانکی محروم شدند و به‌جای آن، امکان سرمایه‌گذاری برای بخش‌های غیرمولد فراهم شد. در حال حاضر هم وضعیت به‌جایی رسیده است که به دلیل نبود سیاست‌های درست، مسکن به اصطلاح اقتصادی «قفل‌شدگی» که از مدت‌ها پیش در این رابطه هشدار داده شده بود، دچار شده است.

در اولین طرح جامع مسکن که در سال ۸۴ به تصویب رسید، بنا بود اقداماتی صورت بگیرد تا ارزش مصرفی مسکن بر ارزش سرمایه‌گذاری آن غالب شود، اما متأسفانه نه‌تنها این طرح اجرا نشد بلکه تراکم‌فروشی تشدید شد و دولت وقت به‌غلط پروژه مسکن مهر را راه انداخت. در دولت دوازدهم و در معاونت فعلی هم توجهی به بازنگری مجدد طرح جامع مسکن نشد. درحالی‌که اگر همان زمان که این طرح بازنگری شده بود (سال ۹۴)، اجرا می‌شد، الان می‌توانستیم شاهد باشیم که حداقل جلوی برخی سوداگری‌ها در این بخش گرفته شود. متأسفانه مجموع سیاست‌های غلطی که این وزارتخانه در طول سال‌های گذشته اجرا کرده است، نشان می‌دهد که وزارت راه و شهرسازی هنوز به سیاست اقتصادی درستی که بتواند گره‌ای از مشکلات موجود باز کند، مجهز نیست.

راهکار باز کردن قفل اقتصادی

تهران تنها بین‌سال‌های ۸۵ تا ۹۵ حدود ۳۰۰ هزار شغل از دست داده است. همین بحث اشتغال یکی از عواملی است که باعث ایجاد قفل‌شدگی در بخش مسکن شده است. قفل‌شدگی در بخش مسکن را از داخل نمی‌توان باز کرد. تعادل در بازار مسکن زمانی ایجاد می‌شود که اقتصاد «دانش‌بنیان» در کشور تقویت شود. چراکه این اقتصاد دانش‌بنیان است که اشتغال ایجاد می‌کند و باعث می‌شود تا بخش مولد به سرمایه‌گذاری در این بخش ورود کند. باید تأکید کنم که وقتی از زیرساخت‌های اقتصاد دانش‌بنیان صحبت می‌شود منظور «شهرک صنعتی» نیست؛ زیرساخت تشکیل این اقتصاد دانش‌بنیان، شکل‌گیری محیط نوآوری در کلانشهرهاست. تازمانی که این زیرساخت فراهم نشود نمی‌توان آمیدی به حل مشکلات به طور اساسی داشت. با یک مثال ساده توضیح می‌دهم. فاصله دانشگاه صنعتی شریف تا کارخانه ارج نهایت ۱۰ کیلومتر است، اما چطور می‌شود باوجود اینکه فاصله میان علم تا صنعت فقط ۱۰ کیلومتر بود، کارخانه ارج ورشکسته شد؟ پاسخ ساده است؛ چون محیط نوآورانه را نتوانستیم در فضای دانشگاهی شکل بدهیم تا به همان نسبت به این فضا برای مشکلات به وجود آمده راهکار داشته باشد. شکل‌گیری این اقتصاد بیش از هر چیز در گروهی دانش‌توان طرح جامع است و نمی‌توان گفت که با اجرای دو یا سه طرح پژوهشی اقتصاد دانش‌بنیان شکل گرفته است. چرا که اگر اینگونه بود اتحادیه اروپا در بینیه‌ای که سال ۲۰۱۶ صادر کرد به این نکته اشاره نمی‌کرد که این اتحادیه در پیاده‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان دارای ضعف است. در کشور ما در صحت‌ها و سیاست‌های مختلف مکرر به بحث اقتصاد دانش‌بنیان پرداخته شده است، بی‌آنکه متولی آن به طور دقیق مشخص شود و زیرساخت‌های اجرای این اقتصاد در کشور پیاده شود.

قطعه‌نامه ۵۹۸: آئینه عبرت دارندگان دلار

مهدی پازوکی، کارشناس اقتصادی با اشاره به اثرگذاری مسائل سیاسی بر مسائل اقتصادی به کاهش قیمت دلار بعد از تصویب قطعنامه ۵۹۸ اشاره کرد و گفت: زمانی که قطعنامه ۵۹۸ تصویب شد، نرخ دلار به صورت ناگهانی از ۱۴۸ تومن به زیر ۵۰ تومن رسید و حتی باعث شد عده‌ای در آن دوره سگته کنند. او در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به حواشی تصویب FATF در مجلس شورای اسلامی، گفت: ما باید با اتحادیه اروپا و مخصوصاً کشورهای آلمان و فرانسه ارتباط ایجاد کنیم و بتوانیم از طریق یک حساب مشترک و بسا یورو با آنها مبادله کنیم. این کارشناس مسائل اقتصادی با بیان این‌که ما در ایجاد لابی با کشورهای دیگر ضعیف عمل کرده‌ایم، ادامه داد: ما می‌توانیم علاوه بر اتحادیه اروپا حتی خود آمریکا هم لابی‌های سیاسی‌مان را فعال کنیم و در آن کشورها هم اثرگذار باشیم، اما نکته‌ای که باید به آن توجه کرد، توجه به منافع ملی و در اولویت قرار دادن آن است. وی با اشاره به فراگیری FATF در سطح دنیا اظهار کرد: ۱۹۴ کشور دنیا عضو FATF هستند و سیاست‌گذاری آنها را قبول کرده‌اند. اگر ما نتوانیم آن را بپذیریم، نمی‌توانیم با فساد مبارزه کنیم. کشورهای تندرود در منطقه و دنیا بدشان نمی‌آید که ایران در جامعه جهانی منزوی باشد.



به‌صورت غیرآشکار با ظرافت‌هایی انجام می‌دهند و آن این است که دلار را بسیار گران تعیین می‌کنند.

وی افزود: صادرات کالا به کشوری که دلار را بیشتر از قیمت واقعی تعیین می‌کند، امکان ندارد که این کشورها خود صادرکننده می‌شوند. البته باید گفت تدابیر دیگری را نیز به عنوان مکمل در پی می‌گیرند و سیاست آخر اینکه قیمت دلار را به گونه‌ای تنظیم می‌کنند که پایین باشد و دولت به شیوه‌های مختلف در بازار دخالت می‌کند که قیمت دلار پایین نگه داشته شود. دولت با عرضه زیاد دلار در بازار در زمانی که تقاضا بالا رفته است، قیمت آن را پایین نگه می‌دارد. این کشورها که ایران نیز یکی از آن‌ها است، به کشورهایی تبدیل می‌شوند که به آنها واردکننده کالا می‌گویند.

وی معتقد است با مؤلفه روان‌سازی تولید در ایران نرخ ارز اتفاقاً در ایران همواره کمتر از رقم واقعی تعیین شده است. او پیش از بحران ارزی اخیر قیمت واقعی دلار را ۱۲ هزار تومان اعلام کرده بود.

فرمول محاسبه نرخ دلار بازار

اکبر کیمیجانی، قائم مقام بانک مرکزی نیز پیش از این توضیحات دقیقی درباره فرمول محاسبه ارز پیش از این ارائه کرده و گفته است: روش‌های مختلفی برای محاسبه نرخ ارز به کار گرفته می‌شود که یکی از متداول‌ترین آنها «روش برابری قدرت خرید» است. وی افزود: در این روش ضمن اینکه متغیرهای اقتصاد کلان مانند تولید، تورم، بهره‌وری و تراز پرداخت‌ها دیده می‌شود، در نهایت دو متغیر اصلی «تورم داخلی» و «میانگین وزنی تورم کشورهای طرف تجاری ایران» ملاک محاسبه در آن است. معاون اقتصادی بانک مرکزی ادامه داد: ما مینا قرار دادن «تفاضل تورم داخلی و خارج» در این روش و با استفاده از فرمول گفته شده، تعدد نرخ دلار بازار با توجه به تفاوت تورم تعدیل می‌شود.

کیمیجانی افزود: به عنوان مثال در سال ۸۱ محاسباتی را انجام دادیم و بسا وجود اختلالات اقتصادی آن زمان، بعد از یک‌سال‌سازی نرخ دلار در بازار حدود ۷۹۵ تومان تعیین شد و این نرخ را آن زمان بازار دیکته می‌کرد.

باید و صادرات و واردات به درستی انجام شود. اگر مجموعه اینها هماهنگی داشت یعنی نرخ درست انتخاب شده است اما اگر قیمتی گذاشتیم که صف طولید در برابر صرافی شکل گرفت و واردات بر تولید برتری یافت و ... بدان معنی است که راه را اشتباه رفته‌ایم.

بر مبنای یک فرمول ۲۰۰۰، بر مبنای فرمول دیگر ...

محمدرضا جهان بیگلری، کارشناس اقتصادی اما روایتی دیگر از تعیین نرخ ارز دارد. وی البته یکی از معترضان به عدم اعلام شفاف فرمول تعیین نرخ ارز است اما می‌گوید در محاسباتی که داشته است، فرمولی را در نظر گرفته که بر مبنای آن قیمت ارز بین ۲۰۰۰ تا ۲۲۰۰ تومان است.

وی درباره این فرمول گفت: میزان ذخایر ارزی به علاوه صادرات و GDP تقسیم بر واردات می‌تواند قیمت ارز را نشان دهد. بر پایه این فرمول قیمت ارز باید حدود ۲۰۰۰ تا ۲۲۰۰ تومان باشد.

بر مبنای محاسبات سیاسی و اقتصادی، ۲۰۰۰ تومان

یحیی آل اسحاق نیز قیمت واقعی دلار را اما بسیار بالاتر از دیگر کارشناسان ارزیابی می‌کند، وی می‌گوید: قیمت واقعی دلار ۷ هزار تومان است. وزیر اسبق بازرگانی و عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی هرچند، فرمول دقیق و مشخصی را برای تعیین این نرخ ارائه نمی‌دهد اما مؤلفه‌هایی را بیان می‌کند که بر مبنای آن قیمت ۷ هزار تومان تعیین شده است.

وی تنها به مؤلفه‌های اقتصادی بسنده نمی‌کند و ماجرای تحریم، انتظارات بازیگران متعدد در داخل و مسائل بین‌المللی را در کنار خرابکاری عمده در بازار ارز می‌گذارد تا این نرخ را استخراج کند.

قیمت واقعی دلار، ۱۲۰۰۰ تومان

ابراهیم رزاقی، کارشناس اقتصادی و استاد بازنشسته دانشگاه تهران اما آینده دیگری دارد. وی می‌گوید: سه سیاست در خصوص دلار وجود دارد. یک سیاست تعیین قیمت دلار متناسب با اختلاف تورم داخلی و خارجی است. سیاست دوم، سیاستی که است چینی‌ها به‌کار می‌گیرند و قبلاً ژاپنی‌ها انجام می‌دادند و بعضی کشورهای دیگر نیز هم اکنون

نرخ واقعی دلار چقدر است؟ هر یک از اقتصاددانان و دولتمردان قیمت متفاوتی را مطرح می‌کنند، چنانچه بر مبنای فرمول‌های متعدد نرخ دلار بین ۱۸۵۰ تا ۱۲۰۰۰ تومان برآورد می‌شود. با این حال باید گفت این پرسش نه الان و امروز که دلار در بازار قیمت مشخصی ندارد و خرید و فروش بر بستری روان صورت نمی‌گیرد، که حتی در سالیان قبل نیز بارها و بارها از سوی کارشناسان اقتصادی پاسخ داده شد، اما نتیجه هنوز روشن نیست. به گزارش خبرآنلاین، عباس شاکری، استاد دانشگاه علامه طباطبایی، روز دوشنبه در حالی نرخ واقعی دلار را ۱۸۵۰ تومان اعلام کرده است که قیمت دلار تا پیش از ریزش‌های اخیر روی ۱۸ هزار و ۵۰۰ تومان را نیز دیده بود. در هفت روز گذشته تحت تاثیر دو اتفاق مهم، یعنی اجرای بسته سیاستی ارزی جدید از سوی بانک مرکزی و همچنین تصویب لایحه CFT در مجلس شورای اسلامی، قیمت ارز با ریزشی قابل توجه روبه‌رو شده است. برخی خبرها حکایت از آن دارد که قیمت دلار در کانال ۱۱ هزار تومان قرار گرفته و برخی اراقمی کمتر از این را نیز مورد اشاره قرار می‌دهند.

عدد ۱۸۵۰ تومان از کجا آمده است؟

عباس شاکری، استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی، مبنای محاسبه قیمت ۱۸۵۰ تومان برای هر دلار را این‌گونه شرح داده است. وی می‌گوید: در این برآورد تفاوت تورم ایران و آمریکا را لحاظ کرده و سال پایه را زمانی که دلار ۷ تومان بود تعیین کرده‌ایم. سوال اینجاست که در نظر گرفتن این مؤلفه برای محاسبه دلار کفایت می‌کند؟

عملیات بازار قیمت واقعی را روشن می‌کند

سید کمال سید علی، مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات و معاون ارزی اسبق بانک مرکزی به این سوال محور دیگری پاسخ داده است. وی به خبرآنلاین گفت: فرمول تعیین نرخ ارز، فرمول ساده و یگانه‌ای نیست.

به گفته وی تشخیص نرخ درست برای هر دلار باید با توجه به این مؤلفه‌ها روشن شود. اینکه تولید رونق بگیرد، سرمایه‌گذاری افزایش

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس از احتمال سهمیه‌بندی بنزین خبر داد

کارت سوخت دوباره احیا می‌شود

می‌گیرد. آن هم در شرایطی که قیمت سوخت در کشور ما نسبت به کشورهای همسایه عدد بسیار پایینی است. این یعنی اتلاف انرژی صورت می‌گیرد.

وی افزود: در این باره سناریو آن است که سرانه مصرف برای هر خودرو و هر فرد در نظر گرفته شود که هر مدل از آن یکسری ویژگی و نکات مثبت و منفی دارد. با توجه به این مقرر شد حداکثر ظرف یک ماه تصمیم دولت و مجلس درباره موضوع سوخت تصمیم‌گیری کند. وی در پاسخ به این پرسش که آیا این به معنای سهمیه‌بندی شدن بنزین است؟ گفت: قرار است کارت سوخت داده شود که در این کارت سوخت حدود ۶۰ لیتر بنزین برای یک ماه شارژ می‌شود. طبیعتاً مصرف مازاد به معنای استفاده بنزین با قیمت آزاد است. در این باره ظرف یک ماه آینده تصمیم‌گیری می‌شود و معلوم خواهد شد این تصمیم از کی اجرا خواهد شد.

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس، موضوع دیگر مطرح‌شده در جلسه غیرعلنی را ارائه بسته حمایتی دولت به هر خانوار آسیب‌پذیر در دو مرحله جمعاً ۶۰۰ هزار تومان عنوان و اظهار کرد: پیشنهاد شد که دولت در دو مرحله یعنی هر مرحله ۳۰۰ هزار تومان بسته حمایتی به اقشار آسیب‌پذیر دهد. اعتبار ریالی در کارت‌های اعتباری شارژ خواهد شد البته که این میزان تنها برای خرید کالا خواهد بود و عملاً در حوزه دیگر کاربردی ندارد. در عبارتی دیگر انجام خرید کالا از طریق شارژ کارت خواهد بود.

پوراابراهیمی گفت که جامعه هدف ۲۰ میلیون خانوار خواهد بود که

کارت سوخت دوباره احیا می‌شود! این خبری بود که روز گذشته در رسانه‌ها منتشر شد و رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس نیز از احتمال سهمیه‌بندی بنزین خبر داد. کارت سوخت پیش از این در همه پمپ‌بنزین‌ها برای سوخت‌گیری بنزین و گازوئیل مورد استفاده قرار می‌گرفت، اما از چندی قبل با تصمیم دولت بدون استفاده ماند، اما حالا با ازدیداد تقاضا برای مصرف سوخت به ویژه در مناطق مرزی، دولت تصمیم گرفته به منظور جلوگیری از قاچاق سوخت و هدررفت انرژی، کارت سوخت را مجدداً اجرایی کند.

طبق آمارها، احتمالاً ۵ میلیون کارت از ۲۱ میلیون کارت سوخت به دلیل مفقودی یا دلایل دیگر از رده خارج شده باشد که قرار است طی دو هفته صادر شود. میزان قاچاق سوخت نیز از روزانه ۹ میلیون لیتر به ۱۵ میلیون لیتر در روز افزایش یافته و مصرف روزانه سوخت در کشور به حدود ۸۷ میلیون لیتر رسیده است.

در عین حال، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس نیز با بیان اینکه دادن کارت سوخت بنزین به مردم در دستور کار است، گفت: با توجه به محاسبات انجام‌شده قرار است در موضوع سهمیه‌بندی شدن بنزین و دادن کارت سوخت حداکثر تا یک ماه آینده زمان اجرای این طرح مشخص شود.

محمدرضا پوراابراهیمی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به جلسه غیرعلنی روز سه‌شنبه مجلس برای بررسی وضعیت اقتصادی گفت: نزدیک به یک دوم از مصرف بنزین نامتعارف است. این بدان معناست که با بنزین بیش از حد مصرف می‌شود و با اینکه قاچاق صورت

یادداشت

مزایای افزایش نرخ ارز چیست؟

علی اصغر سمیعی
رئیس اسبق کانون صرافان

خبر ممکن است در ظاهر خبر خوبی باشد و مردم از شنیدن آن خوشحال شوند مخصوصا که از گوشه و کنار از کارشناس و غیرکارشناس و از مقامات و غیرمقامات زمزمه‌های قیمت‌های ۱۰هزار و زیر ۱۰هزار و گاهی حتی ۷هزار و ۶هزار هم شنیده می‌شود، ولی نمی‌دانم چرا کمتر کسی از خود سوال می‌کند، که اگر قیمت‌ها باید اینقدر پایین می‌بود، چرا اجازه داده شد که به لمس قیمت‌های چندبرابری برسیم و چرا ناگهان همانطور که قیمت‌ها دیوانه‌وار بالا رفته بود سراسیمه هم پایین آمد؟ و شیب منحنی نمایش آن چرا اینقدر تند است؟ بارها گفته شده قیمت یعنی علامت و دادن و نهادن قیمت مصنوعی و غیرواقعی و دستوری بر هر کالا و خدمتی نوعی دروغ‌گویی و در واقع باعث گمراهی کسانی است که با آن قیمت سروکار پیدا می‌کنند. بالا رفتن قیمت ارز هم اگر طبیعی باشد در واقع امر مذموم و نامبارکی نیست و مواهبی دارد. از جمله همین بالا رفتن نرخ دلار تا مرز ۱۹۰۰۰ تومان به گفته برخی از آگاهان، قاچاق کالا را تا یک سوم کاهش داده بوده، همچنین حجم مسافرت به خارج از کشور هم کاهش یافته، کاهش واردات کالاهای غیرضروری نیز از دیگر مواهب است. قیمت وقتی به مرز ۹۰۰۰ تومان رسید البته آثار تورمی خود را هم آشکار کرد و همچنین آثار روانی ولی متأسفانه آنگونه نیست که به محض اینکه به ضرب تزریق یا تبلیغ و ... قیمت دلار را با یک شیب تند بین ۳۰ تا ۴۰درجه کاهش دهیم، بلافاصله آثار روانی و تورمی نرخ‌های بالاتر هم از بین برود یعنی آثار سوء از بالا رفتن نرخ ارز و نوسانات و تلاطمات ناشی از آن باقی می‌ماند و آثار خیر آن با پایین افتادن نرخ بلافاصله خنثی می‌شود. ضمن اینکه اثر مخرب نوسانات کاهشی هم مزید می‌گردد.

نشان عالی سودآورترین شرکت سرمایه‌گذاری در ایران برای شرکت پارس آریان

در شانزدهمین اجلاس سران و مدیران معتبرترین شرکت‌ها و سازمان‌های عالی‌رتبه ایرانی، نشان زرین استقامت ملی در خدمات سرمایه‌گذاری به علی‌اکبر امین‌تفرشی، مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری پارس آریان اهدا شد. به گزارش روابط عمومی، در شانزدهمین اجلاس سران و مدیران معتبرترین شرکت‌ها و سازمان‌های عالی‌رتبه ایرانی که در تاریخ ۱۶ مهر ۱۳۹۷ در محل سالن همایش‌های صدا و سیما و با حضور مرتضی بانک مشاور رئیس‌جمهور و دبیر شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، محمد خزاعی رئیس سازمان سرمایه‌گذاری، عیسی منصوری معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی و جمعی از مدیران و فعالان اقتصادی کشور برگزار شد، شرکت پارس آریان موفق شد به جهت فعالیت‌ها و اقدامات اقتصادی و سرمایه‌گذاری که انجام داده است، نشان عالی پربازده‌ترین و سودآورترین شرکت سرمایه‌گذاری در ایران را از آن خود کند. براساس این خبر، این اجلاس توسط دبیرخانه توسعه صنایع ملی ایران و با حمایت وزارت راه و شهرسازی، وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران برگزار شد. اولویت دادن به تولید محصولات و خدمت راهبردی و کالاهای اساسی و رفع موانع آن، معرفی تجارب موفق سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی و بررسی نحوه بازارسازی و استفاده از فرصت‌های ویژه مناطق آزاد در راستای توسعه تولید ملی از جمله اهداف اجلاس استقامت ملی در تولید و خدمات بود. همچنین بررسی دستاوردها، راهکارها و طرح‌های حمایتی مناطق آزاد برای تولیدکنندگان، بررسی مشوق‌های مؤثر برای صاحبین صنایع به منظور سرمایه‌گذاری و توسعه تولید در مناطق ویژه اقتصادی و نحوه جذب سرمایه‌گذاران خارجی و دانش فنی در مناطق آزاد تجاری - صنعتی از دیگر اهداف برگزارکنندگان این اجلاس بود.

اطلاعیه بانک ملی ایران در خصوص خرید و فروش ارز به نرخ بازار آزاد

معاملات ارز در واحدهای بانک ملی ایران به نرخ بازار آزاد، طبق ضوابط بانک مرکزی است. به گزارش روابط عمومی بانک ملی ایران، این بانک با صدور اطلاعیه‌ای اعلام کرد: معاملات ارز در واحدهای بانک ملی ایران به نرخ بازار آزاد، طبق ضوابط بانک مرکزی بوده و تماما براساس نرخنامه اعلامی بانک مرکزی (ETS) انجام می‌شود و کاملا با همزمان با نوسانات شدید بازارهای پول و راستای سیاست‌های اعلامی است. در ادامه این اطلاعیه آمده است: هر مطلبی خلاف این رویه مطرح شده مورد تایید این بانک نیست.

مدیرعامل بانک انصار تشریح کرد

اهداف کلیدی سال‌های آتی بانک انصار

نشست سراسری مدیران ارشد بانک انصار با حضور دکتر ابراهیمی مدیرعامل بانک انصار، معاونان و مدیران شعب استان‌های سراسر کشور در استان مازندران برگزار و در آن، راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های این بانک تشریح شد. به گزارش روابط عمومی بانک انصار، دکتر ابراهیمی طی سخنانی در این گردهمایی با اشاره به ایام حزن و اندوه اهل بیت عصمت و طهارت در ماه محرم و عرض تسلیت به مناسبت شهادت سید و سالار شهیدان، حضرت اباعبدالله الحسین(علیه‌السلام) و یاران باوقایش؛ به تبیین ضرورت ولایت‌مداری در همه ارکان زندگی شخصی و اجتماعی پرداخت و در ادامه فعالیت‌ها و نتایج عملکرد شش‌ماهه سال جاری بانک انصار را تشریح و گفت: با اجرای موفق برنامه‌ها به ویژه در زمینه جذب منابع ارزان‌قیمت در نهمین مرحله از قرعه‌کشی سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز که همزمان با نوسانات شدید بازارهای پول و سرمایه صورت گرفت، بار دیگر مدیریت و اقدامات جهادی مدیران ارزشی و همکاران شریف بانک به منصف ظهور رسید.



داده‌اند. دستور کار مجلس و تصویب CFT به‌عنوان آخرین و البته مهم‌ترین گامی که باعث می‌شود تا ایران مجدد در لیست سیاه کار گروه ویژه اقدام مالی قرار نگیرد، از آن جهت حائز اهمیت است که شبکه مالی - بانکی دنیا عدم تصویب FATF را علتی برای عدم همکاری با نظام بانکی ایران قرار ندهد.

قدیمی در راه ایجاد سازوکار مالی جدید با اروپا

مسعود خوانساری: پیوستن به گروه ویژه اقدام مالی پیش از خروج آمریکا از برجام در دستور کار قرار داشت چراکه پس از امضای برجام برای برقراری روابط بانکی با دنیا نیاز به رعایت استانداردهای بین‌المللی در سیستم پولی و بانکی خود داشتیم. به تعلق ایران از لیست سیاه مالی جهان فرصت‌هایی برای تکمیل فرآیندهای لازم و انجام اقدامات اصلاحی در مسیر شفاف‌سازی مبادلات بانکی و مبارزه عملی با پولشویی و تأمین مالی تروریسم در سیستم قانونی کشور، تعیین شد. پیش از این ۳لایحه مورد نظر FATF مورد تصویب مجلس قرار گرفته بود و باید آخرین گام نیز برداشته می‌شد تا با پیوستن به این ساز و کار بین‌المللی پیش‌نیازهای روابط با بانک‌های غربی را فراهم کنیم. خوشبختانه مجلس شورای اسلامی به دور از فضا سازی‌های سیاسی به بررسی فنی و تخصصی این لایحه پرداخت تا اقتصاد کشور بیش از این به سیاست یارانه نپردازد و قربانی تصمیمات سیاسی نشود.

با تکمیل اقدامات لازم برای پیوستن به FATF این امیدواری تقویت شده است که دیپلمات‌های فعال کشورمان در مذاکرات خود با اروپا دست پُرتی داشته باشند و بتوانند برای راه‌اندازی ساز و کار مالی جدیدی با کشورهای باقیمانده در برجام اقدام کنند. آنگونه که محمدجواد ظریف وزیر امور خارجه بیان کرده است توافق‌هایی برای ایجاد مکانیزم جدید نفتی و مالی با اروپا صورت گرفته که می‌تواند به ادامه همکاری با اروپا کمک کند و به نوعی تحریم‌های جدید آمریکا را کم‌اثر کند.

عدم تصویب FATF ایران را در مقابل اروپا قرار می‌دهد

محمدرضا انصاری: بخش خصوصی و فعالان اقتصادی که از مدت‌ها پیش منتظر تصویب FATF بودند چراکه باور دارند که پیوستن ایران به کنوانسیون بین‌المللی مقابله با تأمین مالی تروریسم یک گام روبه‌جلو در شرایطی محسوب می‌شود که اتحادیه اروپا مدافع ایران در قبال تحریم‌هاست. این نگرانی وجود داشت که عدم تصویب FATF ایران را در مقابل جبهه اروپا قرار خواهد داد. منتقد تصویب FATF اقدامی ارزشمند و مثبت است که موجب تعامل سازنده میان ایران و کشورهای که قصد همکاری مالی و تجاری با کشور را دارند، می‌شود. مسیر همکاری‌ها هموار می‌شود

حسین سلاح‌ورزی: تصویب CFT و پذیرش لایحه پیوستن ایران به «کنوانسیون مقابله با تأمین مالی تروریسم» در شرایطی که آمریکا محدودیت‌های جدی را از نظر بانکی و همچنین تعاملات پولی و مالی برای ایران ایجاد کرده است و در مقابل، کشورهای عضو اتحادیه اروپا به همراه چین و روسیه به دنبال ایجاد یک ساز و کار مشخص و مسیر جدید تبادل پولی و مالی هستند تا ارزهای ملی را جایگزین دلار آمریکا

قانون منع به‌کارگیری بازنشستگان

بازنشسته‌های کدام بانک‌ها باید بروند؟

قانون منع به‌کارگیری بازنشسته‌ها نمی‌شوند. البته در کنار بانک‌های دولتی و خصوصی، بانک مرکزی نیز مشمول قانون منع به‌کارگیری بازنشسته‌ها می‌شود. بر این اساس باید منتظر بود تا در مهلت دوماهه تعیین‌شده برای خروج بازنشسته‌های فعال غیرمشمول که پایان آبان ماه است، تمامی بانک‌های دولتی و آنهایی که دولت در آنها سهمی دارد، از جمله بانک مرکزی، بانک سپه، بانک ملی، بانک ملت، بانک تجارت، بانک صادرات، بانک کشاورزی، بانک صنعت و معدن، بانک توسعه صادرات، بانک رفاه کارگران، بانک توسعه تعاون، بانک مسکن، پست بانک، بانک شهر، بانک دی و بانک سرمایه بازنشسته‌های خود مشمول قانون می‌شوند و تمامی بانک‌هایی که حتی درصدی از سهام خداحافظی دارند، اما سایر بانک‌ها که ۱۰۰درصد خصوصی هستند مشمول این قانون نبوده و به هر تعداد که بخواهند می‌توانند بازنشسته داشته باشند. انطور که به تازگی عادل آذر- رئیس دیوان محاسبات - اعلام کرده است براساس قانون منع به‌کارگیری بازنشستگان، ۱۷۰ تا ۲۰۰ نفر از مقامات با هم‌ترازان آنها باید پست خود را ترک کنند.

در راستای اجرای قانون منع به‌کارگیری بازنشستگان، تمامی بازنشستگان بانک‌های دولتی و همچنین بانک‌هایی که در راستای اجرای اصل ۴۴ سهام آنها واگذار شده و ۱۰۰درصد خصوصی نیستند باید پست خود را ترک کنند. به گزارش ایسنا، از اواخر شهریورماه امسال و با اصلاح بندی از قانون منع به‌کارگیری بازنشستگان و ابلاغ به دستگاه‌های اجرایی آنها موظف شدند که تا پایان آبان‌ماه وضعیت بازنشسته‌های فعال خود را مشخص و با افراد غیرمشمول تسویه کنند. طبق قانون، روسای سه قوه، معاون اول رئیس‌جمهوری، نایب رئیسان مجلس و اعضای شورای نگهبان، وزیران، نمایندگان مجلس و معاونان رئیس‌جمهوری و همچنین به کارگیری بازنشستگان نیروهای مسلح با تدابیر فرماندهی معظم کل قوا به اضافه دارندگان اجازات خواسته مقام معظم رهبری، جانبازان بالای ۵۰درصد، آزادگان بالای سه سال اسارت و فرزندان شهدا از این قانون مستثنی هستند. بر این اساس باید تمامی وزارتخانه‌ها، موسسات دولتی، موسسات و نهادهای عمومی

نماگر بازار سهام



عضو هیات مدیره کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران پاسخ داد

دلایل افت و خیز شاخص و قیمت‌ها در بورس

عضو هیات مدیره کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران گفت در پی رشدهای پیاپی شاخص و قیمت‌ها، بازار سرمایه نیاز به اصلاح و استراحت داشت که در چند روز گذشته با چاشنی شایعات و کاهش قیمت دلار این اصلاح قیمت از شدت بیشتری برخوردار شد. مهدی کاظمی اسفند در گفت‌وگو با تسنیم با اشاره به نوسانات روزهای اخیر شاخص و قیمت سهام شرکت‌ها در بورس گفت: هیجانات ناشی از تصویب یا عدم تصویب پیوستن ایران به یکی از کنوانسیون‌های مرتبط با نهاد ویژه اقدام مالی در مجلس یکی از دلایلی است که می‌توان از آن به عنوان یکی از عوامل افت قیمت‌ها و ریزش شاخص در روزهای گذشته نام برد. این کارشناس بازار سرمایه افزود: البته با تصویب CFT در مجلس و تکمیل تعهدات حقوقی چهارگانه کشورمان به استانداردهای مالی و بانکی FATF، هرچند برای لحظاتی واکنش سهامداران به این اتفاق مثبت بود، اما ادامه روند کاهش نرخ دلار و همچنین انتشار برخی شایعات موجب ریزش دوباره قیمت‌ها و شاخص در بازار شد. عضو هیات مدیره کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران همچنین از ادامه نگرانی‌های ناشی از ریزش قیمت دلار به عنوان یکی دیگر از دلایل افت شاخص و قیمت‌ها در روزهای گذشته نام برد و افزود: رشد قیمت ارز به طور سنتی یکی از عوامل و محرک‌های افزایش قیمت‌ها به‌ویژه شرکت‌ها و صنایع صادرات‌محور است، بنابراین خبر کاهش نرخ ارز، رشد قیمت سهام این شرکت‌ها را با کاهش همراه می‌کند. وی اضافه کرد: از سوی دیگر نوسانات نرخ ارز یکی از مشکلات شرکت‌ها و صنایع از این منظر است که سرمایه‌گذاری‌ها و پروژه‌های این شرکت‌ها و در مجموع برنامه‌ریزی برای خرید مواد اولیه و برآورد هزینه تمام‌شده محصولات و کالاها را با دشواری روبه‌رو می‌کند. این کارشناس بازار سرمایه اظهار داشت: علاوه بر این در پی رشدهای پیاپی شاخص و قیمت‌ها، بازار سرمایه نیاز به اصلاح و استراحت داشت که در چند روز گذشته با چاشنی شایعات و کاهش قیمت دلار این اصلاح قیمت از شدت بیشتری برخوردار شد. وی همچنین از دغدغه‌های سیاسی موجود در کشور به عنوان یکی دیگر از عواملی یاد کرد که بر رفتار این روزهای معامله‌گران در بازار سهام تأثیرگذار است و افزود: ریسک‌های سیاسی همواره به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم در تعیین سمت و سوی معاملات اثرگذار بوده‌اند. کاظمی اسفند در پاسخ به این پرسش که افزایش قیمت جهانی نفت تا چه اندازه می‌تواند خبر خوب و مثبتی برای بازار سرمایه باشد نیز گفت: به طور کلی و سنتی افزایش قیمت نفت برای اقتصاد ما که وابستگی به آن دارد خبر خوب و مناسبی است که اثر مثبت خود را بر معاملات بازار سهام می‌گذارد. اما در این بین نکته مهم اعمال تحریم‌ها و کاهش تولید و فروش نفت است که می‌تواند بر استراتژی معامله‌گران اثرگذار باشد. ضمن این که افزایش و کاهش قیمت نفت بسته به مواد اولیه و فروش شرکت‌ها دارند می‌تواند بر سودآوری آنها اثرات متفاوتی داشته باشد.

ذکات حقوقی‌ها، بازار را به تعادل می‌رساند

بورس در یک قدمی فصل آرامش

تزیق آرامش به بازار سهام با حضور فعال بازیگران حقوقی شدت گرفته است. در شرایط کنونی بورس به مرحله‌ای رسیده که تا زمان استارت فصل جدید رونق، چیزی نمانده است. بهروز خداحمی، مدیرعامل گروه سپهر صادرات در گفت‌وگو با سننا، ضمن بیان مطالب فوق، گفت: در چند ماه اخیر دیده شد که بسیاری از سرمایه‌گذاران بازارهای دیگر به سمت بورس حرکت کرده‌اند و بازار با رونق طولانی مدت همراه بود. با وجود مزیت‌های مثبتی که ورود نقدینگی و به تبع آن تعمیق بازار ایجاد می‌کند، همواره در این مسیر ریسک‌گریزی نیز افزایش می‌یابد. وی ادامه داد: با توجه به اینکه سرمایه‌گذاران در یک دوران پر رونق وارد بازار شده‌اند، این انتظار برای گروه‌های جدید به وجود می‌آید که بازار بلندمدت این روند را حفظ کند و شاهد اصلاح قیمتی نباشیم. به همین دلیل عده‌ای با شروع اصلاح قیمت‌ها، عرضه‌های خود را در بازار تشدید می‌کنند که عمدتاً این عرضه‌ها جنبه هیجانی دارند. مدیرعامل گروه سپهر صادرات به رفتار هیجانی دو گروه در بازار سهام اشاره کرد و گفت: عرضه سهام و تقاضای آن در زمانی که فاز هیجان از هر زمانی در بازار پرنرگ است علاوه بر اینکه می‌تواند در معاملات بازیگران خرد اثرگذار باشد، بزرگان بازار را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. به همین دلیل خطر انحراف از مسیر تعادل بیش از همیشه احساس می‌شود و ریسک اقدام همراه با خطا برای این گروه‌ها افزایش می‌یابد.



کرد و شاخص بازار دوم بورس نیز ۹ هزار و ۸۰۰ واحد افزایش یافت.

در معاملات این روز، نمادهای فولاد (فولاد مبارکه)، فارس (هلدینگ خلیج فارس)، فملی (ملی صنایع مس) و پارس (پتروشیمی پارس) با رشد خود بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص وارد کردند.

صدرنشینی پتروشیمی‌ها

گروه شیمیایی در معاملات روز گذشته بورس صدرنشین شد؛ در این گروه ۴۱۹ میلیون سهم به ارزش یک هزار و ۹۰۸ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه بانک‌ها به ارزش یک هزار و ۷۱۸ میلیارد ریال و فلزات اساسی به ارزش یک هزار و ۶۱۹ میلیارد ریال جایگاه‌های بعدی را به خود اختصاص دادند. همچنین در رده چهارم معاملات، گروه فرآورده‌های نفتی با دادوستدی به ارزش یک هزار و ۵۴۳ میلیارد ریال قرار گرفت و گروه خودرو نیز با معاملاتی به ارزش یک هزار و ۱۸۸ میلیارد ریال، رده پنجم را از آن خود کرد.

بازگشت فرا بورس به کانال ۲ هزار واحدی

شاخص فرا بورس (ایفکس) نیز در معاملات دیروز ۴۹ پله رشد کرد و در جایگاه ۲ هزار و ۳۰ واحدی قرار گرفت. در بازار فرا بورس، بیش از یک هزار و ۸۷۹ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش بیش از ۷ هزار و ۹۹ میلیارد ریال دادوستد شد.

در معاملات این روز، نمادهای مارون (پتروشیمی مارون)، زاگرس (پتروشیمی زاگرس)، میدکو (هلدینگ معدنی خاورمیانه) و هرمز (فولاد هرمزگان جنوب) بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص داشتند.

کل در نهمین روز مهرماه در کانال ۱۹۵ هزار واحد قرار داشت اما در آخرین روز کاری هفته گذشته به کانال ۱۸۵ هزار واحد رسید. در ابتدای هفته جاری شاخص کل بازار سرمایه در کانال ۱۷۶ هزار واحد آرام گرفت اما روز سه‌شنبه دوباره رشد کرد و با صعود ۵ هزار و ۶۶۲ پله‌ای در جایگاه ۱۸۰ هزار و ۸۴۷ واحدی ایستاد.

به گزارش ایرنا، نماگر بازار سرمایه پس از چند روز اصلاح و نزول، دیروز روندی صعودی یافت و به کانال ۱۸۰ هزار واحدی بازگشت. در معاملات روز سه‌شنبه، ۵۵۹ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۸ هزار و ۵۸۹ میلیارد ریال در ۲۶۴ هزار نوبت دادوستد شد.

بررسی شاخص‌های اصلی بازار سرمایه نشان می‌دهد شاخص قیمت (وزنی-ارزشی) که در آن ارزش سهام شرکت‌های بزرگ اثر بیشتری بر شاخص می‌گذارد، یک هزار و ۶۵۴ واحد رشد کرد و شاخص کل (هم وزن) که در آن ارزش و وزن همه شرکت‌های بزرگ و کوچک در محاسبه شاخص کل، یکسان در نظر گرفته می‌شود، ۲۰۰ واحد کاهش یافت.

شاخص قیمت (هم وزن) نیز ۱۴۲ واحد پایین آمد؛ این شاخص بیانگر سطح عمومی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس است. شاخص آزاد شناور نیز ۵ هزار و ۶۰۴ واحد افزایش یافت؛ این شاخص بخشی از سهام قابل معامله شرکت‌ها در بورس را نشان می‌دهد. شاخص بازار اول (مربوط به شرکت‌های بهتر از نظر سرمایه، سودآوری و درصد سهام آزاد شناور) ۴ هزار و ۴۷۸ واحد رشد

رشد شاخص بورس پس از تکمیل روند اصلاح از سر گرفته می‌شود

دلایل افت شدید شاخص بورس در روزهای اخیر

بدبینی نسبت به شرکت‌های ارزشمور، جنبه روانی دارد و در عمل مشاهده می‌کنیم که بسیاری از این شرکت‌ها در گزارش‌های ۶ ماهه حتی با نرخ فعلی ارزش نیز می‌توانند سودهای خوبی را شناسایی کنند.

صمدی عامل دیگر افت شاخص بورس را تصویب CFT در مجلس دانست و گفت: گروهی از فعالان بازار سرمایه اعتقاد داشتند که تصویب این قانون، باعث رونق بازار سرمایه می‌شود، اما باید توجه داشت با تصویب این قانون، نرخ ارز کاهش می‌یابد و در نتیجه بهای سهام شرکت‌های مرتبط با ارز در بورس نیز افت خواهد کرد.

وی در ادامه با اشاره به دلایل تکنیکال افت شاخص (تحلیل فنی نمودار) اشاره کرد و گفت: بررسی نماگرها و تحلیل فنی شاخص بورس نشان می‌دهد که میزان خرید توسط سهامداران به طور بی‌سابقه‌ای رشد کرده و به مرحله اشباع رسیده بود به طوری که در ۲۳ سال اخیر بی‌سابقه بوده است؛ بنابراین از نظر تکنیکال انتظار می‌رفت که افت و اصلاح شاخص رخ دهد. این کارشناس بازار سرمایه به افت بیش از ۷ هزار واحدی شاخص در روز ۱۵ مهر اشاره کرد و گفت: افت شاخص در روز یکشنبه، تحت تأثیر کاهش بهای سهام مرتبط با ارز رخ داد که البته بیشتر جنبه روانی و هیجانی داشت و پس از چند روز دوباره به تعادل خواهد رسید.

صمدی خاطر نشان کرد: در سال‌های گذشته نیز شاهد چنین رفتارهای هیجانی بوده‌ایم که پس از مدتی به وضعیت طبیعی و تعادل رسیده است. وی ادامه داد: افراد تازه‌کاری که به تازگی وارد بورس شده‌اند بدون تحلیل اقدام به خرید و فروش کرده‌اند نیز در ایجاد این رفتار هیجانی نقش داشته‌اند.

شاخص کل بازار سرمایه از هفته گذشته همزمان با کاهش قیمت دلار سقوط کرد، اما سرانجام پس از پنج روز متوالی، دیروز مثبت شد و به مدار رشد بازگشت. شاخص بورس در هفته‌های اخیر نوسان‌های زیادی را به ثبت رسانده است. نماگر بازار سرمایه که در تابستان امسال و روزهای آغازین فصل پاییز به رکوردهای بی‌سابقه‌ای دست یافت و حتی به مرز ۲۰۰ هزار واحد نزدیک شد، از اواخر هفته گذشته، به یکباره تغییر مسیر داد و افت شدیدی را تجربه کرد.

افت شدید شاخص بورس در روزهای اخیر، نگرانی‌هایی را برای سهامداران ایجاد کرده است. از یک سو تازه واردانی که تحت تأثیر تبلیغات وارد بازار بورس شده‌اند، نسبت به سودآوری این بازار دچار تردید شده‌اند و از سوی دیگر، فعالان بازار سرمایه نیز نگران افت ارزش سبد سهام خود شده‌اند. کارشناسان یکی از دلایل عمده ریزش شاخص کل در یک هفته گذشته را کاهش نرخ دلار می‌دانند که خوش‌بینی خریداران سهام به سهام شرکت‌های ارزشمور را کاهش داده است. از سوی دیگر فروش‌های سنگین توسط افرادی که پیشتر از طریق اخذ اعتبار و منابع مالی از کارگزاری‌ها خریدهای گسترده انجام داده بودند هم به ریزش شاخص کل دامن زده است. کاهش نرخ دلار بر معامله شرکت‌های محور در حالی رخ می‌دهد که تحلیلگران درآمد این شرکت‌ها را با وجود کاهش نرخ ارز مطلوب ارزیابی می‌کنند و بدبینی ایجاد شده را بیشتر روانی می‌دانند.

بورس ۵ هزار و ۶۶۲ پله بالا رفت

شاخص کل بازار سرمایه از دوشنبه هفته گذشته سقوط کرد. شاخص

یک کارشناس بازار سرمایه بخشی از افت شاخص بورس در روزهای گذشته را ناشی از رفتار هیجانی دانست و گفت با خروج بازار از وضعیت کنونی و تکمیل روند اصلاح، تعادل دوباره برقرار می‌شود و شاخص کل با سرگیری روند صعودی می‌تواند از مرز ۲۰۰ هزار واحد نیز عبور کند.

بهبود صمدی در گفت و گو با ایرنا، درباره وضعیت بورس و علت کاهش شاخص در روزهای اخیر گفت: یکی از دلایل عمده افت شاخص، فروش‌های سنگین توسط افرادی بود که پیشتر از طریق اخذ اعتبار و منابع مالی از کارگزاری‌ها اقدام به خریدهای گسترده کرده بودند.

وی افزود: با توجه به سیاست جدید برای محدود کردن اعطای اعتبار توسط کارگزاری‌ها و اجرای سامانه «نامک» (نظارت بر معاملات) که از مهرماه به صورت آزمایشی آغاز شده است، فشار فروش توسط اعتباری‌ها افزایش یافت.

این کارشناس بازار سرمایه اضافه کرد: در روزهای اخیر کارگزاری‌ها از افرادی که منابع اعتباری دریافت کرده بودند خواست تا حجم اعتبار خود را کم کنند بنابراین فشار فروش در بازار افزایش یافت.

صمدی یادآور شد: در زمان اوج‌گیری شاخص بورس در روزهای گذشته ۲۲ کارگزاری سقف واگذاری اعتبار خود را پر کرده بودند که این موضوع باعث شد تا در روزهای منفی، اعتباری‌ها فشار فروش را بیشتر کنند.

وی عامل دیگر افت بورس را کاهش نرخ ارز اعلام کرد و گفت: پایین آمدن قیمت دلار از ۱۹ هزار به ۱۲ تا ۱۳ هزار تومان باعث شد تا خوش‌بینی اهالی بازار سرمایه به سهام شرکت‌های ارزشمور کاهش یابد.

این کارشناس بازار سرمایه اضافه کرد: البته باید توجه داشت که این



انجمن ملی بانک‌ها و موسسات اعتباری

اصلاحیه فراخوان عمومی شناسایی و جذب سرمایه گذار در احداث جایگاههای کوچک عرضه سوخت شهری سازمان سرمایه گذاری شهرداری بندرعباس

۱- مبلغ تضمین شرکت در فراخوان ۱۴/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (چهارده میلیارد ریال) می باشد که باید بصورت نقدی به حساب سپرده شماره ۰۱۱۱۵۰۷۶۰۱۰۰۸ نزد بانک صادرات بنام سازمان سرمایه گذاری و مشارکتهای مردمی شهرداری بندرعباس 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)

روابط عمومی سازمان سرمایه گذاری و شرکت های مردمی شهرداری بندرعباس

چرا معدنی‌ها به سامانه نیما ارز نمی‌دهند؟

با وجود تعیین زمان دولت برای صنایع معدنی، این صنف ارز حاصل از صادرات خود را در بازار ثانویه عرضه نمی‌کند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، سامانه نظام یکپارچه معاملات ارزی (نیما) از پنجم اسفند سال ۹۶ در دسترس بازرگانان و صرافان قرار گرفت و پس از ابلاغ سیاست‌ها، مقرر شد شرکت‌های دولتی، شرکت‌های وابسته به نهادهای عمومی غیردولتی و شرکت‌های تحت مدیریت دولت و صادرکنندگان عمده ارزهای صادراتی خود را در این سامانه عرضه و به فروش برسانند.

فروش در بازار آزاد معدنی‌ها را هوایی کرد

صدی، رئیس کمیسیون معدن خانه اقتصاد در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، گفت: عرضه نکردن به‌موقع ارز و پایینند نبودن صنایع معدنی به تعهدات‌شان در بازار ثانویه، مشکلات بازار فعلی ارز کشور را افزایش داده است.

رئیس کمیسیون معدن خانه اقتصاد تصریح کرد: در حال حاضر قیمت دلار در سامانه نیما حدود ۸ تا ۹ هزار تومان است که نرخ خوبی برای صادرکنندگان مواد معدنی محسوب می‌شود. در عمه گذشته تولیدکنندگان محصولات معدنی بدون هیچ تعهد صادراتی اقدام به عرضه محصولات به بازارهای جهانی کردند و ارز حاصل از صادرات را در بازار با قیمت آزاد و سود بالا به فروش رساندند و همین امر موجب هوایی شدن آنها شد و حالا توقع زیادی است که به سامانه نیما با ارز ۸ هزار تومان بازگردند.

صدی افزود: دولت باید برنامه‌ای را در دستور کار قرار دهد تا معدنی‌ها با توجه به نیاز ارزی برای تأمین تجهیزات و تضمین اعتبار به این صنایع، فضایی را ایجاد کند تا معدنی‌ها ارزهای صادراتی خود را در این سامانه تجاری عرضه کنند.

نرخ ارز بازار آزاد تفاوتی با سامانه نیما ندارد

محمد لاهوتی، عضو کمیته ارزی اتاق بازرگانی ایران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، بیان کرد: زمانی صادرکنندگان غیرنفیتی حاضر به تزریق ارز به بازار ثانویه می‌شوند که نرخ بازار آزاد کاهش یابد، اما اگر این اتفاق نیفتد آنها هیچ تمایلی نشان نخواهند داد.

عضو کمیته ارزی اتاق بازرگانی در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه کدام صادرکنندگان ملزم به واریز ارز به سامانه نیما هستند، گفت: صادرکنندگان غیرنفیتی شامل معادن، بخش خصوصی، پتروشیمی‌ها و فولادی‌ها ملزم به واریز ارز به سامانه نیما می‌شوند اما موارد فوق دلیل عدم عرضه ارز آنها به سامانه نیماست.

لاهورتی بیان کرد: در حال حاضر نرخ ارز در سامانه نیما با نرخ بازار آزاد متفاوت است که واردات را برای ارزیگیران نیمایی جذاب و بازار آزاد را برای عرضه ارز صادرکنندگان مورد پسند می‌کند. هزینه تأمین تجهیزات و ماشین‌آلات مانع عرضه به سامانه نیما می‌شود

محمدرضا بهرامن، رئیس خانه معدن ایران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره عرضه نشدن ارزهای صادراتی از سوی سامانه نیما گفت: بانوچه به مشکلاتی که امروز در بخش معدن وجود دارد، خانه معدن به صورت دائمی و به عنوان متولی بخش معدن این موارد را پیگیری می‌کند، برخی از معدنی‌ها معتقدند چون ماشین‌آلات و تجهیزات معدن را به هزینه خودشان وارد و تأمین می‌کنند نیاز به ارزهای به دست آمده از صادرات دارند و همین موضوع موجب شده که تولیدکنندگان این صنایع کمتر ارز وارد سامانه نیما کنند.

رئیس خانه معدن ایران گفت: در حال حاضر نسبت به قبل شرایط مثبت‌تر شده است و امروز با یک تعادل قیمت روبه‌رو هستیم و امیدواریم این هیجان‌ها که باعث خوشحالی دل‌ها می‌شود در کشور متوقف شود و بخش تولید سرجای خودش قرار گیرد، تا ما بتوانیم در جهت اقتصاد مقاومتی قدم مثبتی برداریم.

امکان ممنوعیت صادرات سیب‌زمینی به عراق

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان همدان گفت در صورت برداشت و عدم عرضه و ارائه سیب‌زمینی به بازار ممنوعیت صادرات این محصول به کشور عراق را خواهیم داشت.

حمیدرضا متین در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: پس از بحث ممنوعیت صادرات گوجه‌فرنگی در حال حاضر بحث سیب‌زمینی در دستور کار دولت قرار گرفته و در صورت آغاز برداشت سیب‌زمینی از سایر استان‌ها و عدم عرضه آن به بازار، ممنوعیت صادرات این محصول نیز به کشور عراق وجود خواهد داشت.

وی افزود: اگر قیمت هر کیلو سیب‌زمینی درشت بیشتر از قیمت ۲۲۰۰ تومان باشد به طور قطع کار صادرات انجام نخواهد گرفت در غیر این‌صورت مازاد محصول به تولیدکنندگان کشور ضربه خواهد زد.

متین در ادامه با بیان اینکه با پیگیری وزارت صنعت، معدن و تجارت مشکلی در رابطه با تأمین کالا و ارزاق عمومی کشور وجود ندارد، افزود: در استان همدان نیز عملاً کالاها و ارزاق عمومی مردم به وفور وجود دارد و مشکلی در این راستا نیست.

وی با اشاره به وفور برنج در سطح فروشگاه‌های استان اضافه کرد: در بحث روغن طی بازدیدهای انجام شده در استان تمام انبارها پر و آماده تحویل به بازار هستند و هیچ‌گونه مشکلی وجود ندارد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان همدان خاطرنشان کرد: در تعدادی از کارخانجات روغن سطح کشور فروش این محصول به علت مشکل تأمین به علت وجود روغن کشتی شرکت کشت و صنعت خزر قطع شده بود که از سه‌شنبه گذشته مجدداً فروش روغن به صورت گسترده انجام گرفته و مرفعت شد.

وی همچنین یادآور شد: از نظر مواد شوینده کشور از صادرکنندگان بوده و مواد اولیه شوینده در کشور تولید می‌شود و تأمین قسمت اعظم مواد شوینده ترکیه را انجام می‌دهد و یکی از واحدهای بزرگ تولید مواد شوینده در استان همدان قرار دارد و مشکلی هم در بحث کمبود آن در استان و کشور نداریم.



وعده‌ای که اگر در آن سال که به‌نام سال تولید، اشتغال و اقتصاد مقاومتی مزین شده بود، محقق می‌شد با وجود بیش از ۲۰ هزار بافنده نقش قابل توجهی در کاهش آمار بیکاری استان ایفا می‌کرد.

تاکید دوباره بر افتتاح بازارچه فرش در مرکز استان تا هفته دولت مرداد ۱۳۹۶ مهندس مهرداد غضنفری امرایی، معاون وقت هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استانداری لرستان در جلسه بازارچه فرش استان همانند استاندار بر افتتاح بازارچه فرش در مرکز استان تا هفته دولت تأکید می‌کند.

وی گفته بود: فرش‌های دستباف لری نه‌تنها در مرکز استان بلکه در بازارهای مناطق همجوار همچون همدان، اراک، اصفهان و کرمانشاه نیز عرضه می‌شود.

غضنفری امرایی فرش لری را ظرفیت مناسبی برای توسعه اقتصادی استان دانست و ادامه داد: باید از این پتانسیل در راستای ایجاد اشتغال و ارزش افزوده بهره برد برای همین قرار است بازارچه فرشی در مرکز استان احداث شود.

وی اضافه کرد: این بازارچه با مساحت ۳۰۰۰ مترمربع در قالب ۵۶ غرفه و با کاربری آموزشی، تجاری و نمایشگاهی تا هفته دولت امسال به بهره‌برداری خواهد رسید.

غضنفری امرایی گفت: امیدواریم این بازارچه نقطه عطفی در راستای توسعه و معرفی هرچه بیشتر فرش لرستان باشد.

بازارچه‌فرشی که مهندس غضنفری امرایی از آن به‌عنوان نقطه عطفی در صنعت فرش یاد می‌کرد تاکنون درحد وعده باقی‌مانده است.

بین‌المللی کنیم و باید این حوزه به شکلی ساماندهی شود که رونق یابد. وی با بیان اینکه ۲۳ هزار بافنده فرش در استان داریم، تصریح کرد: ایجاد بازارچه فرش در خرم‌آباد و خانه فرش در دو شهرستان در دستور کار است.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان لرستان یادآور شد: تخصیص اعتبار و واگذاری سالن بازارچه فرش انجام شده و امسال افتتاح خواهد شد.

وعده افتتاح این بازارچه در پایان سال توسط مسئولین سازمان صنعت، معدن و تجارت لرستان در حالی داده شد که میزان پیشرفت و اعتبار درنظر گرفته شده برای این پروژه قابل توجه نبود.

هفته دولت در سال ۱۳۹۶ دومین وعده افتتاح

تیرماه سال ۱۳۹۶ هوشنگ بازوند، استاندار وقت لرستان در کارگروه امور اقتصادی و تولیدی گفته بود: ۲۰ هزار و ۹۷۶ بافنده فرش در استان دارای کارت شناسایی بوده و در این بخش فعالیت می‌کنند که برای کمک به تولیدات این افراد بازارچه فرش در هفته دولت به بهره‌برداری می‌رسد.

وی افزود: در سال تولید و اشتغال باید موانع سر راه تولید برداشته شود و یکی از ظرفیت‌های تولید در لرستان فرش است.

استاندار لرستان به بحث بازارچه و نمایشگاه دائمی فرش لرستان اشاره کرد و یادآور شد: این مکان یکی از نقاضاهای تولیدکنندگان فرش استان است و مشکلات و موانع پیش روی این امر باید به زودی مرتفع شود.

صنعت فرش یکی از ظرفیت‌های مهم و قابل اعتنای لرستان بوده که با کمی توجه و نگاه ویژه‌تر به آن می‌تواند به عنوان منبع درآمدی پایدار در وضعیت فعلی اشتغال و بیکاری استان خودنمایی کند.

لرستان با داشتن ۲۳ هزار نفر بافنده در حوزه فرش ظرفیت بزرگی در این حوزه داشته ولی تاکنون به دلایل مختلف نتوانسته از آن بیشترین بهره‌وری را داشته باشد.

سال ۱۳۹۵ فرش لرستان در کنار ۱۴ برند بزرگ کشور ثبت جهانی شد ولی این مهم تأثیری در روند فروش آن نداشت زیرا این دستباف مکانی برای عرضه و فروش در کشور که نه بلکه در استان هم ندارد و فعالان این بخش در آرزوی برآورده شدن رویایی به‌نام بازارچه هستند.

وعده‌های زیادی در خصوص افتتاح این بازارچه از سال ۹۵ تاکنون داده شده که هیچ‌کدام رنگ واقعیت به خود نگرفت‌اند.

افتتاح در پایان سال ۱۳۹۵ اولین وعده

آذرماه سال ۱۳۹۵ بهزاد منصوری، معاون وقت صنعت، معدن و تجارت لرستان در جلسه کارگروه توسعه صادرات غیرنفیتی استان با بیان اینکه ایجاد بازارچه فرش در خرم‌آباد در دستور کار است، گفت: تخصیص اعتبار ۲۵۰ میلیون تومان نیز برای این بازارچه صورت گرفته است.

وی تصریح کرد: براساس برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته به دنبال بهره‌برداری از بازارچه فرش خرم‌آباد تا قبل از پایان امسال هستیم.

محمدرضا صفی‌خانی، رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان نیز در این جلسه با اشاره به اینکه فرش یکی از ظرفیت‌های خوب استان است، گفت: خوشبختانه موفق شدیم فرش لرستان را ثبت

راه افزایش صادرات از مسیر توسعه صنایع کوچک و متوسط می‌گذرد

جزو مهم‌ترین مشتریان صندوق سرمایه‌گذاری صنایع کوچک هستند.

وی توسعه همکاری‌های آتی صنایع کوچک و متوسط ایران با اروپا را سبب ارتقای بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط کشورمان توصیف کرد و اظهار داشت: انتقال پول در فرآیند صادرات اهمیت ویژه‌ای دارد و به همین دلیل اگر در میان‌مدت راهکار مناسبی برای کانال‌های انتقال پول اندیشیده شود، علاوه بر جهش صادراتی، صنایع کوچک نیز می‌توانند در سطوح جهانی توانایی و ظرفیت خود را بیش از پیش در بازارهای هدف به کار ببرند. مقیسه افزود: با توجه به استعداد ظرفیت جوانان تحصیلکرده کشور می‌توان ترکیب صادرات از کالا به سمت خدمات هدایت کرد و زمینه را برای ایجاد اشتغال و تولید و در نهایت توسعه صادرات آماده‌تر کرد.

براساس آمار موجود سهمی بیش از ۱۰ درصد کل صادرات کشور را به خود اختصاص می‌دهد.

مقیسه، بودجه ۱۱۰ میلیاردی صندوق سرمایه‌گذاری صنایع کوچک را برای پوشش ده‌ها هزار بنگاه تولیدی کوچک ناکافی عنوان کرد و افزود: با توجه به این محدودیت سرمایه، اولویت اصلی صندوق ارائه ضمانت‌نامه به واحدهای صادرات‌محور هستند و در این راستا شاخص‌های تخصیص را به گونه‌ای تعریف کرده‌ایم که شرایط برای این‌گونه بنگاه‌ها آسان‌تر باشد.

مدیرعامل صندوق سرمایه‌گذاری صنایع کوچک با اشاره به اینکه متقاضیان بخش کشاورزی و صنایع تبدیلی برای شرکت در رویداد روز ملی صادرات بیشتر از دیگر بخش‌ها بوده است، گفت: واحدهای تولیدی در زمینه صنایع تبدیلی، از لحاظ رقم و تعداد ضمانت‌نامه

مدیرعامل صندوق سرمایه‌گذاری صنایع کوچک گفت صادرات صنایع کوچک و متوسط ایران براساس آمار موجود سهمی بیش از ۱۰ درصد کل صادرات کشور را به خود اختصاص می‌دهد.

به گزارش تسنیم، محمد حسین مقیسه، با اشاره به اهمیت نقش صنایع کوچک و متوسط در اقتصاد گفت: یکی از مزایای شرکت‌های کوچک و متوسط انعطاف‌پذیری و کارایی بالای آنها است که با افزایش قابلیت صادراتی، می‌توانند تعاملات خوبی در بازارهای بین‌المللی داشته باشند.

وی در تشریح آمار جهانی صادرات صنایع کوچک و متوسط اظهار داشت: سهم شرکت‌های کوچک و متوسط در صادرات کشور ژاپن ۶۰ درصد، در کشور تایوان ۷۰ درصد و در کشور سنگاپور این رقم به ۹۰ درصد می‌رسد. صادرات صنایع کوچک و متوسط ایران نیز

واردکنندگان چگونه در گمرک رانت‌خواری می‌کنند؟

گمرک خارج شده است. وی گفت: از ۲۲ فروردین امسال دولت مصوب کرد ثبت سفارش فقط از طریق بانکی انجام شود و همه کالاهای وارداتی پیش از این تاریخ، اجازه ترخیص داشتند.

معقولی درباره ارزش‌گذاری کالاهای وارداتی در گمرک افزود: پیش از اختصاص ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی، واردکنندگان خواهان ارزش‌گذاری کمتر کالا در گمرک بودند، اما پس از آن با درخواست‌های مکرر افزایش قیمت‌گذاری کالاها روبه‌رو شدیم.

وی گفت: در گمرک ارزش‌گذاری واقعی انجام می‌شود و کالایی به دلیل ارزش‌گذاری در گمرک متوقف نشده است.

معقولی اضافه کرد: روزانه بیش از ۴ هزار اظهار در گمرک داریم و فقط ۲ درصد توقیف کالا در گمرک بیش از معمول است.

وی افزود: ۹۰ درصد کالاهایی که وارد گمرک می‌شوند کمتر از سه

روز ترخیص می‌شوند.

معقولی با بیان اینکه ممکن است برخی کالاها برای قیمت‌گذاری به دقت بیشتری نیاز داشته باشند، گفت: نباید توقیف کالاها در گمرک به دلایل دیگر را به مسائل گمرکی ربط دهیم زیرا گمرک تابع بخشنامه‌های دیگر دستگاه‌هاست.

وی اضافه کرد: اگر کالاهایی که با ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی وارد شده‌اند و در گمرک باقی‌مانده‌اند، کد رهگیری و کارهای دیگر را انجام داده باشند گمرک پاسخگو است اما دلایل دیگر توقیف را باید از دستگاه‌های دیگر پیگیری کرد.

معقولی گفت: بیشتر کالاهایی که با ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی وارد شده و در گمرک توقیفند به دلیل نگرفتن کد رهگیری و مسئله‌ای بین واردکننده و بانک‌هاست.

اخبار

میزان واردات خودرو در مقایسه با کل واردات ناچیز است

قبل از تحریم آمریکا
خودمان تحریم را آغاز کردیم

رئیس فدراسیون واردات با بیان اینکه ممنوعیت واردات در شرایطی صورت گرفته که واردات خودرو فقط ۴ درصد از کل واردات را در بر می گیرد، تصریح کرد: سخت گیری وزارت صمت در خصوص واردات خودرو نتیجه افشاگری واردکنندگان از فساد دفتر مقررات صادرات و واردات و همچنین تخلفات وزارت صمت است.

فرهاد احتشامزاد درباره تبعات این افشاگری توضیح داد: سال گذشته واردکنندگان خودرو از فساد در دفتر مقررات صادرات و واردات و وزارت صمت پرده برداشتند که این کار هزینه گزافی برای آن‌ها داشته و آن‌ها در حال حاضر تاوان افشاگری خود را می دهند. وی با بیان این که سال گذشته واردات خودرو توسط بخش خصوصی حدود ۴ درصد از کل واردات را شامل شده است، اظهار کرد: هیچ گاه این میزان از واردات برای تولیدکننده داخلی تهدید محسوب نمی شود اما تاکنون بهانه های مختلفی از جمله حمایت از مصرف کننده در حوزه گارانتی، حمایت از تولید داخل و ساماندهی واردات و همچنین منابع ارزی برای جلوگیری از واردات خودرو مطرح شده است.

رئیس فدراسیون واردات به تخلفات وزیر سابق صمت اشاره کرد و گفت: هیچ وقت نگفتند که اقدام غیرقانونی وزارت صنایع در دوره گذشته باعث این همه تخلف شده و در وهله اول تخلف خود وزیر سابق صمت منجر به ایجاد چنین تخلفاتی شده است و حتی با وجود این که وزیر صمت فعلی، نعمت زاده را مسبب تمام این مشکلات می داند اما تاکنون در این زمینه اقدام و پاسخی نداده اند. این عضو اتاق بازرگانی اظهار کرد: در حال حاضر کمبود خودرو در بازار و همچنین سرریز شدن مقاضیان خودروهای وارداتی به خودروهای داخلی از بحران هایی است که در نتیجه تصمیمات اشتباه به وجود آمده است.

رئیس فدراسیون واردات در پاسخ به این پرسش که «با توجه به شرایط اقتصادی و ارزی کشور، لزومی به واردات خودروی خارجی و لوکس است یا خیر؟» گفت: فرمانده ستاد اقتصاد مقاومتی و معاون اول رئیس جمهور صراحتاً اعلام کرده اند که هیچ مشکلی در منابع ارزی نداریم، همچنین واردات خودرو سهم ناچیزی از کل واردات را در سبد محصولات وارداتی داشته بنابراین این موضوعات بهانه است. وی همچنین به خودتحریمی در حوزه واردات اشاره کرد و گفت: حتی اگر واردات آزاد بود و در سیستم بانکی و تعرفه ها نیز مشکلی نداشتیم، طرف های خارجی تمایلی برای همکاری با ایران را ندارند ولی ما پیش از این که طرف های خارجی در فشار آمریکا قرار بگیرند، خودمان را تحریم کردیم و در زمینه تسهیل روابط و از بین بردن مشکلات اقدامی انجام ندادیم.

خودروی الکتریکی هوندا به بازار می آید

بر اساس وعده های هوندا این خودرو در سال ۲۰۱۹ وارد بازار شده و به فروش می رسد. به گزارش «عصر خودرو»، در سال های آینده ما شاهد تولد نسل جدیدی از خودروهای الکتریکی با پلتفرم های اقتصادی هوشمند و ظاهری جذاب هستیم. فولکس واگن این راه را با خانواده خودروهای «I.D Buzz» شروع کرده و پژو نیز در این رقابت از مدل مفهومی «ئی-لجنده» رونمایی کرده است. هوندا نیز در این مسیر قدمی را در راستای تولید خودروهای الکتریکی شهری برداشته است. هوندا قرار است نسخه تجاری از این خودروی الکتریکی ساده، هوشمند و تحسین شدنی خود را در ماه های آینده وارد بازارهای اروپایی کند؛ خودرویی که بر اساس مدل مفهومی به نمایش درآمده در نمایشگاه فرانکفورت ساخته می شود و تاکنون توجهات زیادی را به خود جلب کرده است. نسخه تولیدی این خودرو تاکنون به شکلی رسمی توسط مقامات شرکت هوندا به نمایش درنیا آمده، به همین دلیل اطلاعات زیادی در خصوص آن وجود ندارد، اما بر اساس اظهار نظرهای کارشناسان، آنچه در آینده نه چندان دور می بینید با ویژگی ها و تصاویر ارائه شده در این بخش همخوانی دارد.

نسخه تجاری شکل و شمایل کلی مدل مفهومی را به ارث برده است، اما برخی از عناصر اصلی آن نیز دستکاری شده اند. خودرو همچنین دوربین های جانبی اش را رها کرده و به جای آن از آینه های مرئوس سنتی بهره می برد. چرخ های مدل مفهومی نیز از نسخه تجاری حذف شده و نسخه های کوچک تری جای آن را می گیرند. یک سپر یکپارچه نیز در بخش پایین تر نمای جلو در بخش پایین تر قرار گرفته است. با وجود این تغییرات این خودرو همچنان جذاب باقی خواهد ماند و با مد روز خودروهای آینده هماهنگ می شود. بر اساس وعده های هوندا این خودرو در سال ۲۰۱۹ وارد بازار شده و به فروش می رسد.

بازار خودرو و پرهیز قیمت ها از سقوط و پرش!



چانگان سی اس ۳۵ و جک اس ۵ توربو با اندکی کاهش به ترتیب معادل ۱۲۸،۱۹۵ و ۲۰۰ میلیون تومان است.

چرا قیمت خودروهای داخلی سریعاً کاهش نمی یابد؟

برخی افراد گمان می کنند که با توجه به افزایش شدید قیمت دلار نسبت به قیمت قبلی که ۴۲۰۰ تومان بود، قیمت خودرو نمی بايست افزایش شدیدی داشته باشد. این در حالی است که برخی شرکت ها برخی از قطعات خود را با ارز ۴۲۰۰ تومان و برخی قطعات دیگر را با ارزهایی با قیمت گوناگون در سیستم نیما تهیه کرده بودند که این مقدار تا مبلغ ۸۲۰۰ تومان نیز بالا رفته است، به طور مثال ممکن است قطعات بدنه با ارز ۴۲۰۰ تومان و موتور و گیربکس با ارز ۸۲۰۰ تومان خریداری شده باشد. پس قیمت ارز متوسط خریداری شده برای قطعات موجود حدود ۶۰۰۰ تومان است که افزایش قیمت باید چیزی در حدود ۵۰ درصد باشد.

این روزها قیمت ارز در سامانه نیما به مبلغ بیش از ۱۲۰۰۰ تومان رسیده که مشمول همه بخش ها و قطعات شده و با توجه به بازار، مردم باید انتظار افزایش قیمت خودرو را تا سه برابر قیمت پیش از گرانی داشته باشند. با توجه به اینکه قیمت بازار دلار از ۱۹۰۰۰ تومان به حدود ۱۴ و ۱۳ هزار تومان کاهش یافته، این به معنای کاهش قیمت خودرو نیست، بلکه کاهش قیمت خودرو زمانی می تواند صورت پذیرد که قیمت ارز در سامانه نیما کاهش یابد.

بین ۲۵ تا ۴۰ میلیون در بازار افت داشته تا پرچم کاهش قیمت را پیش از خودروهای کره ای و ژاپنی بالا ببرند. بر این مبنای قیمت دو مدل پاسات و تیگوان محصول فولکس در بازار روی ۵۹۰ و ۶۷۰ میلیون تومان متوقف مانده است. سانافه و سورنتو در فول ترین مدل های موجود در بازار هم تنها ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان کاهش قیمت داشته و به ترتیب بهایی معادل ۶۴۵ و ۶۷۵ میلیون تومان دارند. این روایی است که در اغلب محصولات وارداتی با همین نسبت مشاهده می شود.

کاهش قیمت داخلی ها؛ چقدر و چطور؟

هم اکنون قیمت بسیاری از خودروهای تولید داخل نسبت به روز گذشته با کاهش ۱ تا ۳ میلیون تومانی فقط طی یک روز مواجه شد که این روند کاهش را اگر بخواهیم با هفته گذشته مقایسه کنیم کاهش قیمت چشمگیر خواهد بود. هم اکنون هر دستگاه خودروی پژو ۲۰۶ تیپ ۲ در بازار ۵۷۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، پژو ۴۰۵ جی ال ایکس ۵۰ میلیون تومان، پژو ۲۰۷ اتوماتیک ۱۰۲ میلیون تومان، تندر ۹۰ پلاس اتوماتیک ۱۰۷ میلیون تومان و پراید ۱۱۱ با قیمت ۲۴ میلیون تومان در بازار خرید و فروش می شود. در بین اتومبیل های مونتاژی مدرن هم کاهش قیمت محسوس است، به طوری که کیا سراتو آپشنال ۲۰۰۰، پژو ۲۰۰۸ و هیوندای آی ۲۰۰ فعلاً در بازار بهایی معادل ۲۰۳، ۲۲۵ و ۲۰۶ میلیون تومان دارد. همچنین قیمت هایما اس ۷ توربو،

با ادامه کاهش قیمت ارز و شوک تصویب FATF در مجلس، بهای انواع اتومبیل های داخلی و خارجی اندکی کاهش یافت اما خودرو همچنان گران و دور از دسترس است. به گزارش گیل خیر، با ادامه کاهش قیمت ارز و شوک تصویب FATF در مجلس، بهای انواع اتومبیل های داخلی و خارجی اندکی کاهش یافت اما خودرو همچنان گران و دور از دسترس است. اغلب تحلیل های دیروز رسانه های داخلی درباره بازار خودرو طعمی از جنس کاهش قیمت خودرو داشت. این کاهش البته بیشتر متوجه خودروهای خارجی بود و خبرها از افت ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومانی قیمت انواع اتومبیل وارداتی حکایت دارد. در عین حال قیمت بیشتر خودروهای داخلی با کاهش مواجه شده است. بررسی ها از بازار خودروی تهران نشان می دهد روند کاهش قیمت خودرو که هم زمان با کاهش نرخ ارز همراه بود دیروز نیز نسبت به روز گذشته ادامه یافت اما همچنان با وضعیت مطلوب فاصله بسیار است. همچنین مشاهدات میدانی نشان می دهد تعداد فروشندگان رو به افزایش است و هم زمان با روند کاهش قیمت تعداد فروشندگان خودرو در بازار نسبت به خریداران آن پیشی گرفته اند. البته این بیشتر به محصولات داخلی مربوط است و وضعیت وارداتی ها همچنان مبهم است. **دلایلی میلی به کاهش قیمت وارداتی ها ندارند** رکورددار کاهش قیمت دیروز دو محصول فولکس واگن هستند که

بلاتکلیفی یک میلیون و ۴۰۰ هزار دستگاه خودروی فرسوده در کشور

سیاست های دولت راهگشای اسقاط خودرو نیست

لذا در حال حاضر کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی با الحاق تبصره ای به ماده ۸ قانون هوای پاک خودروسازان را موظف کرده است ۲۵ درصد از تولیدات خود را به اسقاط خودروهای فرسوده اختصاص دهند که امیدواریم این طرح مصوب و اجرا شود.

وی در خصوص گزینه جایگزین واردات خودرو برای ادامه روند اسقاط گفت: در حال حاضر تنها گزینه خودروسازان داخلی هستند که انتظار داریم با همکاری های موثر در بهبود وضعیت اسقاط قدم بردارند تا بتوانیم خودروهای فرسوده را از رده خارج کنیم زیرا در حال حاضر بالغ بر یک میلیون و ۴۰۰ هزار خودروی فرسوده در کشور بلاتکلیف هستند. رئیس انجمن صنفی مراکز اسقاط خودروی کشور در خصوص کارایی سیاست های اتخاذ شده تا به امروز در حوزه اسقاط خودروهای فرسوده گفت: متأسفانه سیاست هایی که تا به حال اعمال شده راهگشا نبوده است لذا امیدواریم با اتخاذ سیاست های جدید دولت در روند اسقاط بهبود حاصل شود.

حسین گودرزی موافق اجرای سیاست های تشویقی و تنبیهی در حوزه اسقاط خودروهای فرسوده بود و گفت: باید برای خودروهای فرسوده محدودیت هایی مانند عدم قدرت نقل و انتقال، تردد و بیمه

اسقاط خودرو در کشور رضایت بخش نیست و دولت تاکنون سیاست کارآمد و موثقی در این خصوص اتخاذ نکرده است به طوری که ۵۵ هزار برگ گواهی اسقاط در مراکز خاک می خورد.

رئیس انجمن صنفی مراکز اسقاط کشور در گفت و گو با خبرنگار خبر خودرو، در خصوص وضعیت اسقاط خودروهای فرسوده اظهار داشت: متأسفانه تغییری در وضعیت اسقاط رخ نداده به طوری که ۵۵ هزار برگ اسقاط در صفحات مراکز انباشته شده است لذا طی نامه ای از سازمان برنامه و بودجه درخواست شد برای رفع این مشکل تدبیری اندیشیده شود تا مراکز اسقاط مجدداً فعالیت خود را آغاز کنند.

حسین گودرزی ادعان داشت: با توجه به آغاز فصل سرما و به تبع آن افزایش آلودگی هوا و افزایش ترافیک در کلانشهرها و کشتارهای جاده ای امیدواریم با شروع فعالیت مراکز اسقاط موفق به مهار این تهدیدات شویم.

وی در خصوص روند اجرای طرحی که خودروسازان را ملزم به اسقاط خودروهای فرسوده کرده است، گفت: طی مشوبه دولت در سال ۸۶ خودروسازان به ازای ۳۰ درصد از تولید ملزم به اسقاط خودروهای فرسوده شدند که تا امروز این طرح عقیم مانده و اجرا نشده است



سازمان آگهی ها

۸۸۹۳۶۶۵۱



حمایت از حضور شرکت‌های خلاق در نمایشگاه دانش‌بنیان، خلاق و فناوری

دبیرخانه برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق به‌منظور توسعه و ترویج فعالیت شرکت‌های خلاق، از حضور شرکت‌های خلاق در نمایشگاه دانش‌بنیان، خلاق و فناوری حمایت می‌کند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دبیرخانه برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق به‌منظور توسعه و ترویج فعالیت شرکت‌های خلاق، از حضور آنها در نمایشگاه دانش‌بنیان، خلاق و فناوری، با تأمین ۵۰ درصد از هزینه‌ها در قالب اجاره کانتینر یا غرفه تا سقف ۲۰ میلیون ریال حمایت به عمل می‌آورد. شرکت‌های خلاق می‌توانند پس از هماهنگی با دبیرخانه به شماره تماس ۰۲۱-۸۳۵۲۲۴۷۵ به‌منظور ثبت‌نام و کسب اطلاعات بیشتر به پایگاه اینترنتی www.dbexpo.ir مراجعه کنند.



دریچه



آزادی کسبوکار، تنها راهکار برون‌رفت از اقتصاد بحران‌زده

دریافته‌اند که تجارت آزاد مهم‌ترین استراتژی برون‌رفت از بحران اقتصادی برای رسیدن به سطح مطلوب رشد و پیشرفت و بهره‌مندی از تکنولوژی روز دنیا به حساب می‌آید، اما مهم‌تر از هدف، اتخاذ تاکتیک‌های مناسب برای رسیدن به این اهداف است. هر کس می‌تواند در این بازار آزاد مشتریانی در جیب‌شان پول و در سرشان عقل دارند، آنان نیز آزادند تا هر طور مایل هستند سفارش دهند و انتخاب کنند. کسبوکارها هم آزاد هستند؛ از قیدوبند کنترل و مقررات آزادند تا هر جا فرصت‌هایی را بیابند، در پی کسب آن برآیند. بنابراین در سطح داخلی هم بایستی سعی کرد مقدماتی را برای فضای کسبوکار آزاد فارغ از قیدوبندهای قانونی برای تجارت داخلی فراهم شود.

آزادی اقتصادی یک هدیه نامشخص اما یک شمشیر دو لبه است. کسبوکارها و همراه با آن‌ها، مدیران‌شان آزاد هستند تا موفق شوند. لیکن فرصت، طبق تعریف، فرصت شکست خوردن نیز هست؛ هرچند اغلب کسبوکارها این را نمی‌پذیرند. به عبارت دیگر آزادی یک چالش است و آزادی بی‌انتهای، یک چالش بی‌انتهاست. آزادی اقتصادی شرایطی است که در آن افراد مادامی که به دنبال معیشت اقتصادی و کسب مالکیت بیشتر هستند، می‌توانند با اختیار فردی عمل کنند. آزادی اقتصادی، در بطن خود، رابطه حیاتی میان اشخاص و دولت را داراست. با این وجود، هسته مرکزی آزادی، تضمین حقوق مالکیت مدیران کسبوکارها و تأکید بر کوچک بودن دولت و میزان دخالت آن در اقتصاد است.

اساساً آزادی تجاری بیشتر، یعنی آزادی بیشتر کسبوکارها در فضای آزاد ملی و بین‌المللی، مقصود، شکل‌های بسیار مشخص آزادی است که طرح‌ریزی دوباره آن‌ها در سطح کشور را در بر دارد. این آزادی تغییر استراتژی‌های کسبوکار، فرآیندهای کاری و مدیریتی، چشم‌انداز و مأموریت کسبوکار است. این آزادی، آزادی در قلب پراکندگی اقتدار و مسئولیت به خارج سازمان و به جایی است که مشتریان واقعی هستند. این آزادی، آزادی است که بدون آن کسبوکار هیچ‌گاه نمی‌تواند چشم‌انداز و مأموریت‌هایی را که برای پاسخ به تقاضاها و فرصت‌های بازار نیاز دارد، فرخواند و این آزادی نوع بدیهی‌تر آزادی نیز است، آزادی از پیچیدگی‌ها و هزینه‌های فرآیندهای کسبوکار، آزادی از بوروکراسی‌های دست‌وپا گیر، آزادی از سلسله‌مراتب‌های مندرج در نمودارهای سازمانی و آزادی از نعلب خاطر که حقیقتاً به مثابه یک ماشین کهنه زنگ‌زده به نظر می‌رسد.

قیمت محصولات و یا خدمات در بازار آزاد از طریق عرضه و تقاضای مشتریان واقعی تعیین می‌شود، نه از طریق سیاست‌گذاری دولتی. بازار آزاد، در تضاد با بازار کنترل‌شده که در آن قیمت، عرضه یا تقاضای سیاست‌گذاری یا کنترل مستقیم دولت هستند، قرار دارد. در بازار آزاد، عناصر اصلی بازار (خریداران و فروشندگان) می‌توانند بدون وجود موانعی نظیر انواع تعرفه‌های نامتعارف، مقررات مربوط به پروانه‌های غیرمجاز، مالیات‌های اجباری، یارانه‌ها، اتحادیه‌ها و دیگر آیین‌نامه‌هایی که به نفع برخی هستند و به ضرر کسبوکارها، به تجارت بپردازند. در این بازار مالکان و مدیران کسبوکارهای بزرگ حضور بسیار قدرتمندی دارند و همین امر نفوذ شرکت‌های تازه تاسیس را به بازار دشوار می‌سازد؛ هرچند که هیچ‌گونه مانع قانونی برای ورود به بازار، در سیستم بازار آزاد، وجود ندارد.

و بالاخره جمله پایانی: بازارهای آزاد به سیاستمداران، مالکان و مدیران کسبوکار، مردان و زنان آزاد نیاز دارند تا آینده را بسازند. آزاد باشید و آزادانه عمل کنید.

مهرداد مهدویان
دانشجوی دکتری مدیریت حرفه‌ای کسب و کار

امروزه در آستانه تغییرات تکنولوژی در کشور، جبر بازار و فشار رقابت؛ مدیران را وادار کرده است که دست از اصول و روش‌های کهنه مدیریتی بردارند و فرآیندهای عملیاتی کسبوکار خود را مجدد طرح‌ریزی کنند؛ کسبوکارها چاره‌ای ندارند که در پی آن فرآیندهای مدیریتی را نیز بازطراحی کنند. نتایج مورد نظر با طرح‌ریزی دوباره کارها حاصل می‌شود که تا یک مرحله امکان‌پذیر است، سپس با مانع روبه‌رو می‌گردد که این مانع، مدیریت است. تنها راهی که با استفاده از آن به تمام وعده‌های بازطراحی جامه عمل می‌پوشاند، به کار بردن طرح‌ریزی مجدد مدیریت است. با تغییر نگرش مدیران، نه تنها آینده سازمان درخشان می‌شود، بلکه حال نیز لذت‌بخش خواهد شد.

درک کردن ابعاد تحولات اقتصادی که در کسبوکار امروز کشور جریان دارد برای کسبوکارها بسیار دشوار شده است. این تحولات اقتصادی در ماه‌های اخیر بزرگ‌تر از آن است که یک شخص واحد، آن را تحلیل کند. شاید بهترین شیوه درک آنچه در جریان است این باشد که به عقب بازگشت و به تحولات اقتصادی مشابهی که طی سال‌های اخیر در کسبوکار رخ داده است فکر کرد.

مالکان کسبوکارهای بزرگ اغلب آن را از پندر یا پدربزرگی به ارث برده‌اند که کارخانه را از هیچ به وجود آورده است. اکنون این مالکان به صاحبان سرمایه یا سرمایه‌گذارانی تغییر پیدا کرده‌اند که تمایل چندانی به مدیریت کسبوکار اجدادی خود ندارند. تحولات سال‌ها و به ویژه ماه‌های اخیر باعث شده است خلأ بزرگی تحت عنوان خلأ رهبری هوشمند به وجود آید. در این شرایط چه کسی می‌خواهد کارخانه را سرپرستی کند، شرکت یا هر چیز دیگر را اداره کند؟

این حقیقت که مدیران کارخانه را سرپرستی می‌کنند و یا رهبران سازمان‌ها شرکت را اداره می‌کنند، به نظر بسیار بدیهی است. قدرت همیشه باید مشروع باشد؛ رهبری یک تشکیلات اقتصادی با خود، قدرت به همراه می‌آورد، اما برای مدیریت یک کسبوکار آیا قدرت به تنهایی کافی است؟

مالکان مشروعیت خویش را بر دو پایه استوار ساخته‌اند که از زمان‌های بسیار دور تاکنون هیچ‌گونه خللی در آن ایجاد نشده است. اینکه کسبوکار را خودشان به وجود آورده یا دست کم به ارث برده‌اند و به کار کردن در آن ادامه دادند. مدیران غیرمالک باید چیزی را ارائه کنند که جایگزین آن باشد. مدیران غیرمالک متعهد می‌شوند که به اعتبار تحصیلات رسمی‌شان، از خودگذشتگی شغلی‌شان و انگیزه شخصی‌شان می‌توانند کسبوکار را با کارایی بیشتر و سودآوری افزون‌تر از آنچه مالکان می‌توانستند تاکنون انجام دهند، اداره کنند.

تحولات اقتصادی ماه‌های اخیر از جمله تورم بالا، نوسانات نرخ ارز، تحریم‌های آمریکا و تلاطم در بازار کالاهای مصرفی، نشان می‌دهد که واردات چندان به‌صرفه نیست و این امر باعث شده است تا بسیاری از کسبوکارها ترجیح دهند خدمات و محصولات خود را به خارج از مرزها صادر کرده و از این طریق سود بیشتری عایدشان شود.

صادرات خدمات و محصولات، مدیران شرکت‌ها را در سراسر کشور، آهسته آهسته یا به طور ناگهانی با این حقیقت مواجه کرده است که این روزها تشکیلات آزاد، الزامی است. در این مدت، مدیران اغلب شرکت‌ها

شناسایی ایده‌های فناورانه توسط پارک فناوری پردیس

پارک فناوری پردیس معاونت علمی در نظر دارد در راستای تشویق و حمایت از تحقیق و توسعه و فعالیت‌های پژوهشی شرکت‌های عضو، مسابقه‌ای را به منظور شناسایی برترین مسئله‌های فناورانه برگزار کند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در راستای تشویق و حمایت از تحقیق و توسعه و فعالیت‌های پژوهشی شرکت‌های عضو پارک فناوری پردیس معاونت علمی، مسابقه‌ای به منظور شناسایی برترین مسئله‌های فناورانه برگزار می‌شود.

اهداف این مسابقه متمرکز کردن و تخصیص تسهیلات حمایتی از فعالیت‌های پژوهشی و تحقیق و توسعه در راستای حل مسئله‌های فناورانه برتر؛ کمک به شناسایی تیم‌ها و متخصصین خلاق به منظور مشارکت با شرکت‌ها در راستای حل مسائل؛ کاهش هزینه‌های پژوهشی و تحقیق و توسعه شرکت‌ها و دسترسی به ایده‌های نوآورانه بیشتر؛ کمک به تجاری‌سازی ایده‌ها و کاهش ریسک توسعه فناوری

است. به شرکت‌ها و مسئله‌های فناورانه جوایزی از طرف پارک فناوری پردیس معاونت علمی اعطا خواهد شد. پارک فناوری پردیس به عنوان مهم‌ترین و بزرگ‌ترین پارک فناوری کشور، با مجوز شورای گسترش آموزش عالی در سال ۱۳۸۴ با همکاری تعدادی از دانشگاه‌ها و مراکز مهم علمی - پژوهشی کشور در راه تجاری‌سازی دستاوردهای فناورانه و ایجاد بستر مناسب برای رشد فناوری و توسعه بازار شرکت‌های دانش‌بنیان تأسیس شد و به‌عنوان یکی از سازمان‌های زیرمجموعه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فعالیت می‌کند. تاکنون بیش از ۲۴۰ واحد فناور و دانش‌بنیان از بین بیش از ۱۹۰۰ متقاضی در حوزه‌های فناوری‌های پیشرفته همچون فناوری اطلاعات و ارتباطات، زیست‌فناوری، فناوری نانو، مواد جدید، مکانیک و اتوماسیون به عضویت این مجموعه درآمده و مراکز تحقیق و توسعه یا دفاتر طراحی و مهندسی خود را در پارک ایجاد کرده‌اند.



یازدهمین نمایشگاه فناوری نانو با رویکرد صنعتی‌سازی و تجاری‌سازی

دبیر ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی گفت تمرکز دوره یازدهم نمایشگاه فناوری نانو بر صنعتی‌سازی و تجاری‌سازی با نگاه توسعه صادرات محصولات فناوری نانو خواهد بود. به همین منظور برنامه‌های این دوره به گونه‌ای جهت داده شده است که بیشتر میزبان صاحبان صنایع باشیم. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سعید سرکار دبیر ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی در نشست خبری یازدهمین نمایشگاه فناوری نانو گفت: یازدهمین نمایشگاه فناوری نانو از شنبه ۲۱ مهرماه در نمایشگاه بین‌المللی تهران آغاز می‌شود و تا ۲۴همین ماه ادامه خواهد داشت.

وی بیان کرد: از ابتدا که این رویداد را راه‌اندازی کردیم عنوان نمایشگاه را بر آن قرار دادیم چرا که برنامه‌ریزی‌شده بود تا در این محیط حضور تمام مجموعه‌های فعال در عرصه توسعه فناوری نانو حضور داشته باشند. حتی بخش دانش‌آموزی، دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها، پارک‌های

علم و فناوری، نهادهای ذی‌ربط حوزه فناوری نانو، نهادهای عمومی، انجمن‌ها و در نهایت شرکت‌های فعال در عرصه فناوری نانو که در حوزه تولید و تجاری‌سازی فعالیت می‌کنند در این رویداد در نظر گرفته شد. سرکار با اشاره به تأکید سندن چشم‌انداز ۱۰ساله نخست در حوزه فناوری نانو گفت: اهداف این سند مبنی بر ترویج فناوری نانو، توسعه منابع انسانی و فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی و توسعه فناوری، همچنین همپاگردن زیرساخت‌های لازم برای توسعه فناوری نانو است. زیرساخت‌ها شامل آزمایشگاه‌ها، کریدورهای ارتباط با بازار و ... می‌شود. وی بیان کرد: در سند چشم‌انداز ۱۰ساله نخست، برنامه بر این بود تا شرایط را برای توسعه صنعتی و تجاری‌سازی از نظر زیرساخت‌های نرم و زیرساخت‌های سخت آماده کنیم، اما برنامه ۱۰ساله دوم بیشتر بر صنعتی‌سازی و تجاری‌سازی تمرکز دارد. همچنین توجه خاصی به توسعه صادرات محصولات مبتنی بر فناوری نانو دارد.





نوگام صنایع خلاق برگزار می‌شود

با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی رویداد سه روزه کارآفرینی «نوگام صنایع خلاق» در زاهدان برگزار می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، رویداد سه روزه کارآفرینی «نوگام صنایع خلاق» همزمان با نخستین جشنواره صنایع خلاق، با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی، ۱۸ تا ۲۰ مهرماه ۹۷ در زاهدان برگزار می‌شود. این رویداد در شش حوزه صنایع خلاق از جمله: بازی‌سازی، انیمیشن (پویانمایی)، صنایع دستی، طراحی، تولید محتوای دیجیتال، گردشگری برگزار خواهد شد. در این رویداد کارگاه مسابقه طراحی پلویون شهری نیمروز، ساخت پلویون‌های شهری توسط تیم‌ها و اعلام نتایج مسابقه طراحی پلویون در موضوع طراحی شهری برگزار می‌شود.

یادداشت

۴ اقدام لازم پس از مصاحبه‌های شغلی

ارتباط باشید و نام خود را در ابتدای لیست قرار دهید. به این موضوع نیز اشاره کنید که شما همچنان آماده همکاری هستید و می‌توانید هرگونه اطلاعات اضافی که نیاز باشد را در اختیارشان قرار دهید؛ اطلاعاتی چون نمونه‌های کاری شما و یا پاسخ به سؤالات احتمالی آنها. «مشتاق دریافت پاسخ از سمت شما هستم» راه دیگری است که می‌توانید به صورت غیرمستقیم از آنها بپرسید «چه زمانی تصمیم نهایی را می‌گیرید؟» و همچنین از این راه علاقه خود در دریافت هرچه سریع‌تر جواب نهایی را ابراز می‌کنید.

یادداشت نکات مهم مصاحبه

این کار را باید فوراً پس از اتمام مصاحبه انجام دهید، یعنی زمانی که مصاحبه هنوز در ذهن شما تازه و شفاف است. تمامی نکات مهم، سؤالات اصلی و همین‌طور پاسخ‌های خود به این سؤالات را یادداشت کنید. این کار اهمیت به خصوصی در مصاحبه اولیه دارد، زیرا ممکن است در مصاحبه‌های بعدی نیز سؤالات مشابهی از شما پرسیده شود. در این صورت می‌توانید به جای دادن جواب‌های تکراری، موارد و نکات جدیدی به گفته‌های آنان اضافه کنید و به مصاحبه‌گر یادآور شوید از مصاحبه قبلی خود تا به اکنون مشغول فکر کردن به این سؤالات بوده‌اید. کاربرد دیگری که یادداشت‌برداری دارد این است که می‌توانید به چشم یک منتقد به پاسخ‌های خود بنگرید و نقاط قوت و ضعف خود را پیدا کنید و در رفع آنها بکوشید. با این کار می‌توانید خود را برای مصاحبه بعدی نیز آماده کنید. آنالیز مصاحبه می‌تواند به شما کمک کند اشتباهات خود را پیدا و از تکرار آنها اجتناب کنید. همین‌طور باعث می‌شود جزئیات و نکات مهم مصاحبه را فراموش نکنید.

صبوری

مدت‌زمان انتظار برای دریافت جواب پس از شرکت در یک مصاحبه می‌تواند استرس زیادی به همراه داشته باشد. فراموش نکنید همه چیز به زمان نیاز دارد و صبوری نیز مرحله‌ای از روند یافتن شغل به حساب می‌آید. این که مصاحبه را به صورت پیوسته در ذهن خود «مرور» کنید کار آسانی است، اما فراموش نکنید مشغولیت فکری بیش از حد نیز می‌تواند طاقت‌فرسا و خسته‌کننده باشد. هرچه مسئله‌ای را بیشتر آنالیز کنید، سختگیرتر خواهید شد؛ حال استرس انتظار و ندانستن جواب را نیز به آن اضافه کنید. در یک چشم بهم‌زدن شما صدها اشتباه مرتکب‌شده حین مصاحبه را در ذهن‌تان مرور و نتیجتاً استرس و دلشوره خود را بیشتر کرده‌اید، بنابراین بهتر است تنها یک یا دو نهایت دو بار مصاحبه خود را مرور و پیام پیگیری‌تان را ارسال کنید. حال که می‌دانید هر کاری از دست‌تان بر می‌آید را انجام داده‌اید، آرام باشید و از زمان باقیمانده لذت ببرید. اگر این چهار مورد را بخشی از فرآیند یافتن شغل بسازید، بسیار زودتر از آنچه تصور می‌کنید شغل بعدی خود را خواهید یافت.

مترجم: سینا نیکدل



ارسال تشکرنامه

عملی به سادگی تشکر کردن از مصاحبه‌گر می‌تواند تأثیر بسزایی ایفا کند. شما می‌توانید این کار را از طریق ارسال ایمیل یا به صورت دستیوس انجام دهید. اگر بخواهید نامه پست کنید زمان بیشتری به طول می‌انجامد، اما تأثیری که این روش بر مصاحبه‌گر خواهد داشت طولانی‌مدت‌تر خواهد بود. اینکه در نامه خود از یک سبک و شیوه از پیش تعیین شده استفاده کنید طبیعتاً نسبت به مدل شخصی‌سازی‌شده‌ای که در انتخاب و ساخت آن زمان بیشتری صرف کرده‌اید، تأثیر کمتری خواهد داشت.

تشکرنامه دو عملکرد مشخص دارد: ابراز قدردانی و تجدید هویت شما در ذهن کارفرما. مطمئن شوید تشکرنامه خود را به رزومه تبدیل نکرده‌اید. نیازی نیست تمامی استعدادها و سوابق کاری خود را در آن ذکر کنید. تنها کافی است به کارفرما یادآور شوید چرا شما شخص موردنیاز برای پست مشخص شده هستید. تأکید دوباره بر نقاط قوت خود و اشاره به چند نکته در مورد مصاحبه قبلی می‌تواند به تجدید حافظه مصاحبه‌گر کمک کند. همچنین اشاره به پروژه خاصی که مشتاق به اقدام بر روی آن هستید، احساس شما در مورد جو و محیط کلی شرکت، یا اینکه مهارت‌های شما چگونه به رشد و بهبود شرکت کمک خواهد کرد نیز می‌تواند بر روی تصمیم نهایی کارفرما مؤثر واقع شود.

پیگیری

در این مرحله، هدف این است که در ذهن مصاحبه‌گر ظاهر شوید تا او شما را به یاد آورد. بنابراین ارسال پیام پیگیری می‌تواند شما را در رسیدن به این هدف یاری دهد. فراموش نکنید پیام شما باید کوتاه و مختصر باشد. ارسال پیامی طولانی و خسته‌کننده می‌تواند تصویری منفی از شما به عنوان فردی مستأصل و بدون موقعیت شغلی در ذهن مصاحبه‌گر به جای بگذارد. هرچه پیام شما کوتاه‌تر باشد، مدت‌زمان کمتری برای خواندن آن نیاز خواهد بود، بنابراین با ارسال پیامی مختصر می‌توانید مطمئن باشید کارفرما نامه شما را به صورت کامل می‌خواند.

اگر بازه زمانی مشخصی برای نتیجه مصاحبه به شما داده‌اند و اکنون از زمان معین گذشته، بهتر است خودتان دست به کار و پیگیری ماجرا شوید. هدف از پیگیری این است که با مصاحبه‌گر خود در

گوگل اطلاعات شخصی صدها هزار کاربر را در خطر قرار داده است

طبق گزارش نشریه وال استریت ژورنال، آسیب‌پذیری امنیتی موجود در گوگل، اطلاعات شخصی صدها هزار کاربر گوگل پلاس را در معرض خطر قرار داده است.

به گزارش زومیت، اخبار مربوط به درز پیدا کردن اطلاعات خصوصی کاربران از مواردی است که گوش کاربران به آن عادت کرده است. امسال از لحاظ حفظ حریم خصوصی اصلاً سال خوبی برای کاربران نبوده است و پس از رسوایی‌های پی‌در پی شرکت‌های بزرگی چون فیس‌بوک، حالا نوبت به گوگل، غول دنیای جست‌وجو رسیده تا به واسطه وجود آسیب‌پذیری امنیتی در پلتفرمش، بار دیگر ما را در معرض خطر سوءاستفاده قرار دهد.

نشریه وال استریت ژورنال ساعاتی پیش گزارشی را منتشر کرد که از افشا شدن اطلاعات صدها هزار کاربر گوگل پلاس حکایت می‌کند؛ این در حالی است که گوگل علی‌رغم مطلع بودن از این موضوع، ابتدا هیچ‌گونه اطلاعیه‌ای را در این رابطه برای کاربران آسیب‌دیده ارسال نکرد؛ به‌نظر می‌رسد ترس از بررسی‌های رگولاتوری و جریمه‌های ناشی از آن، تنها عاملی بوده که اهالی ماتین‌ویو را از اطلاع‌رسانی این موضوع بر حذر داشته است.

با این حال اکنون این شرکت ادعا می‌کند که در ماه مارس (اسفند و فروردین) این آسیب‌پذیری را کشف و رفع کرده است. منابع وال استریت ژورنال بر این عقیده هستند که آسیب‌پذیری نرم‌افزاری یادشده به توسعه‌دهندگان بیرونی این امکان را داده تا به اطلاعات خصوصی اعضای گوگل پلاس در بین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۷ دسترسی داشته باشند. در یادداشت داخلی شرکت نیز عنوان شده که اگر چه شواهدی از سوءاستفاده توسعه‌دهندگان شخص ثالث از این ماجرا وجود ندارد، اما احتمال وقوع چنین عملی نیز غیرقابل انجام تلقی نمی‌شود. در بین اطلاعات فاش شده، نام، آدرس ایمیل، تاریخ تولد، جنسیت، تصویر پروفایل و وضعیت اشتغال و تاهل از جمله موارد مهم محسوب می‌شوند. با این وجود، گوگل همچنان عنوان می‌کند که ۴۲۸ توسعه‌دهنده‌ای که به این APIها دسترسی داشته‌اند، هیچ‌گونه اطلاعی از این آسیب‌پذیری نداشته‌اند.

در حالی که پیش از این کاربر با اجازه خود می‌توانست دسترسی توسعه‌دهنده به اطلاعات پروفایل خود را صادر کند، اما باگ یادشده درست به‌مانند رسوایی فیس‌بوک، دسترسی به اطلاعات دوستان کاربران آسیب‌دیده را نیز امکان‌پذیر می‌کرد. گوگل در وبلاگ خود، از تحت‌الشعاع قرار گرفتن ۵۰۰ هزار کاربر صحبت کرده است که رقم قابل توجهی بر شمرده می‌شود؛ البته به این دلیل که این شرکت داده‌های گزارشی کاربران را تنها ۲ هفته نگهداری می‌کند، اکنون نمی‌توان افراد آسیب‌دیده را مشخص کرد. در ادامه این مطلب عنوان شده است که پست‌های Google+، پیام‌ها و محتوای مربوط به G Suite شامل این اطلاعات نمی‌شوند.

گوگل در بیانیه خود اعلام کرده است:

دفتر حریم خصوصی و محافظت از داده ما این موضوع را بررسی کرده است و اکنون به‌دنبال داده‌های درگیر در این ماجرا می‌گردد، اما اکنون مشخص‌سازی کاربران آسیب‌دیده یا مشاهده سوءاستفاده توسعه‌دهندگان از این موضوع در عمل امکان‌پذیر نیست.

نشریه وال استریت ژورنال در گزارش خود عنوان کرده که با وجود اطلاع‌ساندار پیجی، مدیرعامل گوگل از این موضوع، دستور سکوت درباره این آسیب‌پذیری صادر شده است. در سند داخلی که درباره مورد فوق یافت شده، آن‌ها به‌وضوح اعلام کرده‌اند که در صورت فاش شدن این موضوع نام گوگل نیز در کنار رسوایی کمبریج آنالیتیکا و فیس‌بوک قرار خواهد گرفت که ابتدا برای وجهه شرکت خوب نیست.

گوگل قصد دارد در آینده تدابیری را بیندیشد تا با دادن کنترل بیشتر به کاربران برای مدیریت اطلاعات خود، کمتر شاهد بروز چنین اتفاقاتی در دنیای اینترنت باشیم.



راهکارهای دانشکده‌های کارآفرینی در توسعه استارت‌آپ‌ها

دانشگاه تهران قرار دارند در اهداف استراتژیک خود به دنبال تبدیل شدن به نسل سوم دانشگاه‌ها با عنوان دانشکده‌های کارآفرین هستند تا نقش جدی‌تری در توسعه کارآفرینی کشور داشته باشند.

سه نقش دانشکده‌های کارآفرینی در توسعه استارت‌آپ‌ها
توسعه استارت‌آپ‌ها
رئیس دانشکده کارآفرینی در ادامه به سه نقش و راهکار دانشکده‌های کارآفرینی در توسعه استارت‌آپ‌ها اشاره کرد و گفت: آموزش کارآفرینی نخستین گام این دانشکده‌ها برای توسعه و پیشرفت در این عرصه است. اکنون بیش از ۱۵ دانشگاه کشور در عرصه کارآفرینی فعالیت و رشته‌های کارآفرینی ارائه می‌کنند. این استاد دانشگاه در باره دومین نقش دانشکده‌های کارآفرینی عنوان کرد: ایجاد و توسعه مراکز شتاب‌دهی کسب و کارها



«محمدرضا زالی»، رئیس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران به تشریح نقش دانشکده‌ها در توسعه کارآفرینی و موانع پیش روی آن‌ها پرداخت.

به گزارش ایرنا، زالی ضمن اشاره به نقش پررنگ دانشکده‌های کارآفرینی در جذب ایده‌های نوین دانشجویان و تبدیل آن‌ها به استارت‌آپ‌ها، از وجود برخی چالش‌های ساختاری و قانونی سخن گفت که مانع بزرگی در توسعه و تجاری‌سازی ایده‌های فناورانه است.
تولد استارت‌آپ‌ها (کسب و کارهای نوپا) از دانشکده‌های کارآفرینی
«کارآفرینی دریچه‌ای از شیوه‌های نوین کسب درآمد را به روی افراد می‌گشاید و به عبارت دیگر خلاقیتی در درآمدزایی به شمار می‌رود. در این میان دانشکده‌های کارآفرینی با هدف جذب و پرورش ایده‌های کارآفرینی ایجاد شده‌اند.» زالی در باره نقش این گروه از دانشگاه‌ها در رشد و پیشرفت کارآفرینی گفت: دانشگاه‌هایی که در رتبه‌های نخست رده‌بندی مانند

۱۷۰ غرفه در نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال ثبت شده است

به برگزاری جام خلیج فارس در بخش بازی‌های دیجیتال نمایشگاه، این بخش نیز فضای مناسبی را به خود اختصاص داده است.

مهدی رضانی، (معاون رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری) نیز در سخنانی اظهار کرد: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای استارت‌آپ‌ها، شتاب‌دهنده‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان فراخوانی را برای حضور با تخفیف‌های اعلامی از سوی مرکز رسانه‌های دیجیتال ارسال کرده است تا از تسهیلات ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها بهره‌مند شوند.



در ادامه مجتبی مشیری، (نماینده موسسه فرهنگی اکو) نیز با اشاره به حضور غرفه‌های بخش بین‌الملل، گفت: ۹ کشور عضو اکو و جمهوری اسلامی ایران به همراه سازمان بین‌المللی اکو در نمایشگاه دوازدهم غرفه خواهند داشت. به گزارش ایسنا، نمایشگاه بین‌المللی رسانه‌های دیجیتال دهم تا ۱۴ آبان‌ماه در مصلای تهران برگزار می‌شود.

جلسه کارگروه بین‌الملل و توسعه صادرات آیین‌نامه توسعه و ساماندهی رسانه‌های دیجیتال مصوب هیات وزیران با اعلام ثبت‌نام از ۱۷۰ غرفه و ۱۰ کشور و یک سازمان بین‌المللی برای حضور در دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی رسانه‌های دیجیتال برگزار شد.

به گزارش ایسنا و به نقل از روابط عمومی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال، جواد موحد (مدیر اجرایی دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی رسانه‌های دیجیتال) در این نشست با اشاره به پرشدن بیش از نیمی از ظرفیت نمایشگاه، گفت: تاکنون حدود ۴ هزار متر یعنی نیمی از فضای موجود دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی رسانه‌های دیجیتال توسط علاقه‌مندان به حضور در نمایشگاه اشغال شده است.

او ادامه داد: بیشترین فضا را تا این لحظه بخش پایگاه‌های اینترنتی اشغال کردند و بعد از آن استارت‌آپ‌ها، نرم‌افزارهای تلفن همراه و محتوای دیجیتال در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. همچنین با توجه

نگاه به آینده در تولد ۷۰ سالگی آژانس تبلیغاتی Ogilvy

به مناسبت تولد ۷۰ سالگی آژانس تبلیغاتی Ogilvy، این آژانس بزرگ تبلیغاتی اکنون به آینده می‌نگرد. دیوید اگیلوی ۷۰ سال پیش در چنین روزی آژانس را تاسیس کرد. در حالی که اکثر آژانس‌ها در مقاطع مختلف زمانی به تاریخچه خود نگاهی کوتاه می‌اندازند و نقل قول‌ها و یادداشت‌هایی از موسس خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند، بخش غالب فعالیت‌های آژانس تبلیغاتی Ogilvy کاملاً بر روی ۷۰ سال آینده متمرکز است. ۷۰ سال پیش، دیوید اگیلوی در یادداشتی چنین نوشت: آژانس‌ها به اندازه لیاقت و شایستگی خود بزرگ هستند. مدیران و کارمندان Ogilvy با محدودیت‌های مختلف کار را شروع کردند اما قصد دارند قبل از سال ۱۹۶۰ میلادی از آن یک آژانس عالی و تمام‌عیار بسازند. روز بعد اگیلوی فهرستی از مشتریانی را تهیه کرد که بیش از همه خواستار کار با آن‌ها است:

General Foods
Bristol-Myers (شرکت داروسازی)
شرکت سوپ Campbell
Lever Brothers (کارخانه صابون‌سازی)
Shell

مدیر ارشد ارتباطات Ogilvy در گفت‌وگو با سایت Adweek، از جایگاه بسیار منحصر به فرد آن به عنوان یکی از قدیمی‌ترین آژانس‌های فعال این صنعت سخن گفت و در ادامه به تغییر موقعیت و جایگاه برند در ماه ژوئن در راستای برگزاری جشن تولد ۷۰ سالگی Ogilvy اشاره کرد. به اعتقاد مدیر جهانی رسانه‌های اجتماعی و محتوای Ogilvy، آدام کورنیسلا، آژانس روند تحول لوگوی خود را به عنوان راهی برای ورود به آینده به همگان نشان خواهد داد. نسل آتی رهبران آژانس دقیقاً مثل رهبران کنونی می‌توانند دست به پیش‌بینی ۷۰ سال آینده بزنند. بنابراین آژانس از کارمندان خواست تا ضمن بیان آمال و آرزوهای خود اوضاع Ogilvy را در آینده پیش‌بینی کنند.

از همه کارکنان شرکت دعوت شد تا در این کمپین شرکت کنند. مهم‌ترین دارایی Ogilvy کارمندانش هستند. به این ترتیب مدیران آژانس از آنها می‌خواهند تا مشتاقانه در آینده سرمایه‌گذاری کنند. اطلاع از نقطه نظرات آنها اهمیت فراوانی داشت.

نگاه آژانس به آینده شامل یک نظرسنجی در توئیتر نیز می‌شود. در این جا همزمان با پیش‌بینی جایگاه آژانس در ۷۰ سال آینده، نوعی ادای احترام نیز به ریشه‌های آن صورت می‌گیرد.

دیوید ابتدا با جورج گالوپ، بنیانگذار شرکت رای‌گیری و موسسه آمریکایی «Gallup Poll» (Public Opinion) شروع به کار کرد. استفاده از قابلیت نظرسنجی در توئیتر واقعاً به طور غیرمستقیم با باورهای دیوید همخوانی دارد. در قالب تعهد به ایجاد تنوع در زمینه استخدام، پس از تغییر مجدد جایگاه برند آژانس، Ogilvy با نگاهی به سال ۲۰۲۰ وعده به خدمت گرفتن ۲۰ زن در نقش‌های ارشد خلاقیتی تا پایان سال را داد. Ogilvy در حال حاضر مشغول برنامه‌ریزی برای آینده است. کل استراتژی انقلابی در آینده به موضوع حصول اطمینان از بقای شرکت می‌پردازد.

استوری‌های اسنپ‌چت کاربران‌ش را به اینستاگرام تقدیم کرد

سال قبل اینستاگرام به حرکتی دست زد که تا حد زیادی ناامیدانه و حتی مذبح‌خانه به نظر می‌آمد. یکی از بهترین محصولات رقیب مستقیمش را از دست داد و همان اسم را رویش گذاشت! حالا اینستاگرام هم استوری‌های اسنپ‌چت را داشت. باید گفت که کار گستاخانه‌ای بوده است. سلیکون ولی، پر است از برندهایی که از هم تقلید می‌کنند و فیس‌بوک که مالک اینستاگرام بود هم از این قاعده مستثنی نبود. کپی‌کار اسنپ‌چت در آن زمان آسیبی به اسنپ‌چت نرساند، اسنپ‌چت که هنوز هم به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تهدیدهای فیس‌بوک به شمار می‌رفت. توافقی عمومی هم در مورد این مسئله وجود داشت که اینستاگرام با مشکلی مواجه بود؛ عکس‌ها و ویدئوهای درخشان که این آپلیکیشن به خاطرش مشهور شده بود، حالا دیگر خیلی درخشان بودند. بار عبارت «مناسب برای اینستاگرام» به قدری زیاد شده بود که کاربران را می‌ترساند. مردم هر روز کوه‌نوردی نمی‌رفتند، در رستوران‌های پرزرق‌وبرق غذا نمی‌خوردند یا این‌که به تعطیلات ساحلی ریزان نمی‌رفتند که بتوانند مدام عکس‌های خاص بگیرند؛ پس نمی‌توانستند هر روز در اینستاگرام پست بگذارند.

بزرگ‌ترین مشکل مردم با این پلتفرم، احساس فشار برای انتشار عکس‌های خاص و پرزرق‌وبرق بود. در حالی که آن‌ها دل‌شان می‌خواست چیزهای بیش‌تری با دوستان‌شان به اشتراک بگذارند. استوری‌ها که پس از ۲۴ ساعت ناپدید می‌شود، به راحتی ثبت می‌شد و فشار کم‌تری به مردمی می‌آورد که دل‌شان می‌خواست روزمره‌های‌شان را نشان دهند. حالا که دو سال گذشته، درستی این تصمیم بیش از پیش آشکار است و باید اعتراف کرد که شاید این بهترین خروجی فیس‌بوک باشد. استوری‌های اینستاگرام را نجات ندادند – که البته نیاز به نجات هم نداشت – اما شکی نیست که تغییر بسیار بزرگی در آن ایجاد کردند. استوری‌های اینستاگرام روزانه بیش از ۴۰۰ میلیون کاربر را جذب کرده‌اند و روش به‌اشتراک‌گذاری آنلاین تصاویر را به کلی متحول کردند. رشد مخاطبان اسنپ‌چت بعد از این تغییر، کاهش پیدا کرد و همین چند وقت پیش در ماه اوت اعلام کرد که در یک چهارم سال گذشته ۳ میلیون کاربر از دست داده است.

کاربران روزانه اینستاگرام و اسنپ‌چت

مهم‌ترین دلیل موفقیت استوری‌های اینستاگرام، «آنی» بودن‌شان بود، آن‌ها واقعی و بانمک بودند. تکه‌ای از زندگی واقعی روزانه مردم بدون نگرانی از خاص نبودن‌شان. در حالی که تولید ویدئو می‌توانست سخت باشد و باز هم نیاز به ادیت داشت، استوری‌ها می‌توانستند خام و غیررسمی باشند. کپشن‌ها، متن‌ها، گیف‌ها و استیکرها جذابیت استوری‌ها را افزایش می‌داد و مردم می‌توانستند با فیلترهای مختلف خود را به هر شکلی که می‌خواستند تصور کنند. از محل استوری‌ها در بالای صفحه هم نباید غافل شویم، اولین جایی که مخاطب چشمش خیره می‌شود و می‌تواند بدون سر زدن به عکس‌های استوری‌های دوستانش را ببیند.

منبع: mbanews



بررسی ضرورت و چگونگی برندسازی در فضای اینترنت

۵ راهکار برای موفقیت در تاثیر گذاری اولیه بر ندمان بر روی مخاطب

چند سال قبل من با افزودن امضای شخصی به ایمیل‌های خود تغییری اساسی در فعالیتم به عنوان یک بازاریاب اینترنتی ایجاد کردم. آیا شما به عنوان یک برند جویای نام از توانایی‌های ایمیل‌تان به خوبی استفاده می‌کنید؟

با افزودن تصویر لوگوی‌تان به عنوان پروفایل، افزودن لینک اکانت‌های‌تان در شبکه‌های اجتماعی و لینک آخرین مطالب‌تان در سایت رسمی شرکت جلوه حرفه‌ای به فعالیت ایمیلی‌تان دهید. به این ترتیب با ارسال هر پیام به دیگران پروفایل ایمیل‌تان به مانند تابلویی تبلیغاتی در خواهد آمد. به یاد داشته باشید که هیچ کاربری پیام دریافتی از سوی آدرس ایمیلی بدون تصویر پروفایل و توضیحات جانبی را جدی نخواهد گرفت. بنابراین بدون توجه به توصیه حاضر تمام فرآیند برندسازی و بازاریابی‌تان در سرویس‌های ایمیلی بی‌نتیجه خواهد ماند.

۴. بر بازار کسب‌وکار‌تان مسلط شوید

همانطور که در ابتدای مقاله اشاره شد، اکنون فضای اینترنت بیش از هر زمان دیگری شلوغ است. با فعالیت فشرده سایت‌های مختلف و تولید محتوا از سوی آنها رقابت شدیدی برای جلب مخاطب وجود دارد. بر این اساس اکنون نمایش سایت‌مان در رتبه‌های نخست جست‌وجوی گوگل بسیار مهم است. در این صورت روزانه شمار بالایی از کاربران به سایت‌مان جذب خواهند شد.

یکی از راهکارهایی که هنوز هم در زمینه جذب مخاطب به سایت‌مان کاربرد دارد، نگارش مقاله به صورت نویسنده میهمان در سایت‌های مطرح است. بهترین مثال در این زمینه همین مقاله پیش روی شماست. در حقیقت من در سایت All Business به عنوان نویسنده میهمان فعالیت دارم. نتیجه این کار نیز افزایش شمار بازدیدهای کاربران از سایت شخصی من است. به این ترتیب با جست‌وجوی کلیدواژه‌های مختلف در زمینه تبلیغات و بازاریابی مقاله‌های من در دو صفحه نخست موتورهای جست‌وجوگر به نمایش در خواهد آمد. البته تلاش من برای حضور دائم در صفحه نخست است، اما این‌کار نیازمند صرف زمان بیشتری است. امیدوارم روزی همگی در صفحه نخست جست‌وجوی گوگل جای داشته باشیم.

به منظور بهبود جایگاه خود و برندتان باید به سراغ سایت‌های مطرح در زمینه کسب‌وکار و تحلیل‌های تبلیغاتی بروید. با نگارش مطلب به صورت نویسنده میهمان اعتبارتان در دنیای کسب‌وکار به عنوان یک کارشناس افزایش خواهد یافت. علاوه بر این ارتباط با چنین سایت‌هایی در آینده نیز به کارتان خواهد آمد. در هر صورت چنین کاری هم برای شما و هم برای سایت میزبان منافع متقابل دارد. شما جایگاه‌تان را افزایش می‌دهید و سایت مذکور نیز مطلب رایگان با هزینه‌ای بسیار اندک دریافت خواهد کرد. به منظور ارزیابی نتیجه کارتان بر شهرت برندتان همیشه فهرست جست‌وجوهای گوگل را بررسی کنید. بر این اساس در صورت افزایش بازدید کاربران از سایت‌تان جایگاه شما باید بهبود پیدا کند. در صورتی که این استراتژی باعث بهبود جایگاه برندتان نشود، باید محتوای مطالب خود را مورد بازبینی قرار دهید. همچنین اطمینان از نمایش مطالب‌تان در بخش‌های پر بازدید سایت‌های میزبان راهکار دیگری برای افزایش جلب توجه به مطلب و سایت‌تان خواهد بود.

منبع: allbusiness

کسب‌وکار چند نام برای برندشان در ذهن دارند. اگر نامی در ذهن‌تان نیست، مراجعه به سایت‌های تولید نام گزینه منطقی خواهد بود. این سایت‌ها به راحتی با جست‌وجوی ساده در اینترنت پیدا می‌شوند. مزیت اصلی آنها امکان تعریف ویژگی‌های منظر‌تان و دریافت فهرست نام‌های مناسب و هماهنگ با آن ویژگی‌هاست. همچنین برای انتخاب نام محصول‌تان نیز می‌توانید از این سایت‌ها استفاده کنید. البته توجه داشته باشید که چنین کارهایی فقط برای شروع فعالیت برندتان مناسب است. پس از توسعه کسب‌وکار‌تان استفاده از چنین ابزارهایی بیابگر ناتوانی در تعیین سرنوشتش خواهد بود.

۲. استفاده حداکثری از شبکه‌های اجتماعی

همانطور که همه ما می‌دانیم، شبکه‌های اجتماعی در تمام طول هفته فعال هستند. در حقیقت برای این پلتفرم‌ها تعطیلی معنایی ندارد. با توجه به حضور میلیاردها کاربر در شبکه‌هایی نظیر فیس‌بوک، توئیتر، اینستاگرام و پینترست استفاده تجاری از آن برای برندها اهمیت خاصی پیدا کرده است.

در اینجا به برخی از ایده‌های کاربردی برای استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی در فرآیند برندسازی اشاره خواهیم کرد. معیار من برای انتخاب این راهکارها سهولت کاربردشان در کنار میزان تاثیرگذاری بوده است. به توصیه‌های ذیل توجه کنید:

- از نام برندتان در شبکه‌های اجتماعی محافظت کنید. این‌کار با جلوگیری از کاربرد نام برندتان از سوی سایر کاربران و شرکت‌ها امکان‌پذیر خواهد بود.

- تصویر پروفایل اکانت خود را با عکس لوگوی‌تان به‌روزرسانی کنید. این کار جلوه حرفه‌ای به برندتان خواهد داد.

- تصویر پس‌زمینه در فیس‌بوک و توئیتر اهمیت بالایی دارد. برای برندتان تصویری ویژه به منظور بارگذاری در این پلتفرم‌ها طراحی کنید.

- به منظور بهینه‌سازی فرآیند بارگذاری پست در شبکه‌های اجتماعی زمان‌بندی دقیقی برای این‌کار طراحی کنید.

بی‌شک فعالیت در شبکه‌های اجتماعی صرفاً به معنای ارسال پست نیست. چنین کاری را هر کاربر معمولی نیز انجام می‌دهد. به عنوان یک برند فعال باید در پی برقراری ارتباطی عمیق و نزدیک با کاربران باشید. به این ترتیب علاقه آنها برای مشاهده مطالب برندتان و بررسی سایت شرکت افزایش خواهد یافت. بهترین نمونه در زمینه فعالیت ووقت‌آمیز در شبکه‌های اجتماعی از سوی اکانت‌های برند Neil P tel است. بر این اساس با مراجعه به صفحات رسمی آنها یکی از بهترین منابع برای کسب ایده‌های جالب را به دست بیاورید.

۳. بهره‌مندی از مزیت‌های امضای اختصاصی در ایمیل

درحالی‌که بسیاری از برندها و شرکت‌های بزرگ تمرکزشان را بر روی تولید محتوای جذاب در شبکه‌های اجتماعی و سایت‌شان گذاشته‌اند، به احتمال زیاد یکی از منابع اصلی تاثیرگذاری بر روی مخاطب را به دست فراموشی سپرده‌اند. این منبع ایمیل ماست. اندکی در مورد شمار ایمیل‌هایی که در طول روز دریافت می‌کنید، فکر کنید. آیا به همه ایمیل‌های دریافتی به یک اندازه اهمیت می‌دهید؟ بی‌تردید پاسخ منفی خواهد بود. دلیل این واکنش شما چیست؟ پاسخ در شناخت‌تان از فرستنده و جذابیت ایمیل دریافتی نهفته است.

به قلم: ژک جانسنن بازاریابی اینترنتی و کارافین

ترجمه: علی‌آل‌علی

ایستگاه بازاریابی

۱۰۰ ایده کارآمد بازاریابی (۵)

به قلم: کتی کوآن کارآفرین و نویسنده حوزه بازاریابی و تبلیغات
مترجم: امیرالعلی

در شماره‌های قبلی به ۴۱ مورد از ایده‌های کارآمد بازاریابی اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۴۲- خدمات شایسته‌ای را ارائه دهید

از جمله ملاک‌های خرید برای تمامی افراد، وضعیت خدمات، خصوصاً خدمات پس از فروش است. به همین خاطر لازم است تا آن را در سطحی فوق‌العاده قرار دهید. با این اقدام مشتریان به صورت خودجوش و به علت رضایت خاطری که از شما دارند، اقدام به تبلیغ برند شما خواهند کرد که خود مزیتی بزرگ محسوب می‌شود.

۴۳- استعدادها و افراد مستعد پیشرفت را شناسایی کنید

برخی افراد از قدرت کسب محبوبیت و انجام کارهای بزرگ بهرمنند هستند. این امر تنها در رابطه با کارمندان شما نبوده و هر فردی را می‌تواند شامل شود. برای مثال عقد قرارداد با یک مدل مشهور، بدون شک بسیار پرهزینه خواهد بود. با این حال در صورتی که استعدادهای موجود در این زمینه را به خوبی شناسایی کرده و بر روی آن‌ها سرمایه‌گذاری کنید، نهایتاً این امر به اعتبار برند شما خواهد افزود، بلکه باعث می‌شود تا بسیاری از هزینه‌های شما کاهش چشمگیر را پیدا کند که این امر به معنای امکان پرداختن به کارهای دیگر است.

۴۴- کمیونی را برای تغییر در چیزی ایجاد کنید

همواره نیاز نیست تمامی اقدامات خود را به تنهایی انجام دهید. امروزه بسیاری از برندهای مطرح از خود مشتریان برای انجام بسیاری از کارها استفاده می‌کنند. با این حال هنر شما باید در برنامه‌ریزی درست این موارد باشد، به نحوی که تصور انجام کاری رایگان در ذهن آن‌ها شکل نگیرد. در این رابطه تنها انجام یک کار مدنظر نبوده و حتی آگاهی‌بخشی نیز از دیگر اقدامات مفید محسوب خواهد شد. برای مثال ممکن است یک باور غلط باعث شده باشد تا در زمینه‌ای با مشکل مواجه شوید، بدون شک ایجاد یک کمیون و کمک گرفتن از افراد باعث خواهد شد تا مشکلات شما تا حد زیادی برطرف شود. همچنین این امر می‌تواند یک اقدام تبلیغاتی برای شما نیز باشد.

۴۵- داستان موفقیت خود را بیان کنید

بدون شک موفق این امر که شما چگونه و با تکیه بر چه سیاست‌هایی موفق شده‌اید تا به جایگاه فعلی دست پیدا کنید، برای مخاطبان جذابیت‌هایی را به همراه خواهد داشت. در این رابطه حتی شما می‌توانید به انتشار کتاب نیز فکر کنید. برای مثال برند نایک اخیراً در این زمینه اقداماتی را انجام داده که مورد توجه بسیاری قرار گرفته است. اگرچه این امر باعث خواهد شد تا مجبور به افشای برخی حرفه‌ها و رازهای خود باشید، با این حال مزیت‌های آن بدون شک ارزش این کار را خواهد داشت.

۴۶- جاذبه جوایز را جدی بگیرید

به هر مناسبت و موقعیتی لازم است تا شما جوایز جذابی را برای کارمندان و مشتریان خود مشخص کنید. برای مثال این امر که افراد دک درج شده بر روی محصول را برای شما ارسال کنند، از جمله اقداماتی است که باعث خواهد شد تا مشتریان برای حضور در قرعه‌کشی اقدام به خرید کنند. در این رابطه ترغندهایی نظیر افزایش شانس وجود دارد که خود باعث خواهد شد تا میزان فروش شما افزایش چشمگیری پیدا کند. همچنین این امر نیز روحیه کارمندان را افزایش خواهد داد.

۴۷- بازاریابی ارجاعی را مورد استفاده قرار دهید

بازاریابی ارجاعی به این نکته اشاره دارد که افراد معمولاً خریدهای خود را با توجه به نصیحت‌های اطرافیان خود انجام خواهند داد. بدون شک این امر یک نکته و واقعیت بسیار مهم است که برای کار بر روی آن لازم است تا تمامی افراد تیم آموزشی لازم را سپری کنند.

۴۸- روش‌های متنوعی برای خرید در اختیار مشتری قرار دهید

این امر بسیار محتمل است که برخی از افراد امکان خرید به شیوه معمول را نداشته باشند. با این حال نباید اجازه دهید که این محدودیت‌ها به عاملی برای انصراف شدن آن‌ها تبدیل شود. به همین خاطر لازم است تا همواره به دنبال راهکارهای خلاقانه برای بهبود اوضاع مشتریان خود باشید. برای مثال این امر که امکان خرید به صورت اقساطی را فراهم آورید، از جمله رایج‌ترین اقدامات در این زمینه محسوب می‌شود.

۴۹- سیستم پیغام‌گیر مناسبی داشته باشید

بدون شک شما قادر به ماندن ۲۴ ساعته در محل کار خود نخواهید بود. با این حال این امر نباید به عاملی برای توقف اقدامات شما تبدیل شود. به همین خاطر از جمله اقدامات ضروری یک سیستم پیغام‌گیر مناسب است تا افراد بتوانند با سهولت بیش‌تری کارها را پیگیری کنند.

۵۰- رقابت را نادیده بگیرید

این امر نه‌تنها بار علمی و سطح شما را افزایش خواهد داد، بلکه باعث خواهد شد تا در دنیای کتاب نیز یک نماینده و معرف داشته باشید. در این آن نیز همه چیز به میزان توانایی شما بستگی خواهد داشت. با این حال ذکر تاریخچه مفصل و با بیانی شیوا از جمله الزامات محسوب می‌شود.

۵۱- رقابت را نادیده بگیرید

هنگام تکمیل استراتژی بازاریابی خود، رقابت را در آخر لحاظ کنید. در موارد متعددی مشاهده شده است که برخی از شرکت‌ها هدف خود را نابودی اقدامات سایر رقبای خود قرار می‌دهند. این امر در حالی است که عدم پیشرفت آن‌ها به معنای رشد شما نخواهد بود. درواقع شما باید بر روی عملکرد خود متمرکز باشید و با این اقدام مقدمات رشد خود را فراهم آورید.

ادامه دارد ...

چرا برندمان در تعامل با دیگران در فضای مجازی موفق نیست؟

۱۰ علت عدم افزایش مخاطب‌مان در اینستاگرام



به قلم: جوهانس کانتز کارآفرین و بازاریاب دیجیتال
ترجمه: علی‌العلی

به موازات توسعه اینستاگرام و تبدیل آن به یکی از بزرگ‌ترین شبکه‌های اجتماعی شمار کاربران آن نیز به طور سرسام‌آوری رو به افزایش است. به طور طبیعی در چنین شرایطی بسیاری از کاربران و کسب‌وکارها به دنبال ایجاد تصویری مطلوب از خود در این شبکه اجتماعی خواهند بود. با این حال موفقیت در چنین کاری به هیچ وجه ساده نیست، به همین خاطر گزارش‌های فراوانی از نارضایتی کاربران نسبت به ناتوانی در دستیابی به مخاطب بیشتر وجود دارد. به نظر می‌رسد کاربران اینستاگرام در مقایسه با فیس‌بوک و توییتر علاقه کمتری به لمس بخش «فالو» دارند.

بی‌شک فعالیت سخت و عدم دریافت نتیجه دلخواه ناراحتی و دل‌سردی زیادی را به همراه دارد. اکنون برخی از کاربران و برندها حتی در زمینه ارزش فعالیت در اینستاگرام نیز با دودلی مواجه هستند. در هر صورت هیچ‌کس قصد اختصاص وقت و هزینه برای فعالیتی بی‌سرنجام را ندارد.

در این مقاله من قصد دارم به ۱۰ دلیل اصلی عدم موفقیت کاربران و شرکت‌ها در جذب مخاطب اینستاگرامی بپردازم. همچنین در خلال این بحث راهکارهای مفیدی برای دستیابی به هدف مدنظرمان ارائه خواهم کرد. پس اجازه دهید به سراغ ۱۰ اشتباه مهلک اینستاگرامی از نظر من توجه کنیم.

۱. شما در تعامل با مخاطب اصلی‌تان نیستید

اگر شما به نظرات و پرسش‌های کاربران واکنشی نشان ندهید، آنها به سرعت شما را در لیست سیاه‌شان قرار خواهند داد. به هر حال اینستاگرام و هر پلتفرم دیگری فضای «اجتماعی» قلمداد می‌شود. در یک محیط اجتماعی تعامل متقابل حرف اول را می‌زند. اگرچه هدف اول در فعالیت اینستاگرامی نمایش پیام تصویری‌مان به مخاطب است، اما ماهیت اجتماعی و گفت‌وگومحور آن را نیز نباید فراموش کرد. در صورت صرف تمام وقت و هزینه‌تان برای بارگذاری پست‌های بهتر مخاطب‌های‌تان را از دست خواهید داد. به بیان ساده، این الگوی عملکرد بهترین بهانه را به مخاطب برای آنفالو کردن‌تان می‌دهد.

اقدام جایگزین: توصیه من در اینجا ساده است. شروع به واکنش نسبت به نظرات و ایده‌های دیگران کنید. تعامل بیشتر با کاربران پیام واضحی را به آنها و الگوریتم اینستاگرام ارسال خواهد کرد: من فعال و آماده‌گفت‌وگو با دیگران هستم. بر این اساس باید به دنبال گفت‌وگو و تعامل نظر با کاربران باشید. در واکنش به نظرات کاربران صرفاً به جملات کوتاهی نظیر فهمیدم، متوجه صحبت‌تان هستم و به نظر نکته جالبی می‌رسد اکتفا نکنید. تلاش شما در اینجا باید گسترش دامنه بحث و ترغیب کاربران به شرکت در بحث‌تان باشد.

۲. عدم ثبات، قاتل برندها در شبکه‌های اجتماعی

بارگذاری پست‌ها به صورت منظم و زمان‌مند شناس شما برای افزایش فالوور را بیشتر می‌کند. بی‌شک این توصیه مستلزم تولید محتوای بیشتر و به تبع آن صرف هزینه و زمان است. با این حال نتیجه کار کاملاً ارزش چنین تلاشی را خواهد داشت.

نکته مهم در اینجا گزارش برخی از برندها و کاربران تاثیرگذار مبنی بر دریافت لایک و کامنت یکسان به هنگام توقف فرآیند ارسال پست به صورت مداوم است. چنین برداشتی اگرچه مبتنی بر یک خطای محاسباتی است، اما در نگاه نخست صحیح به نظر می‌رسد. به این ترتیب باید به پیچیدگی اندازه‌گیری میزان جذب مخاطب و تعامل سازنده با آنها در سطوح عالی فعالیت در شبکه‌های اجتماعی توجه داشته باشیم. بر این اساس با افزایش شمار فالوورهای‌مان و تبدیل آن به عددی ۶ یا ۷ رقمی نوسان‌های نسبتاً کوچک در میزان جذب مخاطب به چشم نخواهد آمد. این به معنای عدم تغییر شرایط به هنگام فعالیت اندک ما نیست، بلکه موضوع ناآگاهی ما از کاهش محبوبیت‌مان است.

توجه داشته باشید که هدف این بخش ترویج بارگذاری پست‌های متعدد و آزاددهنده در طول یک روز نیست. به طور معمول ارسال روزانه ۴ الی ۵ پست منطقی به نظر می‌رسد. هر رقمی بالاتر از این باعث آزدگی و بی‌توجهی کاربران به شما می‌شود.

اقدام جایگزین: برنامه بارگذاری پست برای اکان‌تان طراحی کنید. به این ترتیب شیوه فعالیت شما در اینستاگرام به یک استراتژی منسجم نزدیک خواهد شد.

به منظور جلب‌نظر هرچه بیشتر کاربران باید نسبت به برتری مطالب‌مان اطمینان حاصل کنیم. بر این اساس مطالب کلیشه‌ای و تکراری نباید جایی در استراتژی ما داشته باشد. تلاش شما باید در راستای غافل‌گیری مخاطب‌های‌تان با نمایش محتوای جدید و خلاقانه باشد.

۳. تعامل و همکاری شما با سایر اکان‌ها کم است

اگر مایل به طرح‌تان‌مان به عنوان برندی بزرگ هستید، باید با

سایر اکان‌تهای بزرگ ارتباط برقرار کنید. به این ترتیب با استفاده از رابطه‌تان توان جذب مخاطب‌های طرف مقابل به صفحه خود را نیز خواهید داشت.

فعالیت به عنوان برندی تنها و به دور از سایر شرکت‌ها به هیچ‌وجه اقدام منطقی محسوب نمی‌شود. در حقیقت شما نیازمند خروج از حساب خودساخته‌تان هستید. در غیر این صورت به زودی همه فالوورهای خود را از دست خواهید داد.

اقدام جایگزین: با دیگر کاربران و شرکت‌ها در شبکه‌های اجتماعی ارتباط برقرار کنید. هرچه سطح ارتباط شما با دیگران بیشتر باشد، احتمال موفقیت‌تان در اینستاگرام بیشتر خواهد شد. همیشه به یاد داشته باشید که اینستاگرام فضای اجتماعی است. بر این اساس بدون حضور دیگران و تعامل با آنها هیچ نتیجه‌ای نخواهید گرفت. به علاوه افزایش سطح ارتباط برندان‌ها به معنای کشف بازارهای جدید، مخاطب‌ها و مشتریان تازه نیز هست.

۴. بی‌توجهی به سرویس استوری و سایر امکانات اینستاگرام

بی‌شک محتوای بصری تاثیر بالایی بر روی مخاطب دارد. با این حال اگر استفاده حداکثری از سرویس استوری، ویدئو و سایر امکانات اینستاگرام نداشته باشیم، شناس ما برای جذب مخاطب به نحو چشمگیری کاهش می‌یابد.

بر این اساس تلاش شما باید آشنایی بیشتر با سرویس‌های مختلف اینستاگرام و استفاده بهینه از آنها در فرآیند برندسازی و تبلیغات‌تان باشد. در این صورت سرعت جذب مخاطب شما بسیار افزایش خواهد یافت.

اقدام جایگزین: به هنگام بارگذاری استوری از هشتگ‌های مناسب استفاده کنید. همچنین با ذکر مکان تصویر یا ویدئوی‌تان مخاطب را در کسب اطلاعات دقیق‌تر راهنمایی کنید. سرویس ویدئوی زنده اینستاگرام هم که به تقلید از اسنپ‌چت راه‌اندازی شده، امکان موثری برای غافلگیری مخاطب محسوب می‌شود. به عنوان مثال در زمان‌های مناسب ویدئوی زنده‌ای از نحوه فعالیت کارمندان در شرکت یا مراسمی مهم در اختیار مخاطب‌های‌تان قرار دهید.

توجه داشته باشید که در بخش استوری امکان ارسال گیف نیز وجود دارد. بر این اساس دست شما برای ساخت استوری زیبا بسیار باز خواهد بود. همچنین ویدئوی‌های طولانی خود را با تبدیل به پستی واحد به صورت راحت‌تر در اختیار کاربران قرار دهید.

۵. معمای محتوای حوصله‌سز بر

به من اعتماد کنید، محتوای سرد و نجسب مشکل اصلی بسیاری از افراد و برندها در اینستاگرام است. ریشه چنین معضلی در استفاده بی‌رویه از کلیشه‌هاست. نکته جالب در این میان ناآگاهی برندها نسبت به استفاده‌شان از کلیشه‌های تکراری است. به این ترتیب تیم فنی یک برند پس از چند ماه تمایل به تکرار ایده‌های قبلی‌اش پیدا می‌کند. همین عامل باعث دل‌سردی و عدم علاقه کاربران به محتوای آن صفحه می‌شود.

اقدام جایگزین: همیشه به دنبال افزودن ارزشی به مطلب‌تان باشید. به عنوان مثال یک سلفی ساده در اغلب اکان‌تهای کسب‌وکار و شخصی وجود دارد. با این حال توضیحات تکمیلی یا ذکر تفاوت آن تصویر با سایر نمونه‌های کلیشه‌ای برگ برنده شما به حساب می‌آید.

توجه داشته باشید که نباید هر نوع محتوایی را در صفحه‌تان درج کنید. بر این اساس فقط ایده‌های جذاب را به عنوان خوراک خبری در اختیار مخاطب قرار دهید. شاید توصیه من شبیه به فرآیند داستان‌سرایی تجاری باشد. مخالفتی با این همانندسازی ندارم. در هر صورت پست‌های ما در نهایت تصویری کلی از برندان را به نمایش می‌گذارد. با اندکی مسامحه این تصویر کلی به داستانی تصویری قابل تعمیم است.

۶. وقتی خودمان نیستیم

در شبکه‌های اجتماعی فعالیت در ظاهر اصلی خودمان در کنار علاقه و شور و شوق اهمیت بالایی دارد. به ویژه در اینستاگرام تلاش برای بیان برندمان در قالبی غیرواقعی سرنجام مطلوبی نخواهد داشت.

کاربران در فضای مجازی علاقه‌مند به تعامل با افراد و شرکت‌های واقعی هستند. بر این اساس باید خودمان را بیشتر به کاربران عادی نزدیک کنیم. مقوله افراد تاثیرگذار در همین چارچوب تعریف می‌شود. بر این اساس افراد مشهور در شبکه‌های اجتماعی به دلیل برخورد صمیمانه و نزدیکی با سایر مخاطب‌ها محبوبیت بالایی کسب می‌کنند. اقدام جایگزین: نحوه فعالیت خود را با ماهیت اصلی‌تان (به عنوان یک شخص یا برند) هماهنگ سازید. در هر صورت شما نباید دو نقش را بازی کنید. حوزه کسب‌وکار مانند عرصه سینما نیست، شما هم نه بازیگر بلکه یک برند هستید. ویژگی اصلی یک برند موفق نمایش تصویری ثابت از خود در عرصه‌های مختلف است. باز هم تکرار می‌کنم، شبکه‌های اجتماعی فرصت طلایی شما برای نمایش تصویر یگانه‌تان به شمار بالایی از کاربران است. این فرصت را با تلاش برای ایفای نقشی متفاوت از دست ندهید.

۷. فروشنده‌های صرف جایی در اینستاگرام ندارند

مشکلی که در اینجا بدان می‌پردازم، تلاش برای فروش هرچه بیشتر

محصولات در شبکه‌های اجتماعی و به ویژه اینستاگرام است. هنگامی که به اکان‌ت یا سایت خاص اقدام به ارائه مطالب تجاری بیش از حد عادی می‌کنند، کم کم صدای همه در خواهد آمد. درست به همین دلیل نرم‌افزارهای مسدودسازی تبلیغات محبوبیت فراوانی در میان کاربران اینترنت دارد. تبلیغات بیش از حد دقیقاً کارکردی مانند ویروس دارند. همه از آن فراری هستند و راه علاج را در مسدودکننده‌های تبلیغاتی می‌یابند.

اقدام جایگزین: بی‌شک استفاده از اینستاگرام به عنوان فروشگاهی قدرتمند ایده بدی نیست. در هر صورت علت حضور طراح‌های تبلیغاتی در این سایت و خدمات بازاریابی فنی اینستاگرام همین است. با این حال باید فرآیند فروش‌مان را به صورت ملایم پیگیری کنیم. توصیه من در اینجا تمرکز کمتر بر روی وجه مالی و تجاری فعالیت در اینستاگرام است. باید اندکی به فکر برقراری رابطه صمیمانه با کاربران، اطلاع از علاقه‌مندی‌ها و جذب‌شان به برندمان باشیم. در خلال این کارته‌ها باید در عرصه فروش شما به طور کامل محدود صورت توجه داشته باشید که عرصه فروش شما به طور کامل محدود به شبکه‌های اجتماعی نیست. با این حال عرصه جذب مخاطب فقط و فقط محدود به شبکه‌های اجتماعی می‌شود.

۸. تنظیمات پیشرفته اکان‌ت‌تان فعال نیست

بسیاری از ما پس از ساخت اکان‌ت دیگر توجهی به تنظیمات جانبی نشان نمی‌دهیم. به این ترتیب هدف اصلی ما پس از ورود به اینستاگرام تولید محتوای هرچه بیشتر است. با این حال شاید چنین استراتژی موجب نارضایتی کاربران در نگاه نخست‌شان به صفحه شما شود.

به طور معمول یک کاربر به هنگام تصمیم‌گیری در مورد فالو کردن صفحه‌ای مشخص به المان‌های مختلفی توجه می‌کند. از این میان جلوه ظاهری، کیفیت عکس پروفایل و متن بخش بیوگرافی اهمیت بالایی دارد. اگر نسبت به این بخش‌ها بی‌توجه باشیم، تاثیرگذاری فعالیت‌مان بر روی مخاطب به شدت کاهش خواهد یافت.

اقدام جایگزین: نحوه مدیریت صفحه شما باید منحصر به فرد باشد. بر این اساس تقلید از دیگران در اینجا کارایی چندانی ندارد. نکته مهم توجه به ویژگی‌های خاص برندمان و تلاش برای اعمال آنها در جهت جذاب‌سازی پروفایل‌مان در شبکه‌های اجتماعی است.

یکی از المان‌های اصلی در زیبایی اکان‌ت‌ها تصویر پروفایل است. برای یک برند بهترین گزینه بارگذاری لوگوی خود به عنوان عکس پروفایل خواهد بود. توجه داشته باشید که تصویر پروفایل شما باید کیفیت مناسبی داشته باشد. مشاهده تصویری بی‌کیفیت از سوی مخاطب ذهنیت وی نسبت به وجهه حرفه‌ای شما را خدشه‌دار خواهد کرد. نکته مهم بعدی توجه به وضعیت بخش بیوگرافی است. در این بخش معمولاً کاربران شرح مختصری از علاقه‌مندی‌ها و جایگاه‌شان ارائه می‌کنند. به عنوان یک برند اگر شعار تبلیغاتی خاصی دارید، در کادر بیوگرافی آن را درج کنید. در غیر این صورت درج نام سایت رسمی یا آدرس دفتر مرکزی گزینه‌های مطلوبی محسوب می‌شوند.

۹. اهمیت توجه به نکته‌های خاص

توجه به هویت منحصر به فردمان در شبکه‌های اجتماعی اهمیت بالایی دارد. به این ترتیب مخاطب تصویر روشنی از شما در ذهن خواهد داشت. این کار از طریق تمرکز بر روی عناصر خاصی که بیانگر هویت برندمان هستند، امکان‌پذیر خواهد بود. علاوه بر این با چنین اقدامی انتظارات مشخصی را از خود در میان کاربران ایجاد می‌کنیم. وقتی مخاطب انتظار خاصی از ما دارد، به طور مداوم پروفایل‌مان را چک خواهد کرد. مشکل بسیاری از برندها در شبکه‌های اجتماعی عدم تمرکز بر روی بیان هویت‌شان است. به این ترتیب مخاطب تصویر واضحی از طرف مقابلش نخواهد داشت.

اقدام جایگزین: عناصر اصلی برندان‌ها به عنوان یک کسب‌وکار را بررسی کنید. بهترین راهکار برای یافتن المان‌هایی به منظور تمرکز بر آنها شروع فرآیند جست‌وجو از برند خودمان است. در وهله بعد به سراغ گزینه‌های مورد علاقه مخاطب‌های خود بروید.

۱۰. خرید فالوور، بزرگ‌ترین اشتباه در اینستاگرام

هیچ چیز در اینستاگرام به اندازه فعالیت برخلاف قوانین آن مخرب نیست. بی‌شک افزایش شمار فالوورها کار جذب مخاطب را آسان‌تر خواهد کرد. با این حال خرید فالوور راهکار علاقه‌ان‌های برای دستیابی به این هدف نیست. بیشتر برندها برای بهرهمندی از مزایای کوتاه‌مدت اقدام به خرید فالوور می‌کنند، اما از نتایج بلندمدت آن غافل هستند. بر این اساس پس از زمانی کوتاه اینستاگرام متوجه خرید فالوورهای فلابی از سوی شما خواهد شد. در این هنگام اعمال محدودیت بر روی صفحه شما با حد آن بسیار محتمل خواهد بود.

اقدام جایگزین: راهکار موردنظر من ساده است: فالوور نخرید. اگرچه فرآیند توسعه برندمان در شبکه‌های اجتماعی طولانی است، اما خرید فالوور ما را با چالش‌های بسیار پیچیده‌ای مواجه خواهد کرد. با اختصاص زمان مناسب و پرهیز از عمل برخلاف قوانین اینستاگرام در مدتی طولانی‌تر به نتیجه‌ای پایدار خواهید رسید.

منبع: socialmediatoday



۳ نکته مهم پیش از انجام مذاکرات

مترجم: مهدی کاظمیون

مذاکره اغلب یک بازی برد-بخت تلقی می‌شود، اما می‌تواند به این شکل هم نباشد.

مذاکرات مربوط به قراردادهای و مذاکره بر سر حقوق بسیاری از ما را معذب می‌سازند، به حدی که اغلب اولین پیشنهاد مطرح‌شده را قبول و امضا می‌کنیم. برخی از ما هرگز بر سر بندهای قرارداد استخدام هیچ‌گونه مذاکره‌ای انجام نمی‌دهیم.

اما از آنجایی که در دنیای عادلانه زندگی نمی‌کنیم، در بسیاری موارد اگر چیزی را تقاضا نکنیم آن را به دست نمی‌آوریم. در این مقاله چگونگی عبور از این ترس و قرار دادن خود در بهترین موقعیت ممکن را بیان خواهیم کرد؛ خواه در حال مذاکره بر سر یک پیشنهاد شغلی، ترفیع و یا دستمزد بیشتر باشید.

مذاکره موقعیت‌محور و مذاکره تلفیقی را درک کنید

بنا به گفته الکس لوکاستو (Alex LoCasto)، وکیلی که تمرکز بر دعوی قضایی و حل اختلاف کسب‌وکارها است، اکثر مذاکرات به دو دسته تقسیم می‌شوند. وی توضیح می‌دهد «دو دسته مذاکره وجود دارد: توزیعی، که به مذاکره موقعیت‌محور نیز شناخته می‌شود و تلفیقی، که به آن مذاکره منفعت‌محور هم می‌گویند. مذاکره موقعیت‌محور یک تفکر برد-بخت است؛ مانند تقسیم یک پیتزا. اما مذاکره منفعت‌محور یک تفکر برد-برد است فرض کنید یک پیتزا وجود دارد و ما آن را بزرگ‌تر می‌کنیم. مردم تمایل دارند در مذاکره موقعیت‌محور شرکت کنند، مخصوصاً زمانی که در مواضع مخالف نسبت به یک مسئله هستند. این در حالی است که استفاده از سیاست منفعت‌محور شناس هر دو طرف را برای موفقیت بالاتر خواهد برد.

رسم موقعیت در مذاکره برد-برد شناسایی منافع طرف مقابل است. برای مثال دو دختر بچه در حال دعوا بر سر یک پرتقال هستند. اگر مادر آنها پرتقال را از وسط نصف کند و به هر کدام یک نصفه از آن را بدهد، از سیاست توزیعی استفاده کرده است، اما مادر تصمیم می‌گیرد از هر کدام بپرسد که چرا تمام پرتقال را می‌خواهند. دختر اول پاسخ می‌دهد او خیلی پرتقال دوست دارد و می‌خواهد آن را بخورد. دختر دوم می‌گوید او پوست پرتقال را می‌خواهد تا در پخت کلوچه از آن استفاده کند. مادر همه پرتقال را به دختر اول می‌دهد و دختر دوم پوست پرتقال را خواهد گرفت و هر دو طرف راضی خواهند بود.

با یک پرسش ساده که دخترها پرتقال را برای چه کاری می‌خواستند، مادر توانست منافع هر کدام را دریابد و به درستی متوجه شود منافع آنها در تضاد با یکدیگر نیستند.



دید خود را از محدوده میزان حقوق فراتر ببرید

به خاطر داشته باشید، پول تمامی هدف مذاکره نیست. زمانی که پیشنهاد کار دریافت می‌کنید، دیگر جنبه‌ها مانند کار کردن در منزل و یا پشتیبانی‌های بخش روابط عمومی – مانند اینکه شرکت مذاکره با سرمایه‌گذاران را از جانب شما انجام دهد – را نیز در نظر بگیرید. اگر درآمدتان باب میل شما نیست، از خود بپرسید که آیا در حین کار امکان دریافت پورسانت یا برآورده کردن معیارهایی خاص برای دریافت پاداش وجود دارد یا خیر.

به علاوه زمانی که کار جدیدی را شروع می‌کنید، باید اطمینان داشته باشید قرار دادتان حق مذاکره بر سر حقوق پس از شش ماه را شامل شود. این مقدار زمان، برای اثبات ارزش شما نزد شرکت کافی است. اطمینان حاصل کنید شما و کارفرمایان انتظارهای واضح و روشنی نسبت به کارهایی دارید که باید انجام و سبب پیشرفت شما شوند. به این معنا که چارچوب کلی شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) و هر معیاری را که باید برآورده کنید، به صورت مکتوب در آورید.

از سوال کردن نهراسید

گرچه این کار بخشی از مذاکره بر سر قرارداد محسوب نمی‌شود، اما برای کسب بهترین قرارداد، باید با خود فروری بگذارید؛ به ارزش خود ایمان داشته باشید.

ارزش شما وجهه‌های متفاوتی دارد. ارزشی که برای شرکت به ارمغان می‌آورد و مقدار سرمایه‌ای که برای شرکت حفظ می‌کنید. زمانی که بر سر میزان مذاکره می‌نشینید باید بتوانید هر دو مورد را لحاظ کنید. در میان تازه‌کارها، افرادی که شغلی بر پایه خلاقیت دارند به شدت کار خود را دست‌کم می‌گیرند. اگر شخصی هستید که برای انجام کاری خلاقانه پول می‌گیرد، باید قیمت خود را دو برابر کنید. هیچ شرکتی بدون ایده دوام نمی‌آورد.

اما همچنان اگر جواب را نمی‌دانید از سوال کردن نهراسید. مجبور نیستید با آزمون و خطا با رویه آشنا شوید؛ چرا که از شما انتظار کار مفید می‌رود. در بسیاری موارد به هیچ‌وجه نمی‌توانید جواب‌های موردنیازتان را با آزمون و خطا به دست آورید. برآورده کردن انتظارات با فهم کامل وظایف شروع می‌شود.

اگر با خود گفتید «نه، فکر کنم همه چیز را متوجه شدم»، این نشانه واضحی است که شما متوجه نشده‌اید. پرسیدن سوال درست در مصاحبه و جلسه بازبینی اهمیت بسزایی دارد. آیا حاضر هستید بدون اینکه سوالی بپرسید همراه با دوست خود برای ناهار بیرون بروید؟ یقیناً خیر. اگر هیچ سوالی نداشته باشید اینطور به نظر می‌رسد که توجه کافی به طرف مقابل نداشته‌اید.

به خاطر داشته باشید ارزش شما زمانی که سوالی می‌پرسید کاسته نمی‌شود. در واقع با انجام ندادن این کار ارزش شما پایین‌تر نیز می‌آید. هرچه بیشتر بدانید، دستاوردهای زیادتری نیز خواهید داشت. حال بروید و ترفیعی که لایقش هستید را به چنگ آورید!

منبع: fastcompany

مترجم: اشکان کوشش

بر اساس داده‌های شاخص جهانی کارآفرین (Global Entrepreneurship Monitor)، در سرتاسر دنیا اصلی‌ترین دلیل انحلال یک تجارت، کمبود سود است. سودآوری زمانی آغاز می‌شود که بتوان درآمدی کافی ایجاد کرد؛ درآمدی که توانایی تأمین دائمی هزینه‌های کلی را داشته و به طور پیوسته در جریان باشد.

در بسیاری از تجارت‌های خدمات تک‌نفره، جذب این درآمد گمراه‌کننده است و صرفاً به دلیل ارائه محصول و یا خدمات بد نیست. افرادی که در زمینه شغلی خود جزو کارشناسان ارشد و یا افرادی ماهر هستند، لزوماً در حوزه بازاریابی و یا فروش توانایی لازم را ندارند. دیوید شرینر کاهن (David Shriner-Cahn) رئیس ترند استراتژیک پارتنرز (Trend Strategic Partners)، شرکتی مشاوره‌ای در شهر نیویورک است که توصیه‌هایی در زمینه تجارت‌های کم‌سود ارائه می‌دهد. این شرکت همچنین برنامه‌ای به نام «Bes Network for Solopreneurs» را اجرا و از طریق آن به طور متمرکز به کارآفرینان رسمی در تشخیص منابع تکرارپذیر درآمد کمک می‌کند. وی می‌گوید «اصلی‌ترین نقطه ضعفی که می‌شنویم مربوط به سختی‌های ساخت درآمدی مداوم و اثبات است، به خصوص در زمینه درآمد تکرار شونده.»

با توجه به این توضیحات، درآمد برگشتی تجارت خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ در این قسمت به پنج استراتژی که می‌توانید از امروز به کار ببرید اشاره خواهیم کرد.

از روندی خاص حمایت کنید. گرچه فرصت‌های زیادی برای کسب درآمد وجود دارد، اما تمرکز بر روی قوی‌ترین توانایی، بهترین روش جذب مشتریانی است که به صورت مداوم به شما مراجعه می‌کنند

مترجم: اشکان کوشش

واقعیت مخلوط، واقعیت بسط‌داده‌شده، واقعیت مجازی، واقعیت تکمیلی! این روزها هیچ کمبودی در زمینه «واقعیت‌های جایگزین» وجود ندارد و سر و صدای زیادی در مورد چگونگی اعمال تغییرات بر دنیا و راه و روش تجارت به وسیله این شبیه‌سازی‌های دیجیتال وجود دارد.

این تکنولوژی‌ها جذاب هستند و دید تجاری جدیدی به وجود می‌آورند، اما گمراهی به وسیله آنها بسیار ساده اتفاق می‌افتد. حقیقت این است که شما باید از تأثیر مثبت استفاده از این قبیل تکنولوژی‌ها در تجارت خود مطمئن باشید. با تجربه من به عنوان مدیر اجرایی بازاریابی، راه‌حل‌های واقعیت مخلوط، ساده‌ترین راه تشخیص کردن توابع و فرآیندهایی هستند که تحت تأثیر این تکنولوژی جدید قرار خواهند گرفت.

دو زمینه وجود دارند که شما می‌توانید از واقعیت مخلوط به منظور بهبود فعالیت‌های درونی تجارت خود استفاده کنید:

همکاری و سخنرانی‌ها

«بخشید، صدای سیستم من قطع بود»؛

«می‌توانید صفحه من را ببینید؟»؛

«سلام. صدای ما را می‌شنوید؟»؛

«صفحه شما هنگ کرده است.»؛

اگر تا به حال در یک تماس کنفرانس و یا چت ویدئویی حضور داشته‌اید، احتمالاً با این عبارات آشنا هستید.

با به کارگیری واقعیت مخلوط می‌توانید با استفاده از هدست، دور یک

و خریداران مناسب را نیز به شما ارجاع می‌دهند. بنا بر گفته دیوید شرینر «رد کردن شغلی نامناسب، بهتر از پذیرش شغلی خواهد بود که در آن دائماً درگیر رسیدن به بهترین حالت خود هستید. اگر بخواهید از هرچه پیش روی تان است حمایت کنید، در حقیقت از چیزی حمایت نکرده‌اید.»

بر اساس قانون و قاعده فکر کنید. کلید ساخت درآمد تکراری راهی است که در آن باید از ارائه خدمات سفارشی به کسانی که در صدد همکاری با شما هستند، دوری کنید و در ادامه پیشنهادات ارائه‌شده را تا حدودی استاندارد سازید. اسپنسر دیرینگ (Spencer Dee) می‌گوید «راه‌هایی جهت ساخت سیستمی مناسب برای خود و مشتریان اصلی‌تان بیابید و در ادامه به دنبال جلب‌نظر افرادی با سلاقی مشابه باشید.» اسپنسر دیرینگ یکی از بنیانگذاران بست‌ورک (Bes Work) است که دوره سه روزهای با نام «طراحی کارزندگی» برگزار می‌کند. او در این دوره آموزشی به شرکت‌کنندگان کمک می‌کند که به دنبال شغل ایده‌آل خود در شهر نیویورک و یا مشغول همکاری با شرینر در «BestNetwork for Solopreneurs» هستند.

دیرینگ می‌گوید «اگر بخواهید برای هر که به شما مراجعه می‌کند راه‌حلی‌هایی ارائه دهید، هیچ‌گاه تجارتی نخواهید ساخت. تمام آنچه شما انجام می‌دهید، تأمین خدمات شخصی و همان چیزی است که در فعالیت‌های کارآفرینان افرادی می‌بینم و در حقیقت چیزی جز دست‌وپا زدن در هر فرصتی نیست.»

چگونه در مورد کار خود شفاف صحبت کنید. تا زمانی که نتوانید پیشنهادات خود را در قالب یک جمله و یا کمتر برای مشتریان تعریف و تشریح کنید، توقع درک و به‌خاطر سپردن آن را از آنها نداشته باشید. دیرینگ اشاره می‌کند «وقتی از شما راجع به کارتان می‌پرسند، باید توانایی شرح آن را در چند مرحله کوتاه، شامل ابتدا، میانه و انتها داشته باشید. در مورد آنچه «ارزش افزوده» شماست، بسیار دقیق باشید.»

۲ راه حل واقعیت مخلوط به منظور ارتقای عملکرد تیمی

میز کنفرانس مجازی بنشینید، آواتار دیگر حضار را ببینید و همگی به یک صفحه مجازی نگاه کنید. در حال حاضر اپلیکیشن‌های کنفرانس مجازی وجود دارند که برقراری ارتباط به این صورت را به واقعیت تبدیل کرده‌اند و در آینده کیفیت این تکنولوژی بهبود پیدا خواهد کرد.

این روش در سخنرانی‌های فروش و بازاریابی نیز کاربرد دارد. به جای پرواز به آن سوی کشور برای یک ملاقات ۳۰ دقیقه‌ای، می‌توانید در فضای مجازی با مشتریان خود دیدار کنید، ایده‌های خود را با روش‌های کاملاً جذاب با آنها در میان بگذارید، و برای جلب توجه بیشتر، به دنبال جایگزینی نمودارها و صفحه‌های پاورپوینت با تصویرسازی حقیقی باشید.

آموزش و حل مسئله

نشستن دور یک میز برای یادگیری سناریوهای ساختگی، همواره با آنچه در دنیای واقعی با آن روبه‌رو خواهیم شد سازگار نخواهند بود. دلیل اهمیت بیشتر تجربه نسبت به آموزش‌های آکادمیک هنگام یافتن کار نیز در همین است.

به همین دلیل استفاده شرکت‌هایی مانند آزمایشگاه‌های STRIVR از واقعیت مخلوط به منظور یافتن روش‌های جدید برای آموزش و پرورش کارمندان، منطقی به نظر می‌رسد. هر موقعیت شرایط خاص خود را دارد و شما می‌توانید از آموزش مجازی استفاده کنید و به کارمندان خود اجازه دهید شرایط دنیای واقعی را با تنظیماتی خاص به دست آورند.

هنگام کار، واقعیت تکمیلی می‌تواند در زمینه حل مسائل با از میان برداشتن خطاها و زمان موردنیاز برای رسیدگی به کارها کمک کند. برای مثال، آپاسکیل (Upskill) در حال کمک به شرکت بوئینگ (Boeing)



خسته‌کننده نباشید. زمانی که خدمات پیشنهادی خود را ارائه می‌دهید، مقداری از شور و اشتیاق را نیز به اشتراک بگذارید. دیرینگ خاطرنشان می‌کند «شما باید مشتریان را متقاعد کنید به جای تمسک به گذشته، برای پذیرش آینده آغوش باز کنند.»

جریان‌های مالی خود را متنوع سازید. گرچه ممکن است وابستگی کامل به یک مشتری که کارهای زیادی را به شما ارسال و محول می‌کند وسوسه‌انگیز باشد، اما این کار می‌تواند نقدینگی شما را در صورت خالی شدن حساب آن مشتری به خطر بیندازد. شرینر می‌گوید «تعداد مشتریان ایده‌آل برای یک تجارت خدماتی حرفه‌ای شش تا دوازده مورد است، بنابراین اگر دارای کمبودی در این میزان هستید، به بازاریابی ادامه دهید.»

شرینر همچنین خاطرنشان می‌کند: «هرچه توانایی ایجاد منابع مالی متنوع بیشتری داشته باشید، به میزان بالاتری خود را از مشکلات خوداشتغالی حفظ خواهید کرد. اگر یک مورد از شش مشتری‌تان را از دست داده‌اید، از خود بپرسید آیا همچنان درآمد کافی برای حمایت از نیازهای پیش‌روی تان دارید؟ زمانی که این پرسش به جواب و ثبات رسید، دیگر از کاهش مشتریان‌تان به‌تازده نخواهید شد.»

در دیدگاه خود ثابت‌قدم باشید. در تنوع مزیت دیگری نیز وجود دارد. این مزیت می‌تواند به شفاف‌سازی این موارد کمک کند که به چه کسانی خدمت می‌کنید، چگونه این خدمت را ارائه می‌دهید، چه محصولی می‌فروشید و اساس قیمت‌گذاری شما چیست. شرینر می‌گوید «این مسئله به معنای کاهش احتمال افتادن در دامی است که در آن مشتری شما را وادار به انجام فعالیت‌هایی می‌کند که نه سودآور و نه متناسب برای تجارت شما هستند.» به خصوص اگر نیازمند درآمد باشید، تمرکز بر این‌گونه مسائل بسیار دشوار خواهد بود، اما هرچه در این زمینه منظم‌تر باشید، ساخت تجارتی پایدار برای‌تان ساده‌تر می‌شود.

منبع: forbes

برای آزمایش ابزار پوشیدنی واقعیت تکمیلی به منظور کمک به کارمندان برای انجام سریع‌تر و بهتر وظایف با سیستم عامل بی‌درنگ (real time)، هندزفری و نمودارهای سه‌بعدی هم‌کنشی است.

تکنولوژی واقعیت مخلوط موقعیت ایده‌آلی را برای تیم‌ها به منظور تجربه این مفاهیم در شرایطی کاملاً چشمگیر و در دنیای مجازی و یا با جایگزینی این مفاهیم در دنیای فیزیکی با استفاده از واقعیت تکمیلی فراهم می‌سازد که اجازه استفاده از ابزار مختلف را در راه‌هایی غیرقابل تصور به کاربران ارائه می‌کنند.

کلید اصلی اجرای مؤثر است

تکنولوژی به تنهایی پاسخی برای حرکت روبه‌جلوی تجارت شما نخواهد بود. اجرا و استفاده از آن باید در راستای هدف ارتقای فرآیند تجارت و افزایش بازده باشد. آنچه رهبران تجاری باید در نظر داشته باشند این است که واقعیت مخلوط، همانند تمامی تکنولوژی‌های جدید، نیازمند زمان برای یادگیری اجرای مؤثر است. آنها باید از انجام صحیح مراحل هنگام معرفی تکنولوژی و آموزش آن اطمینان حاصل و بودجه لازم برای حمایت از تیم به منظور رسیدن به بهبودها و وعده‌های این تکنولوژی جدید را فراهم کنند.

موارد بالا دو روش عالی بهبود داخلی تجارت‌ها به واسطه واقعیت مخلوط هستند، اما پیش از تفکر دقیق در مورد بهترین راه استفاده و یا شرایط خاصی که می‌توانید از آن استفاده کنید، تحت تأثیر سر و صدای این تکنولوژی قرار نگیرید. هنگامی که اهداف خود را یافته‌اید، احتمال بسیار زیادی وجود دارد که تجارت مجازی و تکمیلی در افق کاری شما قرار گیرد.

منبع: forbes

چگونه با راحت ترین روش ها وضعیت طیف وسیعی از مشتریان مان را بررسی کنیم؟

اطلاع از وضعیت مشتریان با شیوه های بازاریابی ساده



به قلم: اما براون کارشناس بخش طراحی تبلیغات موسسه Hootsuite
ترجمه: علی آعلی

در حوزه بازاریابی فهم اینکه مشتریان به چه می اندیشند بسیار دشوار است. از آن دشوارتر تصمیم گیری برای نحوه شروع فرآیند شناخت مشتری خواهد بود. آیا در این زمینه صرف اتکا بر نظرسنجی ها کفایت می کند؟ اگر هیچ داده کاربردی از فرآیند نظرسنجی ها حاصل نشود، چه؟ آیا واقعا زمان کافی برای انجام چنین کارهایی را در اختیار داریم؟ خوشبختانه ما در این مقاله برخی از راهکارهای بسیار ساده برای پژوهش و تحقیق پیرامون مشتریان را گردآوری کرده ایم. مزیت اصلی این راهکارها ارائه شان به همراه سیستم امتیازدهی ویژه است. به این ترتیب استفاده از آنها بسیار راحت خواهد بود.

در ادامه مقاله محورهای ذیل مورد بررسی قرار خواهد گرفت:

- چرا استراتژی شما در شبکه های اجتماعی باید شامل پژوهش در مورد مشتریان نیز باشد.
- راهکارهای ساده برای انجام پژوهش پیرامون مشتریان که هماهنگ با بودجه های محدود است.
- شیوه استفاده بهینه از دوستان و اعضای خانواده برای دستیابی به آمارهای ارزشمند.

مزیت های پژوهش در مورد مشتریان چیست؟

- ایجاد اعتماد و وفاداری به برند برای مشتریان. توجه به خواسته و سیر تغییر سلیقه مشتریان بیانگر احترام شما به آنهاست. بر این اساس با نمایش علاقه تان به ایجاد اعتماد و افزایش وفاداری آنها به برندتان از طریق انجام پژوهش های مناسب توجه آنها را به خود جلب خواهید کرد. همچنین در بحث وفاداری برند هر چه جهت گیری شما به سوی خواسته مشتری بیشتر باشد، انگیزه وی برای خرید مداوم از شما افزایش می یابد.
- خلق محصولات و خدمات بهتر. بی شک همه نقاط کوری دارند. به ویژه در مورد برندها این امر بیش از هر مثال دیگری واضح است. بر همین اساس با تحقیق پیرامون آنچه مشتریان بدان علاقه دارند و البته فهرستی که بدان ها علاقه مند نیستند، توانایی بهبود کیفیت محصولات مان را به دست خواهیم آورد. در این زمینه باید نسبت به نظر مشتریان در ارتباط با محصولات برندمان بیش از هر گزینه دیگری توجه داشته باشیم. بر این اساس تلاش ما باید در راستای حذف المان های نامناسب از نظر مشتری و افزودن ویژگی های مطلوب آنها باشد.
- محتوای بهتر. ایده های جالب در همه جا و از سوی همه افراد به ما می رسند. با تحقیق در مورد علاقه مندی های مشتریان شما به منبع غنی از ایده های جدید دسترسی خواهید داشت. بر این اساس باید توجه ویژه ای به بحث های روزمره مشتریان داشته باشیم. به طور معمول این بحث ها شامل فهرست جذابی از ایده های نوین مبتنی بر خواست آنها خواهد بود.
- ایجاد تصویر یک شرکت آینده نگر و پیشرو. به محض اینکه نسبت به نیازها و خواسته های جدید مخاطب های تان آگاهی یافتید، نوبت به اقدامی مناسب برای پاسخگویی به آنها خواهد رسید. بر این اساس باید جلوه بردن تان به عنوان شرکتی آینده نگر و پیشرو در کسب و کارش مطرح شود.

تا اینجا مقاله ما نسبت به اهمیت پژوهش پیرامون علاق و توجه به خواسته های مشتریان نکات اساسی را مطرح کرده است. به عنوان یک نتیجه گیری اولیه، اکنون به اهمیت پژوهش در مورد مشتریان آگاه هستیم. با این حال پرسش اصلی هنوز پابرجاست: با توجه به اینکه نظرسنجی یکی از ایده های نسبتا کهنه به نظر می رسد، چه راهکارهای

دیگری برای دستیابی به اطلاعات مورد نیاز در مورد مشتریان وجود دارد؟ البته بی تردید در این زمینه اولویت با شیوه های آسان و سریع خواهد بود.

۹ راهکار ساده برای ایجاد فرآیند پژوهش پیرامون مشتریان استفاده از محصولات

به عنوان توصیه نخست، سری به یکی از فروشگاه ها زده و یکی از محصولات تان را خریداری کنید. بر این اساس هر آنچه یک مشتری معمولی به هنگام خرید محصول یا سرویسی از شما انجام می دهد، دقیقا اقتباس کنید. در اینجا هدف کسب تجربه ای مانند یک مشتری واقعی است. شاید در ابتدا بسیار عجیب به نظر برسد، اما با انجام چنین کاری درک بسیار واضح تری از تجربه خرید مشتریان تان خواهید داشت. چنین تجربه ای شما را در بهبود فرآیندهای فروش، ارائه خدمات و پاسخگویی به مشتریان راهنمایی می کند. به عنوان خروجی، فعالیت حاضر در یافت شفافی از خواسته ها و ناراحتی های مشتریان به دست خواهد داد.

سطح راحتی پژوهش: ۱۰/۱۰۱۰۱ این پژوهش نیاز به زحمت و تلاش خاصی ندارد.

۲. جست و جوی برندان در Reddit

شاید Reddit یک پلتفرم تازه برای شما به حساب بیاید، با این حال منبع اطلاعاتی بسیار غنی است. بر این اساس در هر کسب و کاری که باشید، در این پلتفرم نظرات مصرف کنندگان محصولات تان را خواهید یافت. در حقیقت این ویژگی اصلی Reddit است. جذابیت آن برای کسب و کارها نیز در یافت نظر واقعی کاربران در محیطی کاملا بی طرف خواهد بود.

پست های Reddit از معدود منابعی است که در آنها نظرات صادقانه کاربران را مشاهده خواهید کرد. دلیل آن نیز قالب گفت و گو محور آن نه با شما به عنوان تولید کننده، بلکه میان مصرف کنندگان مختلف است، بنابراین پلتفرم حاضر یکی از بهترین منابع برای دریافت خیل عظیمی از اطلاعات کاربردی به حساب می آید.

سطح راحتی پژوهش: ۸.۱۰ بی شک سهولت جمع آوری اطلاعات در این پلتفرم بسیار بالاست. با این حال توجه داشته باشید که همیشه نمی توان به صداقت نظرات کاربران اعتماد کرد. گاهی اوقات برخی افراد کامنت اشتباهی پیرامون محصول شما ارسال می کنند. در برخی موارد نیز برخی کاربران به ظاهر شوخ طبع نکاتی بی پشتوانه را به عنوان مشتری واقعی برندان مطرح خواهند کرد. بر این اساس باید در جمع آوری نظرات اندکی دقت به خرج داد.

۳. مشاهده تبلیغات رقبا در شبکه های اجتماعی و کانال های ارتباطی آنها

در ابتدا فهرستی از همه شرکت های رقیب تان تهیه کنید. همچنین در این فهرست نام برندهایی که الگوی شما در کسب و کار هستند نیز درج کنید. سپس به سراغ تبلیغات شان در شبکه های اجتماعی رفته و کانال های ارتباطی شان با مشتریان را بررسی کنید. با مشاهده نظرات کاربران در ذیل پست های رقبا شما تصویر واضحی از نحوه عملکرد آنها خواهید داشت. بر این اساس نقاط قوت آنها را اقتباس و از کاستی های آنها پرهیز کنید.

به عنوان یک کارشناس در زمینه امور تبلیغاتی همیشه نظرات کاربران در شبکه های اجتماعی را مهم تلقی کرده ام. در حقیقت چنین مکانی یک فضای امن برای مشتری محسوب می شود. در نتیجه آنها بدون هیچ ملاحظه ای محصول مان را به نقد خواهند کشید.

سطح راحتی پژوهش: ۹.۱۰ گاهی اوقات یافتن تبلیغات رقبا در شبکه های اجتماعی دشوار می شود. به ویژه اگر سرویس اطلاع رسانی خودکار پیرامون اکانت آنها را فعال نکرده باشید. بر این اساس باید به

هنگام جست و جو در شبکه های اجتماعی دقت تان را افزایش دهید. در غیر این صورت بسیاری از مطالب رقبا را از دست خواهید داد.

۴. نگاهی کوتاه به تحلیل های آمازون

شاید این کار برای شما چندان خوشایند نباشد، اما بررسی نظر کارشناس های آمازون پیرامون محصولات تان توجه منطقی نیز دارد. بی شک بررسی نظرات مشتریان در سایت هایی نظیر Reddit به خوبی امکان پذیر است. با این حساب اصلا چرا باید به سراغ آمازون برویم؟ اجازه دهید پاسخ را در قالب مثالی بیان کنم. فرض کنید شما در زمینه ارائه خدمات مشاوره در زمینه خرید خانه فعالیت دارید. امروزه علاوه بر آژانس های مختلف، کتاب های گوناگونی نیز در این زمینه منتشر می شود. بی شک برند شما نیز اقدام به چاپ برخی از کتاب های مشابه کرده است. بر این اساس مشاهده نظر کاربران در مورد کتاب های مشابه و البته نمره کارشناس های آمازون شما را در بهبود کیفیت کتاب تان، با مقایسه اش با کتاب های دیگر، یاری خواهد کرد. توجه داشته باشید که کارشناس های آمازون به طور معمول از میان برترین افراد آن کسب و کار انتخاب می شوند. بی تردید دریافت نظر کارشناس های حرفه ای در مورد کیفیت محصولات رقبا و خودمان تاثیر بسیار مطلوبی بر روی بهبود کیفیت آن خواهد داشت.

سطح راحتی پژوهش: ۸.۱۰ این شیوه از پژوهش در مورد مشتریان بسیار راحت است. با این حال باید برای مطالعه برخی از نظرات و تحلیل ها مقدار مشخصی حق اشتراک پرداخت کنید.

۵. صحبت با تیم فروش / مشاهده فرآیند فروش

هدف این بخش مشاهده نحوه گفتگو و تعامل اعضای تیم فروش با مشتریان، آنچه با سلیقه مشتریان جور است و آنچه از آن نفرت دارند، خواهد بود. چنین شیوه ای به طور غیرقابل پیش بینی تاثیر گسترده ای بر روی کیفیت ارتباط مان با مشتریان دارد. بر این اساس شاید امکان بهبود برخی روندها که باعث ناراحتی مشتریان می شود، وجود داشته باشد. البته به یاد داشته باشید که در زمینه اصلاح امور تیم فروش بهترین گزینه خواهد بود. در هر صورت آنها به بهترین شکل مشتریان را می شناسند. بر این اساس شاید فقط باید از آنها درخواست بازبینی شیوه های فروش را داشت.

سطح راحتی پژوهش: ۸.۱۰ شاید برند شما بخش فروش نداشته باشد. در این صورت کار شما اندکی دشوار خواهد شد. در چنین شرایطی باید به سراغ داده های فروش تان رفته و آنها را به طور شخصی تحلیل کنید.

۶. مصاحبه با دوستان و اعضای خانواده که با ماهیت کسب و کار تان پیوند دارند

بله، در اینجا با نوعی مصاحبه مواجه هستیم. با این حال ماهیت این نوع مصاحبه با گونه های سنتی و تاریخ مصرف گذشته فرق دارد. بر این اساس گفت و گو با دوستان و اعضای خانواده امکان طرح پرسش هایی بسیار ریز و ظریف تر که در مصاحبه های معمولی تعرض به حریم شخصی افراد تلقی می شود، فراهم می کند. به علاوه چنین مصاحبه هایی کاملا رایگان خواهند بود. در ابتدا از آنها تقاضای پاسخگویی صریح و بی تعارف را نمایید. سپس سوال های خود را طرح کرده و منتظر پاسخ بمانید. به هنگام دریافت پاسخها به هر کدام از آنها نمره ای بر اساس ارزیابی تان از سطح صداقت طرف مقابل بدهید. در پایان نیز براساس پاسخها به بررسی نقاط ضعف برندان در تعامل با مشتریان بپردازید.

سطح راحتی پژوهش: ۵.۱۰ استفاده از دوستان و اعضای خانواده برای دریافت اطلاعات حیاتی در زمینه کسب و کار همیشه اقدامی پرخطر محسوب می شود. در هر صورت احتمال تاثیر گذاری رابطه شخصی تان با آنها بر روی پاسخ های ارائه شده وجود دارد. با این حال

به نظر من مزیت های مصاحبه شخصی با دوستان و اعضای خانواده بر خطراتی آن برتری دارد.

۷. بررسی جعبه اعتراض های دیجیتالی

بی تردید مطالعه نظرهای منفی پیرامون برندتان سخت ترین کار دنیاست. در هر صورت شما تلاش زیادی برای موفقیت کسب و کار تان انجام می دهید. دریافت بازخورد منفی در این شرایط مطلوب هیچ فردی نیست. با این حال بررسی نظرهای منفی مزیت دستیابی به بانک اطلاعاتی وسیعی در مورد کاستی های بخش های مختلف برندمان را نیز دارد. به همین دلیل به سراغ شبکه های اجتماعی رفته و در پلتفرم های مختلف به دنبال نظرهای منفی بگردید. خوشبختانه همیشه امکان یافتن صفحه هایی که مخصوص بیان شکایت های مشتریان از کیفیت محصولات مختلف است، وجود دارد. در این صفحه ها به دنبال ایرادات برند خود بگردید. در نهایت نیز اقدام به رفع آنها ضروری خواهد بود. سطح راحتی پژوهش: ۷.۱۰ بی شک پذیرش انتقاد بسیار دشوار است. هضم آن نیز دشوارتر خواهد بود. با این حال ارزشش را دارد.

۸. بررسی داده های موجود

فیس بوک و دیگر پلتفرم های اجتماعی بزرگ معمولا آمارهای دقیقی برای برندها و صفحات تجاری تولید می کنند. چنین راهکاری برای دریافت اطلاعات یکی از ساده ترین و در عین حال کم هزینه ترین شیوه های موجود به حساب می آید. به واقع استفاده از کلمه کم هزینه برای این راهکار حق مطلب را ادا نمی کند، زیرا دسترسی به این داده ها کاملا رایگان است. بی شک داده های دریافتی در برخی موارد از اتفاقات جالبی پیرامون برندمان حکایت دارد.

سطح راحتی پژوهش: ۱۰.۱۰ این اقدام نیاز به تحمل سختی خاصی ندارد. فقط به اکانت تان در شبکه های اجتماعی متصل شده و آمارها را دریافت کنید.

۹. تحلیل کلیدواژه های مهم

در ابتدا کلیدواژه های مرتبط با کسب و کار تان را بیابید. در مرحله بعد استراتژی برندان در شبکه های اجتماعی را براساس استفاده از آنها بنا کنید. در حقیقت بسیاری از کاربران در شبکه های اجتماعی از هشتگ ها برای دستیابی به محتوای مورد نظرشان استفاده می کنند. بر این اساس توجه به آنها و استفاده بهینه شان بسیار ضروری خواهد بود. همچنین با بررسی هشتگ های محبوب امکان مشاهده مطالب مورد علاقه کاربران نیز وجود دارد. بی تردید آگاهی از تغییرات طبع و سلیقه مشتریان نقش مهمی در بهبود فرآیند ارتباط با آنها دارد. استفاده از نتایج چنین پژوهشی برای خلق ایده های نوین در زمینه فعالیت در شبکه های اجتماعی اقدام منطقی خواهد بود.

سطح راحتی پژوهش: ۱۰.۱۰ این راهکار نیز یکی دیگر از شیوه های بسیار راحت و ساده به حساب می آید. تمام ایده های این مقاله نمونه هایی هستند که شما در ساده ترین حالت ممکن می توانید انجام دهید. به این ترتیب تصویر برندان در نزد مشتریان تا حد زیادی تقویت خواهد شد. توجه داشته باشید که نیازی به پیگیری همه روش های این مقاله در زمان واحد نیست. در ابتدا یک یا دو مورد را انتخاب و پیگیری کنید. سپس به سراغ سایر نمونه ها بروید.

شاید در ابتدا مشاهده نتایج پژوهشها برای شما بسیار دشوار باشد. با این حال پس از امتحان چند طرح مختلف به این نتایج عادت خواهید کرد. در حقیقت نا آگاهی ما نسبت به تغییر سلیقه یا ناراحتی مشتریان به معنای رضایت آنها از شرایط جاری نیست. بر این اساس باید به سراغ کسب درکی نزدیک از ایده های آنها حرکت کنیم. در غیر این صورت به زودی مشتریان مان را از دست خواهیم داد.

منبع: hootsuite

برگزاری جلسه شورای قضایی خوزستان با حضور وزیر دادگستری



اهواز - شنبم قجاوند - جلسه شورای قضایی خوزستان با حضور آوایی وزیر دادگستری برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شورای قضایی استان خوزستان جلسه شورای قضایی خوزستان با حضور دکتر آوایی وزیر دادگستری در سالن ولایت دادگستری کل استان برگزار شد.

مدیر کل بیمه سلامت استان گلستان:

رتبه بندی پزشکان بیمه سلامت گلستانی انجام می شود

گزرگان - خبرنگار فرصت امروز - مدیر کل بیمه سلامت استان گلستان گفت: کارنامه عملکرد هر پزشک طرف قرارداد هر سه ماه یک بار به آن ها داده می شود. تا پایان سال رتبه بندی پزشکان انجام خواهد شد. دکتر سید محمد حسینی در جمع خبرنگاران با اشاره به اینکه این کار از پارسال آغاز شده است، اظهار کرد: در این رتبه بندی پزشکان در گروه های A, B, C قرار خواهند گرفت که به ترتیب افراد درون هر گروه مورد تشویق، تذکر و در آستانه تعلیق قرار می گیرند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان کرمانشاه:

فرهنگ سازی برای مصرف بهینه آب باید از مهدهای کودک آغاز شود

کرمانشاه - منیر دهشتی - مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان کرمانشاه با اشاره به برگزاری جشنواره "سفریان کوچک آب" که ۱۵ مهرماه با محوریت فرهنگ صرفه جویی در مصرف آب، با حضور کودکان مهدهای کودک در محل آمفی تئاتر شرکت آبفا برگزار شد، گفت: برای نخستین بار است که چنین کار با کیفیتی در بین کودکان با این گستردگی در راستای فرهنگ سازی مصرف بهینه آب صورت گرفته است.

معاونت حمل و نقل و ترافیک شهرداری شیراز خبر داد:

زیر ساخت های حمل و نقل پاک در شیراز ایجاد خواهد شد



شیراز - خبرنگار فرصت امروز - مهندس حاجیان معاونت حمل و نقل و ترافیک شهرداری شیراز با اعلام خبر فوق افزود: استفاده از دوچرخه به عنوان یک وسیله برای سفرهای کاری در سال های نه چندان دور در سطح شیراز بسیار رایج بوده است که بعدها به دلیل افزایش خودروها و ترافیک در سطح معابر و عدم ایمنی و توسعه زیر ساخت های لازم به مرور به فراموشی سپرده شده است.

مزایده اتوبوس های جدید اراک انجام شد؛

ورود ۱۱ اتوبوس به ناوگان طی هفته جاری

اراک - مینور رستمی - سرپرست سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری اراک با اشاره به برگزاری مزایده و بازگشایی پاکت های ۵۰ دستگاه اتوبوس جدید و پاک شهر اراک در شامگاه گذشته افزود: در این مزایده پهنبرداری از ۱۱ اتوبوس نهایی شد. حاجت الله مرادی، عنوان کرد: ۲۷ شهرویر ماه مزایده پهنبرداری از ۵۰ اتوبوس جدید برای ورود به ناوگان حمل و نقل عمومی شهر اراک انجام و شب گذشته یک پاکت های مزایده بازگشایی شد.

در نیمه نخست امسال محقق شد؛

خودکفایی و خروج ۱۱۰۷ خانوار بوشهری از چرخه حمایتی



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز : هزار و ۱۰۷ خانوار مددجوی تحت حمایت کمیته امداد در بوشهر که از طریق فرصت های شغلی به مرز خودکفایی رسیدند در شش ماهه نخست سال جاری از چرخه حمایتی خارج شدند. معاون اشتغال و خودکفایی کمیته امداد استان بوشهر گزارشی از عملیات خروج مددجویان خودکفا شده این نهاد را از طریق ایجاد فرصت های شغلی ارائه داد. مسلم ملت، معاون اشتغال و خودکفایی کمیته امداد استان بوشهر اظهار کرد: مهم ترین مأموریت در کمیته امداد، اشتغال زایی پایدار برای خانوارهای تحت حمایت است و پس از آن تلاش می شود این خانوارها به سمت استقلال مالی و خودکفایی اقتصادی برسند.

گاز مشترکین روستاهای حیدرآلات و فوشه فومن وصل شد

رشت - زینب قلیپور - در اثر وقوع سیل گسترده در استان گیلان به تاسیسات و لوله های گاز در ۹ شهرستان خساراتی وارد آمد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان آسب ها با تاسیسات گازرسانی را در شهرستان های تالش، فومن، رودسر، لاهیجان، لنگرود، صومعه سرا، ماسال، املش و شفت عنوان کرد و افزود: به منظور ایمن سازی و جلوگیری از وقوع خطرات احتمالی، گاز بیش از یک هزار خانوار که پیشتر میزان آن در شهرستان فومن بود قطع شد تا شنبه شام تالاش شبانه روزی کار کلان شرکت گاز و انجام تعمیرات و طراحی و اجرای لوله گذاری موقت، تاکنون گاز ۶۸۲ مشترک گاز در روستاهای حیدرآلات و فوشه شهرستان فومن وصل شده است.

با حضور مدیر کل امور مالیاتی استان اردبیل، امام جمعه، بخشدار، شهردار، اعضای شورای شهر و سایر مسئولین محلی؛ اداره امور مالیاتی شهر هشجین افتتاح شد

پرداخت مبلغ سه میلیارد ریال در ۶ ماهه اول سال جاری و شش میلیارد ریال در سال ۹۶ از محل توزیع عوارض ومالیات بر ارزش افزوده استان به شهرداری هشجین



دولت بوده و امروزه کشورهایی که درآمدهای نفتی دارند به در آمد های مالیاتی نگاه ویژه ای دارند چرا که این درآمدها عامل مدیریت اقتصادی کشور و باعث عدالت و قسط در جامعه است به همین منظور وی اجرای طرح جامع مالیاتی را به عنوان تحولی بزرگ در این سازمان عنوان کرد که با اجرای آن می توان به درآمدهای مالیاتی ثابت واستوار در آینده امیدوار شده و نظاره گر شکوفایی نظام اقتصادی با اصلاح قوانین، ساختارها و سیستم ها در این طرح بزرگ شد. نوع پرور گزارشی از نحوه توزیع عوارض ومالیات بر ارزش افزوده و چگونگی هزینه کردن آن برای عمران و آبادانی شهرها و بهداشت وسایر موارد اشاره کرده و مبلغ پرداختی به شهرداری هشجین در ۶ ماه اول سال جاری را سه میلیارد ریال و در سال گذشته شش میلیارد ریال عنوان کرد.

هشجین- اداره امور مالیاتی هشجین با حضور مدیر کل امور مالیاتی استان اردبیل، امام جمعه، بخشدار، اعضای شورای شهر وسایر مسئولین محلی افتتاح گردید. در این مراسم که حجت اله اسلام و المسلمین نعمتی امام جمعه و حاج آقا رضائی امام جماعت اهل تسنن هشجین و بخشدار و مسئولین دستگاههای اجرایی و نظامی و انتظامی و روسای ادارات حضور داشتند نوع پرور یاد وخاطره شهدای انقلاب و جنگ تحمیلی که جان خود را فدای اسلام و ارزشهای الهی نمودند گرمای داشت و افزود نام شهدا در طول تاریخ ماندگار است و ما بایستی نام آنها را زینت بخش کلام و تکرش خود قرار دهیم. مدیر کل امور مالیاتی گفت هدف سازمان امور مالیاتی کشور از استقرار ادارات در شهرهای کوچک، کسب درآمد نیست بلکه هدف اصلی کاهش فاصله ها و اجتناب از تردد به مرکز شهرستان و تسهیل و تسریع در رسیدگی به امور مودیان می باشد در همین خصوص وی حدیثی از حضرت امام حسین (ع) را نقل کرد که می فرماید: ((همانا نیازهای مردم به سوی شما نعمتهای خداوند می باشد پس از آن ملول نشوید (قبول نمائید) تا به نعمت الهی دچار نشوید)) مدیر کل استان به اهمیت درآمدهای مالیاتی در مدیریت اقتصادی کشور اشاره کرد و گفت: مالیات پایدار ترین، سالمترین ودائمی ترین منابع



مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق مازندران؛

طوفان به تجهیزات برقی مازندران یک و نیم میلیارد تومان خسارت زد



ساری - دهقان - مدیرعامل شرکت توزیع برق استان مازندران از خسارت یک و نیم میلیارد تومانی با توجه به تندباد و بارش شدید باران و رعد و برق به شبکه های توزیع برق مازندران خبر داد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق مازندران، قاسم شهبانی بیان داشت: با توجه به هشدارهای اداره کل هوشناسی استان مازندران و اداره کل مدیریت بحران استانداری مازندران نسبت به تند باد شدید، بارش باران و رعد برق، اکیپ های عملیاتی شرکت توزیع نیروی برق مازندران از عصر روز گذشته به صورت آماده باش کل آماده خدمات رسانی به مردم شریف مازندران حالت عادی برگشت.

روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان :

در شش ماهه اول ۹۷ به ۲۲۴ پرونده در کمیسیون ماده ۱۱ و ۱۲ رسیدگی شد



بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز - داریوش باقرجوان گفت طی ۶ ماهه نخست سال جاری در کمیسیون ماده ۱۲ استانی شرکتها تعداد ۱۶۰ فقره پرونده تخلف رسیدگی گردید که ۱۷ فقره منجر به تذکر کتبی ، ۴۷ فقره منجر به تیره ، ۶ فقره تعطیلی شرکت و ۹۰ فقره منجر به جریمه نقدی گردید که از این تعداد ۱۳ فقره تخلف در حوزه مسافر بری و ۱۴۷ فقره در حوزه کالا صورت گرفته است / مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده ای هرمزگان گفت : کمیسیون ماده ۱۱ رانندگان نیز در شش ماهه اول سال جاری به ۶۴ فقره تخلف رسیدگی شد

تخلفات صورت گرفته در حوزه مسافر، شکوائیه مسافری به بنی بر عدم رعایت حقوق مسافر و عدم ضوابط مدیر فنی بوده و در حوزه کالا نیز تخلفات مربوط به همراه نداشتن تجهیزات ایمنی و حمل محموله خارج از سیستم اعلان بار میباشد. باقرجوان خاطر نشان کرد: در کمیسیون های ماده ۱۱ و ۱۲ حمل محموله بدون ضوابط ومقررات حمل و نقلی ، حمل محموله بدون مهار مناسب در حوزه کالا ، حمل محموله بدون دریافت برنامه دولتی ، اضافه تناژ و عدم رعایت حقوق مسافر در حوزه مسافری را از اهم تخلفات شرکتها و رانندگان میباشد.

کسب سه رتبه برتر مسابقات سراسری قرآن توسط جامعه قرآنی قم



استان ها برگزار شد و نتایج قرآنی به مسابقات کشوری راه پیدا کردند. مدیر کل وفاق و امور خیریه استان قم با بیان اینکه سه نفر از قاریان و حافظان قرآن کریم استان قم موفق به کسب رتبه های برتر رشته های مختلف شده اند خاطر نشان کرد: برای نخستین محمد جواد مرادی در رشته حفظ کل رتبه نخست را به خود اختصاص داد و سید حمیدرضا مقدسی هم حائز رتبه دوم رشته قرائت شد. وی ادامه داد: در رشته حفظ کل همچنین محمد علی شریعتی توانست حائز رتبه عالی شود. حسینی مقدم گفت: برگزیدگان این دوره از مسابقات سال آینده در مسابقات بین المللی شرکت خواهند کرد.

قم - خبرنگار فرصت امروز - مدیر کل وفاق استان قم گفت: سه نفر از قاریان و حافظان قرآن استان قم موفق به کسب رتبه های برتر مسابقات سراسری قرآن کریم شدند. حاجت الاسلام والمسلمین سید اسماعیل حسینی مقدم با اشاره به برگزاری چهار و یکمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم به میزبانی اراک اظهار کرد: این مسابقات از دهم مهرماه آغاز شده و تا بیستم این ماه ادامه خواهد داشت. وی افزود: این دوره مسابقات سراسری قرآن کریم در رشته های قرائت و ترتیل برگزار می شود، رقابت های که در مرحله شهرستانی در اردیبهشت و مرحله استانی نیز تا نیمه تیرماه در همه



علت شکست استارت‌اپ‌ها چیست؟

چرا به هر جا که نگاه می‌کنیم کسب‌وکارهای نوپا و استارت‌آپ‌هایی را می‌بینیم که به‌سختی شکست خورده‌اند؟ به گزارش کسب و کار هورموند، اولین علت شکست استارت‌آپ‌ها، افسون شاخص‌هایی چون طرح خوب، استراتژی قابل‌اعتماد و تحقیق بازار جامع است. این موارد در دوره‌های گذشته شاخص‌های موفقیت احتمالی بوده‌اند؛ برای همین به‌شدت وسوسه می‌شویم که آن‌ها را روی کسب‌وکارهای نوپا هم اعمال کنیم. ولی بی‌فایده است، چون استارت‌آپ‌ها با عدم قطعیت بسیار بالایی سروکار دارند؛ آن‌ها هنوز نمی‌دانند که مشتری‌شان چه کسانی اند، یا محصولات‌شان چه باید باشد.

همین‌طور که دنیا ناپایدارتر می‌شود، پیش‌بینی آینده هم سخت و سخت‌تر می‌شود. روش‌های قدیمی مدیریت دیگر به درد امروز نمی‌خورند، چون برنامه‌ریزی و پیش‌بینی فقط زمانی درست و دقیق‌اند که بر پایه یک تاریخچه عملیاتی طولانی و پایدار و یک محیط نسبتاً باتثبات باشند، اما کسب‌وکارهای نوپا هیچ‌کدام از این دو را ندارند. دومین علت شکست استارت‌آپ‌ها این است که بعد از مشاهده شکست مدیریت سنتی، برخی آفرینان و سرمایه‌گذاران تسلیم شده‌اند و روش «صرفاً انجامش بده» را در کسب‌وکارهای نوپا در پیش گرفته‌اند. این مکتب معتقد است که اگر مسئله مدیریت است، جوابش آشوب است. متأسفانه، می‌توانیم بی‌واسطه شهادت بدهیم که این یکی هم جواب نمی‌دهد!

ممکن است از لحاظ شهودی این حرف در نظرمان درست نیاید که: می‌شود چیزی چارچوب شکن، نوآور و آشفته همچون کسب‌وکار نوپا را مدیریت کرد یا به بیان دقیق‌تر، باید مدیریت کرد. بیشتر افراد اموری از قبیل فرآیند و مدیریت را کسالت‌آور و یکنواخت می‌بینند، درحالی‌که استارت‌آپ‌ها در نظرشان پویا و هیجان‌انگیزند. ولی آنچه واقعاً هیجان‌انگیز است، دیدن کسب‌وکارهای نوپایی است که موفق می‌شوند و دنیا را عوض می‌کنند. این شور و شوق، انرژی و چشم‌اندازی که افراد به درون کسب‌وکارهای جدید می‌آورند، منابعی بسیار ارزشمندتر از آن هستند که هدر بروند. ما می‌توانیم و باید بهتر عمل کنیم. **منبع: hormond**



مدرسه مدیریت

بهبود فضای کاری مسموم توسط کارمندان

مترجم: امید گوهری

به فضای کار مسموم خوش آمدید! احتمالاً پیش از این نیز تجربه کار در فضای مسموم را داشته‌اید. شاید از روی اجبار برای شرکتی با فضای مسموم کار کرده‌اید؛ شاید در شرایط نیازمندی شدید به شغل، شرکتی با فرهنگ نامناسب و رئیس‌ی بی‌مبالات را انتخاب و شاید هم کارتان را در یک سمت مطلوب آغاز کرده‌اید، اما در گذر زمان شرایط کار رو به زوال رفته، مزایا کم و فضای کلی از شرایط مطلوب خارج شده است. فضای کار مسموم مانند یک روز ناخوشایند و یا چند اشتباه پشت‌سر هم نیست، چرا که به صورت روزمره تداوم پیدا می‌کند. این شرایط بر روی شما تأثیر منفی می‌گذارد، سلامت‌تان را با خطر مواجه می‌کند و بازدهی شما را کاهش می‌دهد. به جای آنکه در اثر انجام کارها اعتمادبه‌نفس بیابید، فشار روانی ناشی از عدم‌انجام کارها را تجربه خواهید کرد. شاید بخواهید به شرایط موجود اعتراض کنید، اما از عواقب آن می‌ترسید. در این شرایط به عنوان یک کارمند رده‌بالا، زمان مواجهه با حقیقت اشتغال در فضایی مسموم چه کاری می‌توانید انجام دهید؟ پیش از انجام هر کاری باید علت اصلی مسمومیت فضای کار را پیدا کنید. عدم‌دسترسی به یک میان‌وعده، دلیل قابل‌قبولی نیست. شاید این دلایل را پیش از این دیده باشید و یا در آینده متوجه‌شان شوید.

• نرخ تعدیل نیرو و استعفا بالاست. هر ماه تعدادی از کارمندان تغییر می‌کنند، هر شخصی که از شرکت جدا می‌شود، شایعاتی مبنی بر فضاحت کسب‌وکار و نفرت‌انگیز بودن مدیران و رؤسا را مطرح می‌کند. شما می‌توانید با همکاران‌تان در مورد این شایعات صحبت کنید، اما تضمینی نیست که این شایعات دامن شما را نیز نگیرد.

• کارمندان رده‌بالا به شیوه‌ای نامناسب با کارمندان رده‌پایین برخورد می‌کنند. به جای ارائه بازخورد مثبت تنها به گفتن «این کار غلط است و شما بسیار احمق هستید» بسنده می‌کنند.

• حس مثبتی از بودن در فضای کار ندارید. شما و یا همکاران‌تان همواره به دنبال بهانه‌ای جهت مرخصی استعلاجی هستید.

• انتقادات بجایی دارید، اما کسی نیست که آنها را بشنود. حتی مدیریت منابع انسانی نیز کمک‌کننده نیست. صرف‌نظر از موارد عنوان‌شده، شما همچنان مشغول به کار در این مجموعه هستید، بنابراین امید دارید شرایط را بهبود بخشید، چرا که در غیر این‌صورت شما نیز عضوی از نیروهای مستعفی خواهید بود.

اگر به دنبال روشی برای بهبود فضای کار هستید، این راه‌حل‌ها را دنبال کنید.

مقابله با منبع مسمومیت فضای کار

علت مسمومیت تنها مدیر و یا عضوی از شرکت نیست. شاید پارامترهای مختلفی منجر به این فضای نامطلوب شده‌اند. باید بررسی کنید تا دلایل را بیابید. با کارمندان سابق شرکت که سال‌ها قبل در این مجموعه فعال بودند از طریق لینکدین ارتباط بگیرید. از آنها بپرسید چه چیزی از شرکت به یاد دارند؟ سعی کنید نکات مثبت را بیابید و در جریان نکات منفی قرار بگیرید. شما می‌توانید تمام این اطلاعات را محفوظ نگه دارید، اما قطعاً باید از آنها استفاده کنید. هرچه در مورد این عوامل بیشتر بدانید، بهتر می‌توانید به برطرف‌سازی آنها بپردازید.

الگوباشید

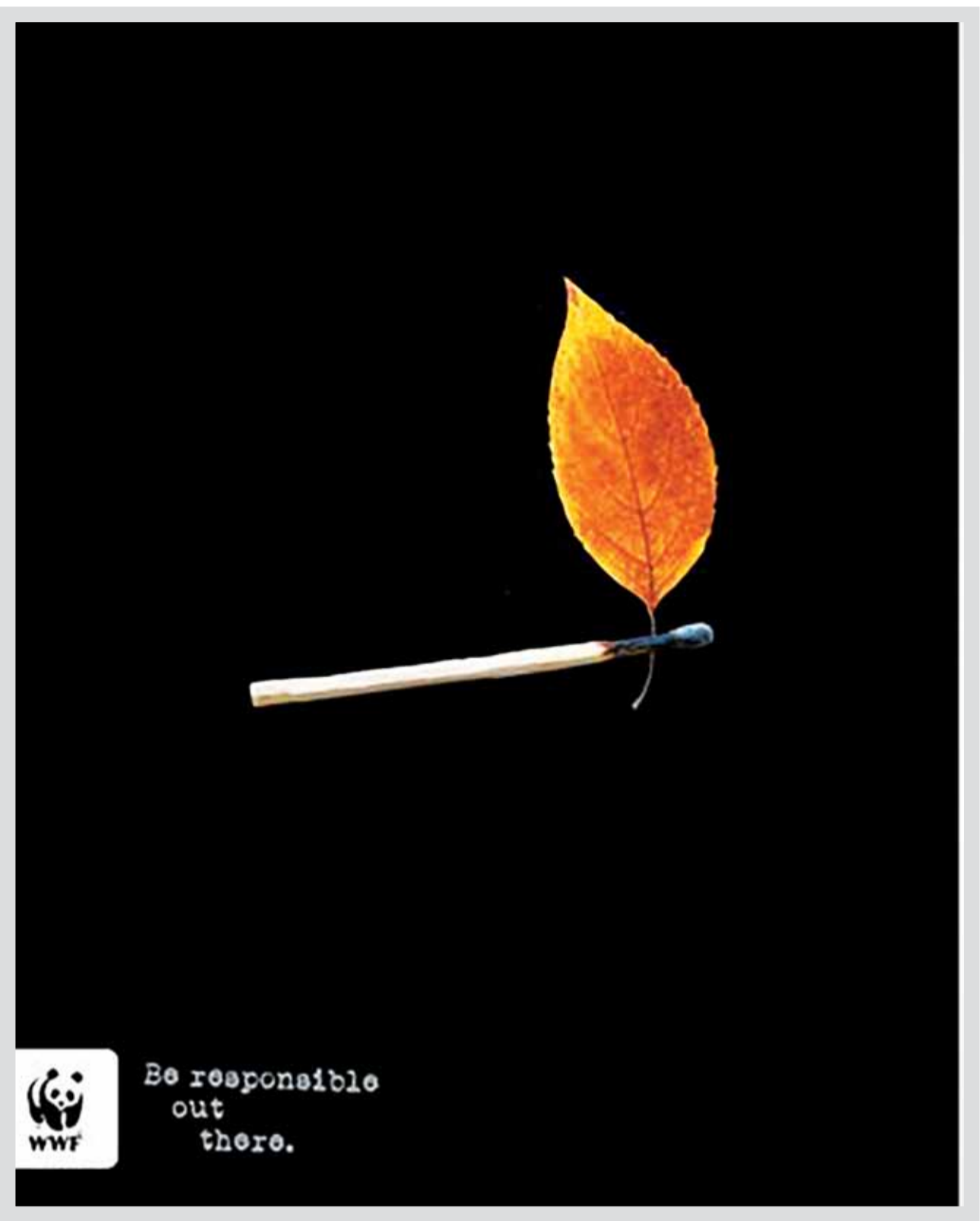
وقت خود را بر روی شایعات هدر نکنید. کارمندی باشید که فضای منفی مکالمات را به فضایی مثبت تبدیل می‌کند. در مورد پروژه‌های به تعویق افتاده صحبت کنید و به دنبال افرادی بگردید که به شما در پیشبرد آنها بیونند. همه را به ارائه دیدگاه تشویق کنید و از نظرات‌شان تجلیل به عمل بیاورید. سختکوشی کنید، استراتژی کار را مشخص و در نهایت نقشه‌راه را همراه همکاران‌تان به مدیر مجموعه منتقل کنید. نتیجه عملکردتان را ارائه دهید و روش‌های بهبود بازگشت سرمایه در شرکت را توضیح دهید. مادامی که ساکت و بی‌تلاش نشسته‌اید، نتیجه‌ای به دست نمی‌آید. الگو بودن به معنای شجاعت در ارائه راهکارهاست. شجاعت در ارائه نظرات نشان‌دهنده توانایی رهبری شما و میزان اعتماد همکاران‌تان به شماست.

مهربان‌باشید

عبارت معروفی وجود دارد که در این گونه شرایط استفاده می‌شود: «آنها را مهربانانه از بین ببر». این جمله تلویحاً می‌گوید که صرف‌نظر از میزان بدرفتاری دیگران نسبت به خودتان، همواره مهربانانه رفتار کنید. این روش می‌تواند شرایط را از یک حلقه منفی خارج کند. در غیر این‌صورت شما نیز به دیگران ملحق خواهید شد. با این حال چیزی در این عبارت است که مرا وادار به انجام کاری می‌کند. طبیعتاً رفتار مناسب با کسانی که در حق‌تان بدی کرده‌اند سخت است. چرا نباید با افراد همانقدر که لیاقت دارند، محترمانه برخورد کنیم؟ با همه باید مهربان باشیم، صرف‌نظر از اینکه در کدام بخش شرکت مشغول هستیم. باید عامل شادی آنها باشیم، سختکوشی‌شان را تجلیل و آنها را برای عملکرد بهتر تشویق کنیم.

منبع: **allbusiness**

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

توصیه‌هایی عالی جهت رسیدن به رابطه موفق مربی و کارآموز

را به او گوشزد و اهداف کلی تجارت را به وی یادآوری کند. ارائه نظرات مثبت و همچنین واقعی به شخص کارآموز انگیزه می‌دهد. زمینه‌ای غیرقابل‌قضاوت و بی‌طرفانه ایجاد کنید تا کارآموز بتواند بدون هیچ ترسی درباره ایده‌های تجاری خود صحبت کند. یک مربی خوب کارآموز را به چالش می‌کشانند و او را تشویق می‌کند از محدوده راحتی خود خارج شود و ریسک‌های محاسبه‌شده‌ای را در نظر بگیرد. کاترین بریانت (Katherine Bryant) از The Progress Partnership ادعا می‌کند داشتن زربینایی استوار برای شراکت و همچنین تثبیت اعتماد و اعتبار و داشتن درکی شفاف از توقعات و اهداف آینده این زربینا از اهمیت خاصی برخوردار است. چنین زربینایی قدرتمندی تنها با اشتراک هر گونه مانع، مشکلات و نگرانی‌هایی که در ابتدا ممکن است وجود داشته باشد، قابلیت ایجاد دارد. ۳. احترام: این امر مهم‌ترین فاکتور در مشخص کردن میزان موفقیت یک شراکت حرفه‌ای است. کارآموز باید احترام بسیار زیادی را برای مربی، دستاوردها و تعهداتش قائل باشد، زیرا مربی زمان ارزشمند خود را صرف راهنمایی او کرده است و عموماً پولی دریافت نمی‌کند. احترام متقابل سبب ایجاد مرزهای مشخص‌تر می‌شود و در نتیجه روابط حرفه‌ای را حفظ می‌کند و در مسیر درست قرار می‌دهد. داشتن ایده‌ای واضح از وظایف هر فردی است؛ همچنین داشتن اطلاعات در مورد جنبه‌گیری‌های ناخودآگاه که می‌توانند بر روابط تأثیرگذار باشند، از اهمیت بالایی برخوردار است. وظیفه مربی ارائه راهنمایی، تشویق و حمایت و وظیفه کارآموز درخواست برای کمک در زمان‌های موردنیاز، تنظیم برنامه‌های ملاقات، ساخت خطوط مشخص ارتباطی، حفظ ارتباط و یادگیری است، اما تمامی روابط این‌چنینی پربازده نیستند. در این حالت، ارزیابی و بررسی رسیدن به اهداف و توقعات و همچنین سودمندی ملاقات‌ها نیز مهم هستند. ارتباطات واضح، باز و صادقانه به مربی و کارآموز کمک خواهد کرد برای ادامه و یا پایان همکاری تصمیم‌گیری کند. با وجود اینکه بسیاری از روابط مربی-کارآموز به رفاقت ختم می‌شوند، اما باز هم این ارتباط نوعی شراکت تجاری است و باید طبق قوانین مشخصی با آن رفتار کرد.

منبع: **forbes**

دیگران را از مشکلات متعدد باز دارد. انگیزه من حمایت از زنانی است که مانند خودم در حال تغییر مسیر شغلی هستند. حمایت از آن دسته زنانی که محرومیت به‌خصوص و وضعی نامساعد دارند، دلیل حضور داوطلبانه من در «Cherie Blair Foundation for Women» است. در این برنامه به طور فعالانه به بانوانی که در صدد بازیابی اعتمادبه‌نفس خلاقانه خود هستند، راهنمایی می‌دهم. کار با گروه متنوع بانوان از سرتاسر دنیا در فهم و تصدیق جنبه‌گیری‌های ناآگاهانه که با خود حمل می‌کردم، بسیار مهم و حیاتی بود. **چه عاملی به‌وجودآورنده رابطه‌ای خوب میان مربی و کارآموز است؟**

همانند روابط دیگر، رابطه میان مربی و کارآموز نیز نیازمند تلاش از هر دو طرف است. در این‌جا به تعدادی نکات کلیدی در جهت ایجاد رابطه موفق میان مربی و کارآموز اشاره می‌شود.

۱. تحقیق: برای تضمین شروعی موفق، انتخاب دقیق مربی بسیار مهم است. کاترین گلدوین (Catherine Gladwyn) از Delegate VA، پیشنهاد می‌دهد برای اطلاع از میزان تجربه مربی و گذشته وی، به لینکدین و رسانه‌های اجتماعی او مراجعه کنید. او همچنین توصیه می‌کند ساختار شرکت‌ها را در نظر بگیرید تا مدت زمانی که در این تجارت هستند، نوع رشدی که تجربه کرده و نوع تجارتي که ساخته‌اند را بیابید. تنها به توصیه‌نامه‌ها به عنوان یک مرجع بسنده نکنید؛ در مقابل تحقیق و از شروعی بر پایه بهترین حالت ممکن اطمینان حاصل کنید. کار با شخصی که پیشتر به جای شما بوده و تمام پستی و بلندی‌های موجود در راه رسیدن به هدفی که در تجارت خود دنبال می‌کنید را در سالیان سال تجربه کرده، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

۲. ارتباط: صداقت و اطمینان برای یک شراکت موفق ضروری و حیاتی است. تعهد کلیدی برای کارآمدی شراکت محسوب می‌شود. مسئولیت تهیه برنامه کاری زودتر از موعد و فراهم‌سازی مقدمات جلسه در زمانی که مربی برای راهنمایی و انتقال دانش و اطلاعات حضور دارد، به عهده کارآموز است. مربی باید آزاد، مستقیم و صادق باشد و اهداف پیش‌رو را مشخص کند. وی باید مسئولیت کارآموز

مترجم: اشکان کوشش

دیکشنری میرام وبستر (Merriam-Webster) مربی (Mentor) را مشاور و راهنمای قابل‌اعتماد معنا کرده است. یکی از اولین سوابق ثبت‌شده از «مربی» در کیوتسر خانگی اودیسه (The Odyssey) آمده است. زمانی که اودیسیوس (Odysseus) برای شرکت در جنگ تروجان (Trojan) عزیمت کرد، حفاظت از سلطنت و پسرش را به عهده یک «مربی» گذاشت. فردی عاقل، دانا و مشاور قابل‌اعتماد و کسی که وظیفه راهنمایی پسرش تلماکوس (Telemachus) نیز به او محول شده بود.

کارآفرین‌بودن هیجان‌انگیز است، اما زمان‌هایی نیز وجود دارد که به شما احساس تنهایی خواهد داد. عمدتاً آغاز یک مسیر به عنوان تجارتي حرفه‌ای و خویش‌فرما می‌تواند مملو از ابهامات باشد و از این رو داشتن یک مربی و راهنما مفید است؛ فردی که در گذشته این مسیر را طی کرده و با تجربه باشد و بتواند دانش و تجربه را به شما انتقال دهد و در تمام مسیر حمایت‌تان کند.

مربیان می‌توانند به عنوان حامی، مسئول و همچنین عاملی در جهت انتشار عقاید عمل کنند. آنها می‌توانند در تعیین مرزها کمک و مقصود حقیقتی را بدون هیچ فیلتری فراهم کنند. این رابطه نه‌تنها برای کارآموز ارزشمند است، بلکه برای مربی نیز می‌تواند بسیار مفید باشد. مربی می‌خواهد چیزی را به جامعه باز گرداند و به شروع‌کننده یک تجارت کمک کند. در حمایت از افراد و مشاهده شکوفایی و موفقیت آنها، حس رضایتمندی وجود دارد. این رابطه شریاطی را برای مربی فراهم می‌کند که در آن روش‌های کاری و تصمیمات تجاری خود را بازنگری کند و همچنین موجب ایجاد ایده‌ها و همکاری‌های جدید شود. راشل میلر (Rachel Miller)، از شرکت All Things IC Consultancy، راهنمایی‌کردن را زمانی آغاز کرد که متوجه شد چه میزان بالایی از اطلاعات را می‌تواند با دیگران به اشتراک بگذارد؛ درس‌هایی که از اشتباهاتش گرفته، مسائلی که حل کرده و مشکلاتی که در طول سال‌ها با آنها روبرو شده است. بنابراین او می‌توانست با راهنمایی و اشتراک‌گذاری راه‌هایی که در پیش گرفته بود،