

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

بازار لوازم خانگی در سایه بی‌اعتنایی
طرح پیش فروش لوازم
خانگی به کجا رسید؟

اجرای طرح پیش فروش لوازم خانگی ضمن افزایش قدرت خرید مردم و حذف دلالتان، وضعیت فروشندگان و تولیدکنندگانی که فروش اقساطی دارند، را...



یادداشت

نیجردر آفریقا، مکزیک در آمریکا
مدخلی برای مهاجران

منوچهر فخرزاد

پیش از این، همه ساله دست کم ۱۰۰ هزار مهاجر از نیجرد و دیگر کشورهای همسایه از مسیر این کشور راهی لیبی می‌شوند تا خود را از طریق دریای مدیترانه به سواحل کشورهای اروپایی برسانند. با افزایش چشمگیر پناهجویان، اروپا به فکر افتاد تا با کمک‌های مالی به کشور نیجرد از قاچاق انسان جلوگیری به‌عمل آورد. علی‌رغم دخالت پلیس و ارتش کشور نیجرد برای جلوگیری از خروج پناهجویان به دلیل فقر فراوان و نرسیدن پول کافی به همه مردم نیجرد کماکان قاچاق انسان با تعداد کمتر ادامه دارد. کمک‌های مالی اروپا به نیجرد بیشتر به منظور ایجاد شغل برای قاچاقچیان بود تا شاید بدین‌وسیله مردم فقیر نیجرد دست از قاچاق بردارند. این کار راه حلی بود که اروپا از سبیل پناهجویان آفریقایی جلوگیری کند، ولی از آنجایی که اقتصاد نیجرد به شدت وابسته به قاچاق مهاجران است نمی‌تواند راه حل مناسبی برای حل این معضل بیابد. زیرا بیشتر این کمک‌ها به آژانس‌های توسعه ملی مدیریت...



نزول قیمت دلار در آستانه دور جدید تحریم‌ها؟ قدرت‌نمایی بازارساز ارزی

دهن کجی بازارها به آغاز تحریم

فرصت امروز: رشد شاخص قیمت سهام در بورس تهران و کاهش ارزش دلار در روز گذشته و در آستانه آغاز دور جدید تحریم‌های آمریکا علیه ایران، نشان از بی‌اعتنایی بازارها به بزنگاه ۱۳ آبان داشت. همانطور که مسئولان کشور بارها تاکید کردند، پیش از این تحریم‌ها اثر خود را روی بازار گذاشته است و قرار نیست در بزنگاه ۱۳ آبان اتفاق خاصی رخ دهد.

۵۰۴۰۳

گزارش مرکز پژوهش‌ها از وضعیت پارک‌های علم و فناوری در ایران

شاخص‌های عملکردی پارک‌های علم و فناوری

۲

مدیریت و کسب‌وکار



از این پس، اپل
آمار فروش محصولات خود را
منتشر نخواهد کرد

- شیوه‌های بازاریابی نوین در اینستاگرام کدام است؟
- راستی‌آزمایی کنید
- ۱۰۰ توصیه مهم کارآفرینان برتر در راستای موفقیت
- ۶ اقدام حفظ مشتری در برابر سایر برندها
- اصول بازاریابی محتوایی در توئیتر
- کودکان سوئدی تبلیغ نمی‌بینند

۸ تا ۱۶

رهبر معظم انقلاب در دیدار هزاران نفر از دانش‌آموزان و دانشجویان:

اقتصاددانان برای قطع وابستگی کشور به نفت راه حل ارائه دهند

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر معظم انقلاب صبح شنبه در آستانه ۱۳ آبان، روز ملی مبارزه با استکبار در دیدار هزاران نفر از دانش‌آموزان و دانشجویان با تجلیل از حضور پر معنا و عظیم مردم در «رزمایش بی‌ظنیر، توصیف‌ناپذیر و شگفتی‌ساز اربعین»، سه حادثه ۱۳ آبان ۵۷ و ۵۸ را نشانه‌هایی از چالش عمیق و مستمر ملت ایران و آمریکا خواندند و با اشاره به شکست شیطان بزرگ در تحقق هدف اصلی توطئه‌های ۴۰ سال اخیر آن یعنی بازگشت به سیطره دوران رژیم ستم‌شاهی در ایران تاکید کردند: افول آمریکا به واقعیت مورد اجماع صاحب‌نظران معتبر جهان تبدیل شده اما در سوی دیگر این چالش، ملت ایران با انگیزه، روحیه و کار و تلاش جوانان عزیزش، آینده‌ای درخشان و به مراتب بهتر را در پیش دارد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با اشاره به سه حادثه روز ۱۳ آبان که به نحوی مرتبط با آمریکا است، گفتند: حادثه اول در سال ۱۳۴۳ مربوط به تبعید امام خمینی(ره) در پی اعتراض ایشان به لایحه کاپیتولاسیون یا همان مصونیت اتباع آمریکایی در ایران بود. حادثه دوم به کشتار دانش‌آموزان و نوجوانان به دست رژیم آمریکایی پهلوی در سال ۵۷ مربوط می‌شود و در حادثه سوم که در سال ۱۳۵۸ اتفاق افتاد، لانه جاسوسی آمریکا به دست دانشجویان تسخیر شد که در واقع سیلی متقابل ملت ایران به آمریکا بود.

ایشان این سیلی خوردن و تحقیر آمریکا را نتیجه قدرتی دانستند که انقلاب اسلامی به مردم داد و افزودند: مجموعه این سه حادثه نشان‌دهنده چالش میان ایران و آمریکا است که این چالش در طول ۴۰ سال گذشته ادامه داشته و آمریکایی‌ها در آن از انواع تحرکات و دشمنی‌ها استفاده کرده‌اند.

رهبر انقلاب اسلامی، «حمله به طیس»، «تحریک صدام برای جنگ با ایران»، «حمله موشکی به هواپیمای مسافری» و «حمله به سکوها نفتی» ایران را نمونه‌هایی از «جنگ نظامی» آمریکا در این چالش ۴۰ ساله برشمردند و خاطر نشان کردند: یکی دیگر از تحرکات آمریکایی‌ها در این ۴۰ سال، استفاده از «جنگ اقتصادی» است و اینکه اکنون می‌گویند تحریم‌ها، اقدامی جدید بر ضد ایران است، در واقع کلاه گذاشتن بر سر خود و یا ملت آمریکا است زیرا موضوع تحریم از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی وجود داشته است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای یکی دیگر از ابزارهای آمریکا در چالش ۴۰ ساله با ایران را استفاده از «جنگ رسانه‌ای» دانستند و گفتند: جنگ رسانه‌ای آمریکا به معنای دروغ‌پراکنی، فتنه‌انگیزی، ترویج فساد و تحریک افراد از ابتدای انقلاب اسلامی وجود داشته است که البته امروز با استفاده از فضای مجازی، شیوه‌های آن جدیدتر شده است.

ایشان در جمع‌بندی این بخش از سخنان‌شان خاطر نشان کردند: در چالش ۴۰ ساله آمریکا و ایران حقیقت مهمی وجود دارد که گاهی از دیده‌ها پنهان می‌ماند و آن اینکه، طرف پیروز در این چالش، جمهوری اسلامی ایران و طرف مغلوب، آمریکا بوده است. رهبر انقلاب اسلامی در بیان دلیل این موضوع افزودند: هدف اصلی آمریکا در ۴ دهه اخیر سیطره مجدد بر ایران بود اما با وجود همه تلاش‌ها و توطئه‌ها، نتوانسته است به این هدف دست پیدا کند. امروز



تسهیلات ارزان قیمت بانک پاسارگاد محدودیت ندارد

ویژه اشخاص حقوقی، فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل



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

مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی: ۰۲۱-۸۴۸۹۰
www.bpi.ir

اقتصاد کلان



در جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی ارائه شد

گزارش رئیس کل بانک مرکزی از بازار پول

در جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سه قوه که دیروز با حضور رؤسای قوای مقننه و قضائیه و به ریاست حجت‌الاسلام والمسلمین دکتر حسن روحانی تشکیل شد، رئیس کل بانک مرکزی گزارشی از وضعیت بازار پول و سیاست بانک مرکزی برای مدیریت این بازار از جمله در زمینه مبارزه قاطع با پولشویی ارائه کرد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، رئیس سازمان برنامه و بودجه در این جلسه گزارشی از عملکرد ۷ ماهه و وضعیت بودجه کشور طی ماه‌های آینده سال جاری ارائه کرد و براساس این گزارش، پرداخت اعتبارات عمرانی در ۷ ماه نخست امسال، نسبت به دوره مشابه سال گذشته بیش از ۱۰۰ درصد افزایش داشته و تدابیر لازم برای تأمین منابع برای اعتبارات هزینه‌ای با صرفه‌جویی‌های لازم، صورت گرفته است.

در ابتدای جلسه نیز گزارشی از اعلام مواضع دولت آمریکا و اظهارات مقامات آن کشور در خصوص تحریم‌های ظالمانه علیه مردم ایران ارائه شد و مورد بحث و بررسی قرار گرفت که نشان می‌دهد واقعیت‌های اقتصادی جهانی، آنان را ناگزیر کرده است که از توهمات قطع فروش نفت ایران، فاصله بگیرند. در مقابل، دیگر کشورهای جهان از جمله چین، روسیه و اتحادیه اروپا، به صراحت مخالف سیاست‌های تحریمی آمریکا موضع گرفته‌اند.

شورای عالی هماهنگی اقتصادی، سیاست تقویت تولید ملی و گسترش تعامل سازنده براساس منافع مشترک با دیگر کشورهای جهان را مورد تأکید مجدد قرار داد. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که دولت آمریکا، هم در مجبور کردن دیگر کشورها به کاهش روابط اقتصادی با ایران و هم در سیاه‌نمایی آینده و ایجاد جو منفی روانی در جامعه ایران ناکام خواهد ماند.

بازنشسته‌ها تنها دو هفته دیگر فرصت دارند

شمارش معکوس برای خداحافظی بازنشستگان

با اجرایی شدن قانون منع به‌کارگیری بازنشسته‌ها و پایان مهلت دو ماهه برای خروج مشمولان این قانون، فقط ۱۴ روز دیگر زمان باقی مانده تا بازنشسته‌های شاغل تسویه کنند و از سازمان‌ها خارج شوند. به گزارش ایسنا، در پایان شهریور امسال و با اصلاح قانون ممنوعیت به‌کارگیری بازنشسته‌ها به غیر از گروه‌های خاصی که از این قانون مستثنی شده‌اند، باید سایر بازنشسته‌های فعال در سازمان‌ها طی فرآیندی تسویه حساب کنند و خارج شوند؛ در غیر این صورت ادامه فعالیت آنها تخلف بوده و مغایر قانون به شمار می‌رود. براساس تازه‌ترین اعلام جمشید انصاری، معاون رئیس جمهور و رئیس سازمان امور اداری و استخدامی تاریخ اجرایی قانون منع به‌کارگیری بازنشستگان ۲۶ آبان است و از این تاریخ در همه دستگاه‌ها باید بازنشسته شاغلی که جزو قانون به شمار نمی‌رود، خارج شود. کسب اطلاعات بیشتر در این رابطه از این حکایت دارد که از ۲۶ آبان‌ماه که زمان دو ماهه‌ای برای خروج بازنشسته‌ها مهلت تعیین شده، هیچ دستگاهی مجاز به ادامه فعالیت بازنشسته‌های شاغل غیرمشمول در چند مورد استثنا نیست و در این حالت ذی‌حساب حق پرداخت هیچ حقوقی و امضایی در این رابطه ندارد. این در حالی است که تمامی مراجع قانونی در حال نظارت بر اجرای این قانون بوده و بعد از تمام شدن مهلت تعیین‌شده به طور حتم برخوردهای لازم با متخلفان صورت می‌گیرد. طبق قانون منع به‌کارگیری بازنشسته‌ها، کلیه وزارتخانه‌ها، موسسات دولتی، موسسات و نهادهای عمومی غیردولتی، شرکت‌های دولتی و دستگاه‌هایی که به نحوی از بودجه دولتی استفاده می‌کنند امکان به‌کارگیری بازنشسته‌ها را نخواهند داشت مگر برای موارد استثنایی که در قانون تعیین شده است.

قانون بعد از اصلاح ایگوته تغییر کرد که در سمت‌هایی شامل رؤسای سه قوه، معاون اول رئیس‌جمهوری، نایب‌رئیس مجلس و اعضای شورای نگهبان، وزیران، نمایندگان مجلس و معاونان رئیس‌جمهوری امکان فعالیت برای بازنشسته‌ها وجود دارد. همچنین به کارگیری بازنشسته‌های نیروهای مسلح با تدابیر فرماندهی معظم کل قوا صرفاً در دستگاه‌های متبوع خود مجاز است.

در عین حال که دارندگان اجازات خواسته مقام معظم رهبری، جانبازان بالای ۵۰ درصد، آزادگان بالای سه سال اسارت و فرزندان شهیدا از این قانون مستثنی هستند. بر این اساس تمامی افراد بازنشسته‌ای که جزو استثنائات مشخص شده نیستند، از ۲۶ آبان‌ماه حق ادامه فعالیت در پست‌های خود را ندارند.

چند نفر در ایران بیمه بیکاری می‌گیرند؟

تعداد دریافت‌کنندگان مقرری بیمه بیکاری در سال ۹۶ و در کل کشور ۲۰۷ هزار و ۶۲۱ نفر شامل ۱۴۶ هزار و ۷۰۵ مرد و ۶۱ هزار و ۲۰۱ زن بوده است. این در حالی است که سال ۹۵ نیز در کل کشور ۱۹۸ هزار و ۷۷۶ مورد شامل ۱۴۶ هزار و ۴۰۲ مرد و ۵۲ هزار و ۷۱ نفر مقرری دریافت کرده‌اند.

به گزارش تسنیم، آمارهای استخراج‌شده از وضعیت بیمه بیکاری نشان می‌دهد که در سال ۹۶ میانگین سابقه بیمه‌پردازی مقرری‌بگیران بیمه بیکاری ۹۰ ماه بوده است. در این سال برای ۱۳۱۴ نفر با سابقه بیمه‌پردازی کمتر از شش ماه بیمه بیکاری برقرار شده است.

در سال ۹۶ اداره غرب تهران بزرگ برای ۶۲۹ نفر و اداره کل کرمانشاه برای ۳۶۸ نفر دارای سابقه کمتر از شش ماه بیمه بیکاری برقرار کرده است که به نظر می‌رسد این افراد بر اثر آتش‌سوزی ساختمان پلاسکو و زلزله استان کرمانشاه مشمول دریافت مقرری بیمه بیکاری به دلیل بروز حوادث غیرمترقبه شده‌اند.

در سال ۹۶ همچنین ۲۵ هزار و ۶۴ مورد بیمه بیکاری برای افراد دارای ۶ تا ۲۴ ماه سابقه بیمه‌پردازی؛ ۱۲۱ هزار و ۵۵۶ مورد بیمه بیکاری برای افراد دارای ۲۵ تا ۱۲۰ ماه بیمه‌پردازی؛ ۳۴ هزار و ۱۲۵ مورد بیمه بیکاری برای افراد دارای ۱۲۱ تا ۱۸۰ ماه سابقه بیمه‌پردازی؛ ۱۶ هزار و ۸۱۵ مورد بیمه بیکاری برای افراد دارای ۱۸۱ تا ۲۴۰ ماه سابقه بیمه‌پردازی و ۸۷۴۷ مورد بیمه بیکاری برای افراد دارای بیش از ۲۴۰ ماه بیمه‌پردازی برقرار شده است.



گزارش مرکز پژوهش‌ها از وضعیت پارک‌های علم و فناوری در ایران

شاخص‌های عملکردی پارک‌های علم و فناوری

کشاورزی و صنایع وابسته فعال هستند. در حوزه فناوری‌های نوین از جمله ارتباطات و فناوری اطلاعات، زیست‌فناوری، فناوری نانو و هوافضا چند پارک تخصصی وجود دارد. برای مثال پارک علم و فناوری گیلان؛ دانشگاه صنعتی شریف؛ زیست فناوری خلیج فارس؛ پارک علم و فناوری یزد و فارس نمونه‌هایی از پارک‌های علم و فناوری تخصصی حوزه فناوری‌های نوین هستند.

عملکرد از نظر صادرات محصولات

طبق گزارش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تاکنون ۲۱۹۶ دانش فنی در ۳۶ پارک به مرحله تجاری‌سازی رسیده است که بیشترین تعداد مربوط به پارک علم و فناوری فارس با تعداد ۴۲۶ دانش فنی است. همچنین به جز پارک‌های علم و فناوری آذربایجان غربی، اردبیل و البرز، سایر پارک‌ها صادرات فناوری، محصولات و خدمات داشته‌اند که مجموع آن به بیش از ۲۶۱ میلیارد دلار می‌رسد و بیشترین ارزش صادرات به پارک علم و فناوری کرمان با حدود ۱۱۶ میلیارد دلار مرتبط است.

طبق این گزارش، پارک علم و فناوری کرمان با مجموع صادرات حدود ۱۱۶ میلیون دلار، بیشترین میزان صادرات محصولات و خدمات را در بین پارک‌های کشور دارد (حدود ۴۴ درصد از صادرات کل پارک‌ها). پارک علم و فناوری کرمانشاه و پردیس نیز به ترتیب با حدود ۷۴ و ۳۰ میلیون دلار صادرات محصولات و خدمات در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

پیشنهادها

در مجموع به نظر می‌رسد که در شرایط فعلی پارک‌ها باید براساس آمایش و ظرفیت بومی توسعه پیدا کنند (برهیز از سیاست‌زدگی). همچنین نیاز به ارزیابی جامع عملکرد همه پارک‌های علم و فناوری کشور ضروری است. پارک‌ها از نظر شاخص‌هایی مانند سابقه، مکان (منطقه محروم یا توسعه‌یافته)، محصولات و سایر ویژگی‌ها دسته‌بندی شده و سپس بسته‌های سیاستی متناسب با هر گروه، جهت حمایت از آنها تدوین و ارائه شود. خصوصی‌سازی پارک‌ها، می‌تواند در افزایش عملکرد آنها بسیار نقش آفرین و مؤثر باشد، بنابراین پیشنهاد می‌شود شناسایی موانع ورود بخش خصوصی به این حوزه و اتخاذ سیاست‌های حمایتی مناسب بدین منظور در دستور کار سیاست‌گذاران قرار گیرد.

تجاری‌سازی شده و بیش از ۲۶۰ میلیارد دلار صادرات محصولات و خدمات داشته‌اند.

در قانون بودجه سال ۱۳۹۷ اعتباری در حدود ۳۲۵۷ میلیارد ریال برای پارک علم و فناوری کشور در نظر گرفته شده است که از این مقدار حدود ۲۵۲۸ میلیارد ریال برای اعتبارات هزینه‌ای و مبلغی حدود ۷۲۸ میلیارد ریال برای طرح‌های تملک سرمایه‌ای است. مقدار اعتبارات هزینه‌ای و کل اعتبارات قانون بودجه سال ۹۷ نسبت به سال قبل به ترتیب حدود ۲۹ و ۲۰ درصد افزایش نشان می‌دهد، اما اعتبارات تملک دارایی سرمایه‌ای حدود ۲ درصد کاهش یافته است.

در گزارش بازوی پژوهشی مجلس آمده است که استان تهران با ۵ پارک علم و فناوری، بیشترین تعداد پارک را داراست و پس از آن استان‌های سمنان و هرمزگان هر کدام با دو پارک در جایگاه دوم قرار دارند. از نظر قدمت، شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان که در ۲۶ فروردین سال ۷۶ مجوز تأسیس گرفت، باسابقه‌ترین پارک علم و فناوری کشور محسوب می‌شود. در کل، در مجموع ۴۸۶۲ واحد فناور در ۳۶ پارک علم و فناوری کشور (و ۹۵ مراکز رشد وابسته) فعال بوده که تعداد ۳۴۸۲۷ نفر در آنها مشغول به کار هستند. البته اشتغال این تعداد از افراد در پارک‌ها به منزله ایجاد شغل جدید نیست، زیرا طبق تبصره «۷» ماده (۱) قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور (۱۳۹۵) اعضای هیات علمی می‌توانند نسبت به تشکیل و فعالیت در شرکت‌های دانش بنیان خصوصی اقدام کنند و تعدادی از این شرکت‌ها در پارک‌های علم و فناوری مستقر هستند.

روند توسعه پارک‌های علم و فناوری

اما روند توسعه پارک‌های علم و فناوری کشور نشان می‌دهد که تعداد مراکز رشد در ۳۶ پارک کشور طی دو سال گذشته کاهش حدود ۴۲ درصدی داشته به طوری که از ۱۷۱ مرکز رشد در سال ۹۵ به ۱۰۰ مرکز در سال ۹۷ رسیده است. در مقابل تعداد واحدهای فناوری در این مدت از ۳۲۲۳ واحد به ۵۰۸۴ واحد رسیده که نشان از افزایش حدود ۱۰ درصدی دارد، چنانچه شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان با ۵۰۷ واحد فناوری مستقر در پارک و مراکز رشد وابسته، بیشترین تعداد واحدهای فناور را در بین پارک‌های علم و فناوری کشور دارد. حدود نیمی از پارک‌های علم و فناوری کشور در زمینه‌های مختلف و به صورت جامع فعالیت دارند. همچنین ۱۴ پارک نیز در حوزه

موج رکود اقتصادی پس از صنایع حالا به تعاونی‌ها رسیده است

زمستان تعاونی‌ها

با ۲۳ تعاونی و بعد از آن به خراسان رضوی و مازندران هر کدام با تعداد ۲۱ تعاونی تعلق دارد. همچنین یکی دیگر از نکات مهم این گزارش آن است که در استان‌های خراسان شمالی و لرستان در این ماه هیچ تعاونی به ثبت نرسیده است. بیشترین تعداد تعاونی ثبت شده به ترتیب در فعالیت‌های «کشاورزی» و «صنعت» به ترتیب با تعداد ۸۰ و ۶۶ واحد فعالیت داشته‌اند. تعاونی‌های دارای فعالیت «کشاورزی» و «ساختمان» به ترتیب با ۸۹۸ و ۷۶۰ نفر دارای بیشترین اعضا بوده‌اند. علاوه بر این بیشترین شاغل به ترتیب مربوط به تعاونی‌های دارای فعالیت «کشاورزی» و «صنعت» به ترتیب با ۷۹۹ و ۷۹۲ نفر بوده است. اما نکته مهمی که در گزارش وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی اشاره شده، مربوط به مقایسه تعداد تعاونی‌های راه‌اندازی‌شده در

موضوع	تعداد	اعضا	سرمایه اولیه-میلیون ریال	شاغل
مجموع	۲۷۶	۴۴۷۴	۴۰۵۱۷	۳۷۵۴
کشاورزی، شکار و جنگلداری	۸۰	۸۹۸	۷۱۷	۷۹۹
شیلات	۹	۱۷۴	۱۱۸۹	۹۸
استخراج معدن	۱	۸	۴۰	۱۰
صنعت	۶۶	۵۸۲	۳۹۷۰	۷۹۲
تأمین برق، گاز و آب	۱	۷	۱۰	۵
ساختمان	۱۳	۷۶۰	۴۵۹۷	۳۷۸
عمده فروشی و خرده فروشی	۱۳	۲۵۳	۱۰۰۹۰	۱۸۶
هتل و رستوران	۵	۳۸	۲۵۱	۵۷
حمل‌ونقل و اتیارداری و ارتباطات	۲۰	۴۷۴	۳۳۸۵	۴۸۲
واسطه‌گری‌های مالی	۱	۵۱	۵۱۰	۳
مستغلات اجاره و فعالیت‌های کسب و کار	۲۴	۵۰۵	۱۷۸۶	۲۹۷
آموزش	۴	۳۵	۲۹۶	۲۶
بهداشت و مددکاری اجتماعی	۱۲	۹۰	۱۲۲۸	۹۸
سایر فعالیت‌های خدمات عمومی و اجتماعی	۲۷	۵۹۹	۵۹۹	۵۲۳

حمل و نقل ریلی

نیجر در آفریقا، مکزیک در آمریکا
مدخلی برای مهاجران

منوچهر فخرزاد

پیش از این، همه ساله دست کم ۱۰۰ هزار مهاجر از نیجر و دیگر کشورهای همسایه از مسیر این کشور راهی لیبی می‌شوند تا خود را از طریق دریای مدیترانه به سواحل کشورهای اروپایی برسانند. با افزایش چشمگیر پناهجویان، اروپا به فکر افتاد تا با کمک‌های مالی به کشور نیجر از قاچاق انسان جلوگیری به عمل آورد. علی‌رغم دخالت پلیس و ارتش کشور نیجر برای جلوگیری از خروج پناهجویان به دلیل فقر فراوان و نرسیدن پول کافی به همه مردم نیجر کماکان قاچاق انسان با تعداد کمتر ادامه دارد. کمک‌های مالی اروپا به نیجر بیشتر به منظور ایجاد شغل برای قاچاقچیان بود تا شاید بدین وسیله مردم فقیر نیجر دست از قاچاق بردارند. این کار راه حلی بود که اروپا از سیل پناهجویان آفریقایی جلوگیری کند، ولی از آنجایی که اقتصاد نیجر به شدت وابسته به قاچاق مهاجران است نمی‌تواند راه حل مناسبی برای حل این معضل بیابد. زیرا بیشتر این کمک‌ها به آژانس‌های توسعه ملی مدیریت پرداخت می‌شود. کشور نیجر مجبور است کماکان با هزاران مهاجر آفریقایی کنار بیاید، البته برخی از این مهاجران در لیبی مورد استفاده قرار می‌گیرند که ناچار منجر به بازگشت آنان به کشور خود می‌گردد. پناهجویانی هم که موفق می‌شوند خود را به لیبی رسانده و با قاچاق‌های ناامن بادی دل به دریا بزنند تا شاید برای یافتن لقمه نانی و برای سیر کردن شکم‌شان خود را به سواحل اروپا برسانند، متأسفانه اغلب بر اثر واژگون شدن قایق‌شان در دریا جان خود را از دست می‌دهند و تنها تعداد معدودی به وسیله گاردهای ساحلی ایتالیا و یونان نجات پیدا کنند. سازمان‌های نجات‌دهنده مهاجران مشکلات عدیده‌ای را برای اتحادیه اروپا فراهم کرده است تا آنجا که در اغلب مرزهای زمینی کشورهای اروپایی پناهجویان مورد ضرب و شتم مرزبانان قرار می‌گیرند. این مهاجران غالباً در کمپ‌هایی که شرایط نامناسبی دارند نگهداری می‌شوند تا در طولانی مدت به وضعیت پناهندگی آنان رسیدگی به عمل آید. پناهجویان پذیرفته‌شده در آلمان با توجه به اینکه چند سالی از اقامت‌شان می‌گذرد گاهی خبرهای نامطلوبی از عملکرد خلاف آنان در شهرهای آلمان نسبت به شهروندان آن کشور حکایت دارد. لذا به همین دلیل چنین پیشامدهایی موجب شده که دولت خانم مرکل زیر سوال برود. اخیراً با شدت گرفتن اعتراضات مردم آلمان از عملکرد مهاجران تصمیم به بستن مرزهای خود به روی کلیه پناهجویان گرفته است. اصولاً امر مهاجرت تنها به آفریقا و خاورمیانه ختم نمی‌شود. کشورهای فقیر مانند ونزوئلا و مکزیک نیز جزو کشورهایی هستند که در اثر بیکاری و نداشتن قوت لامبوت در حال مهاجرت به کشورهای همسایه هستند. این مهاجران از طریق گواتمالا و مکزیک راهی مرزهای آمریکا برای یافتن کار می‌شوند و این امر به شدت برای دولت آمریکا تبدیل به یک معضل بزرگ شده است، تا جایی که دولت دستور داده است برای جلوگیری از ورود مهاجران گارد مرزی به سوی آنان تیراندازی کنند. قرار است دولت آمریکا به همین منظور ۵ هزار سرباز راهی مرزهای خود با مکزیک کند.



می‌آید به شدت ضربه می‌خورد. این دانش‌آموخته دکترای حقوق اقتصاد بین‌الملل گفت: این چند عامل دست در دست هم داده تا ترامپ و دولتش در نهایت ۸ کشور را از تحریم‌های نفتی علیه ایران مستثنی کند که تاکنون اسامی شش کشور اعلام شده و این یعنی تحریم‌ها نمی‌تواند به هیچ وجه گزندگی و تأثیرش را در اقتصاد ایران بگذارد، بنابراین روز یکشنبه هیچ تغییری صورت نمی‌گیرد بلکه با توجه به فضای بین‌المللی ممکن است شاهد تقویت پول ملی باشیم.

مورد تحریم‌های ایران بر اقتصاد نفت تأثیر می‌گذارد. هشت کشور می‌توانند موقتاً بدون نقض تحریم‌های ایران که طی چند روز آینده اجرایی می‌شوند، از ایران نفت وارد کنند. مایک پمپئو دیپلمات ارشد آمریکا گفت که هنوز هم هدف آمریکا صفر کردن صادرات نفت ایران است. با یک انتخابات خانگی و اوضاع آشفته عربستان سخت می‌توان اوضاع را در دست گرفت و خطر افزایش قیمت نفت را محدود کرد. دولت ترامپ موضع سختی در برابر ایران گرفته است، در حالی که متحدان آن در اتحادیه اروپا همراهی‌اش نمی‌کنند. در روز ۴ نوامبر دولت آمریکا تحریم‌ها علیه معاملات ایران شامل نفت، گاز و موسسات مالی این کشور را آغاز می‌کند. بیش از ۷۰۰ شرکت به لیست سیاه اضافه می‌شوند.

این معافیت‌ها راهی است برای مدیریت تناقض موجود بین دو هدف دونالد ترامپ، یعنی پایین نگه داشتن قیمت نفت و همزمان حذف روزانه ۲ میلیون بشکه نفت از بازار بی‌رونی فعلی. گرچه یک نظرسنجی از طرف رویترز نشان داده که کشورهای اوپک در ماه اکتبر تولید نفت را به بالاترین حد از سال ۲۰۱۶ رسانده‌اند، ولی قیمت نفت خام برنت از ترس نبود نفت ایران و ونزوئلا به ۸۶ دلار در هر بشکه رسید. این کمبود با تولید بیشتر عربستان و نفت شیل آمریکا جبران نمی‌شود. نفت آمریکا در تنگنای زیرساختی کوتاه‌مدتی قرار گرفته است.

پیش‌بینی‌های کمتر تقاضا و ترس از رکود اقتصادی، فشار را کمی پایین آورده و قیمت نفت خام برنت را پیش از انتخابات میان‌دوره‌ای آمریکا در روز سه‌شنبه به ۷۲ دلار در هر بشکه رسانده است ولی معافیت‌ها هنوز هم نشان می‌دهند که دولت ترامپ آنقدرها هم که به نظر می‌رسد در برابر اعمال فشارهای خارجی ایمن نیست. پمپئو در مورد جزئیات صحبت نکرد ولی طبق گزارش بلومبرگ معافیت‌ها شامل چین هند و ژاپن می‌شوند.

جدیدترین موضع آمریکا در دادن معافیت به مشتریان نفتی ایران دست‌کنگره برای مجازات عربستان به خاطر قتل روزنامه نگار جمال خاشقچی را باز می‌گذارد. قانونگذاران آمریکا در اواسط نوامبر به واشنگتن برمی‌گردند و تهدید کرده‌اند فروش تسهیلات نظامی آمریکا را متوقف و تحریم‌هایی اعمال می‌کنند. اگر چنین اتفاقی بیفتد، عربستان برای تلافی تولید نفت را کاهش می‌دهد. معافیت احتمالی ترکیه از تحریم‌های ایران جلوی آنکارا را برای افشای بیشتر دخالت عربستان در قتل خاشقچی می‌گیرد. در این بین ترامپ می‌تواند کیک تحریم‌های ایران را با خیال راحت بخورد.

اقتصاد ایران به کدام سو می‌رود؟

حسن مرادی، عضو هیات علمی دانشگاه تهران نیز درباره اعمال تحریم‌های جدید آمریکا موسوم به ۱۳ آبان معتقد است: با موقعیت ویژه‌ای که اکنون به وجود آمده، آمریکا عملاً در یک گرداب گرفتار شده است که اگر بخواهد تحریم‌ها را در حوزه نفت و گاز علیه ایران اعمال کرده و تشدید کند قطعاً با افزایش قیمت نفت تا بشکله‌ای ۱۰۰ دلار مواجه خواهد شد.

مرادی در گفت‌وگو با خبرنگاران گفت: براساس پیش‌بینی کارشناسان اگر نفت و گاز ایران از بازارهای جهانی خارج شود به حتم قیمت نفت تا بشکله‌ای ۱۰۰ دلار افزایش خواهد یافت، بنابراین این کار در آستانه انتخابات کنگره آمریکا برای ترامپ و حزب طرفدارش مانند نوشیدن زهر است.

وی ادامه داد: همچنین اگر ترامپ بخواهد در حوزه سوئیفت کاری انجام دهد با مشکل مواجه خواهد شد زیرا سوئیفت یک سازوکار بین‌المللی است که ۲۰۰ کشور عضو آن هستند. در حقیقت ترامپ می‌خواهد ما را از دسترسی به سازوکار بین‌المللی محروم کند و این کار بهای سنگینی برای آمریکا دارد؛ نتیجه محروم شدن ما از سوئیفت این است که ما به پیمان دوجانبه اروپایی رو می‌آوریم و اروپایی‌ها این پیمان را برای تسهیل تجارت با ایران وضع کرده‌اند و به عنوان یک پیمان دوجانبه می‌تواند نه تنها سوئیفت را تحت‌الشعاع قرار دهد بلکه این مساله برای سایر کشورها همانند روسیه و چین نیز می‌تواند اتفاق بیفتد، بنابراین در این قسمت هم ترامپ نقش بازنده را بازی می‌کند و از این سازوکار که در اثر محدود کردن ایران به وجود

فرصت امروز: اقتصاد ایران مترصد اتفاقات تازه‌ای است. سیزدهم آبان‌ماه از راه رسیده و تیم تازه نفس اقتصادی دولت حالا سخت‌ترین روزهای کاری خود را پیش رو دارد. در حالی که خبر معافیت هشت کشور از تحریم نفتی آمریکا منتشر شده است، دولت آمریکا روز جمعه بازگشت تمامی تحریم‌ها علیه ایران که در چارچوب توافق برجام لغو شده بود را اعلام کرد. حالا فاز دوم تحریم‌های ایران از راه رسیده و با این حال، بسیاری از کارشناسان معتقدند که اقتصاد منتظر دستورالعمل نیست و فشار روانی ناشی از تحریم‌ها از ابتدای نیمه دوم سال ماهیت خود را آشکار کرده است. بر همین اساس است که رئیس‌جمهوری می‌گوید آمریکا برای ۱۳ آبان ابزار تازه‌ای در چنته ندارد.

در همین حال، اتحادیه اروپا در واکنش به تحریم‌های آمریکا با صدور بیانیه‌ای از بازگشت تحریم‌ها «عمیقاً» ابراز تأسف کرده و گفته که برای مقابله با این تحریم‌ها از تجارت با ایران حمایت می‌کند. این بیانیه به امضای فدریکا موگرینی مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا، ژان ایو لودریان، هایکو ماس و جرمی هانت وزیران خارجه فرانسه، آلمان و انگلیس و برونو لومر، اولاف شولتز و فیلیپ هاموند وزیران دارایی این سه کشور اروپایی رسیده است.

اروپایی‌ها در بیانیه خود آورده‌اند که آژانس بین‌المللی انرژی اتمی تا به حال در ۱۲ گزارش خود تأیید کرده که ایران به تعهدات خود در توافق برجام پایبند بوده است. در این بیانیه از بازگشت مجدد تحریم‌های آمریکا به دلیل خروج آن از برجام عمیقاً اظهار تأسف شده و تأکید شده است که اروپا از شرکتهایی که تبادلات تجاری قانونی با ایران دارند حمایت می‌کند.

متن بیانیه اتحادیه اروپا

در بیانیه مشترک طرف‌های اروپایی برجام آمده است: «ما عمیقاً از بازگشت تحریم‌های ایالات متحده به دلیل خروج آن از برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) متأسفیم. ما بر آنیم تا از عاملان اقتصادی اروپایی که تجارت مشروع در ایران دارند در انطباق با قوانین اتحادیه اروپا و قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت سازمان ملل محافظت کنیم. ما به عنوان طرف‌های برجام در میان دیگر اقدامات، متعهد به حفظ و نگهداری کانال‌های مالی با ایران و تداوم صادرات نفت و گاز این کشور هستیم. تلاش ما در این زمینه و در دیگر موضوعات با همکاری روسیه و چین به عنوان دیگر طرف‌های برجام و همچنین با کشورهای ثالث که مایل به حمایت از برجام هستند، ادامه دارد.

این تلاش‌ها در هفته‌های اخیر به ویژه در موضوع ابتکار اروپا برای تاسیس سازوکار مالی ویژه (SPV) که در حال آماده‌سازی آن هستیم، تشدید شده است. این اقدام تداوم رفع تحریم‌ها برای دسترسی به ایران و فراهم کردن امکان پیگیری تجارت مشروع برای صادرکنندگان و واردکنندگان اروپایی را ممکن می‌کند. برای کمک و تضمین دادن به عاملان اقتصادی که تحت قوانین اتحادیه اروپا به تجارت مشروع می‌پردازند تلاش بیشتری باید انجام شود. وزیران دارایی ما در نشست آینده خود به پیگیری این موضوع می‌پردازند. اراده مشترک ما برای تکمیل این (سالمانه) خلل‌ناپذیر است. ما در راستای احترام به توافقات بین‌المللی و امنیت جمعی بین‌المللی به اجرای برجام پایبند هستیم و از ایران انتظار داریم نقشی سازنده در این زمینه ایفا کند.»

در همین حال، محمدجواد ظریف وزیر امور خارجه با فدریکا موگرینی مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا، هایکو ماس وزیر امور خارجه آلمان، والستروم وزیر امور خارجه سوئد و هانت سامونلسون وزیر امور خارجه دانمارک، تلفنی گفت‌وگو کرد. موگرینی و وزرای خارجه اروپایی در این گفت‌وگو اعلام کردند که سازوکار ویژه مالی اروپا ظرف روزهای آینده رسماً ثبت شده و آغاز به کار خواهد کرد.

ترامپ و کیک تحریم‌های ایران

همچنین خبرگزاری رویترز در گزارشی به بررسی دلایل معافیت هشت کشور در تحریم نفتی ایران از سوی آمریکا پرداخت و نوشت: این معافیت‌ها دست‌کنگره برای تحریم عربستان به خاطر قتل خاشقچی را باز می‌گذارد. به گزارش تسنیم به نقل از رویترز، مذاکرات سخت آمریکا در

رورنت نت

۱۶ Mbps | شش ماهه | ۳۶۰ GB

ماهانه ۲۶,۰۰۰ تومان

+

فعال سازی رایگان

تلفن ثابت آسیاتل
تخفیف ۷۷٪

اشتراک رایگان فیلمو



asiatech.ir | ۱۵۴۴

مارک تجاری FCP شماره ۱۶-۹۶-۱۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

آسیاتل

خبرنامه



از جوسازی تحریم‌ها فاصله بگیرید

توصیه به بانک‌های اروپایی

رئیس کانون بانک‌ها و موسسات خصوصی با اشاره به روز نمادین ۱۳ آبان، گفت امیدوار هستیم که طرف‌های تجاری ایران در اروپا برای کارهای تجاری و بانکی با کشورمان روابط بلندمدت را مدنظر قرار دهند.

کورش پرویزیان در گفت‌وگو با ایبنا درباره ساز و کار در حال تهیه اروپا برای همکاری با ایران، اظهار داشت: بعید می‌دانم که این ساز و کار چندان موثر باشد زیرا بانک‌های اروپایی حتی در دوره برجام که بخشی از تحریم‌های آمریکا علیه ایران لغو شده بود، با بانک‌های ایرانی همکاری نکرده و به برجام پایبند نبودند.

وی ادامه داد: ما در دوره برجام تنها توانستیم به دلیل حذف شدن برخی از فشارهای جانبی، مقداری مناسبات با بانک‌های اروپایی برقرار کنیم و برای توسعه مناسبات کارگزاری یا آنها اقدام کنیم که این مناسبات کماکان برقرار است.

پرویزیان ابراز امیدواری کرد که طرف‌های تجاری ایران در اروپا روابط بلندمدت را مدنظر قرار دهند و از شرایط موجود فاصله بگیرند.

به جای طلا و ارز، مسکن خریداری کنید

تاثیر تحریم بر بازار مسکن ایران

رئیس اتحادیه مشاوران املاک تهران گفت تحریم‌ها ممکن است اثرات کوتاه‌مدتی بر روی بخش مسکن ایجاد کند اما منجر به گران تر شدن مسکن نخواهد شد، زیرا هم‌اکنون نیز قیمت‌ها بالاتر از توان مردم است. به گزارش ایسنا، مصطفی قلی خسروی در مجمع هم‌اندیشی اتحادیه مشاوران املاک اظهار کرد: در شرایط تحریم، بخش ساختمان‌سازی امن‌ترین سرمایه‌گذاری است چرا که مسکن یک کالای ماندگار و مطمئن است. از سوی دیگر وزیر جدید راه و شهرسازی اعتقاد به ساخت و ساز دارد که مورد تأکید رئیس جمهور نیز هست و به همین جهت می‌توان پیش‌بینی کرد در حوزه مسکن تحکاتی ایجاد شود. وی افزود: مقاومت ملت ایران طی ۴۰ سال گذشته نشان داده تحریم‌های آمریکا تاثیری بر اراده ملت ایران ندارد و از این مرحله نیز به سلامت عبور می‌کنیم. در طول چهار دهه گذشته ما با انواع و اقسام مشکلات، جنگ و تحریم مواجه بودیم اما دیدیم که اقتصاد کشور سرپا ایستاده است. به خصوص آنکه هم‌اکنون کشورهای اروپایی، چین و روسیه در برجام حضور دارند و می‌توانیم از این معاهده به نفع خودمان استفاده کنیم.

مردم به جای طلا و ارز، مسکن خریداری کنند

رئیس اتحادیه مشاوران املاک استان تهران با بیان اینکه خرید و فروش و اجاره مسکن ۱۵درصد نسبت به سال قبل کاهش یافته است، گفت: با توجه به قرار داشتن در فصل معاملات طبیعی است. من رکود را قبول ندارم. به همین جهت از واژه کسادی استفاده می‌کنم. کسانی که قصد خرید مسکن دارند، این کار را انجام دهند و مالکان هم بفروشند. زیرا این موضوع به گردش مالی در بخش مسکن در حوزه ساخت و ساز کمک می‌کند. توصیه می‌کنم مردم به جای خرید ارز و طلا اقدام به خرید مسکن کنند. زیرا مسکن یک سرمایه‌گذاری بلندمدت، مطمئن و امن است.

خسروی خرید ملک در ترکیه و امارات توسط بعضی از هموطنان را دارای ریسک دانست و گفت: ترکیه و امارات با فروش ملک به شهروندان دیگر کشورها از جمله هموطنان ما سرمایه‌های کلانی جذب کرده‌اند. الان هم عده‌ای با هدف گرفتن اقامت در ترکیه اقدام به خرید آپارتمان و ویلا در این کشور می‌کنند که قطعاً این افراد در آینده پشیمان می‌شوند و با ضرر برمی‌گردند. امیدواریم این سرمایه‌گذاری‌ها در داخل کشور خودمان انجام شود زیرا صنعت ساختمان با ۸۵درصد تولید داخلی مرتبط است و ۱۷۴ شغل کلیدی به این صنعت بستگی دارد.

وی در خصوص اهمیت کد رهگیری اظهار کرد: کد رهگیری امنیت معاملات را بالا می‌برد اما در این خصوص لازم است دستگاه‌های دیگر با ما همکاری کنند. سه موضوع در این زمینه اهمیت دارد. اطلاعات ملک از جمله پلاک ثبتی، پایان کار شهرداری و بدهی مالیاتی باید در اختیار دفاتر مشاوران املاک قرار گیرد که درخواست ما این است دستگاه‌های مرتبط در این زمینه با ما همکاری کنند.

وی تأکید کرد: فعالیت مشاوران املاک مبتنی بر اعتماد است. یک مشاور باید آنقدر اعتبار داشته باشد تا مردم محله به او اعتماد کنند. متأسفانه تخلفات در شرکت‌های ثبتی رخ می‌دهد اما دفاتر املاک را مقصر جلوه می‌دهند. سه همین منظور قوانین اجتماعی ما باید قوی‌تر شود. خسروی با اشاره به اینکه در دوران شهرداری آقای کرباسچی واحدهایی را ایجاد کردند که فایل‌های مربوط به فروش املاک را در اختیار متقاضیان قرار می‌داد، خاطر نشان کرد: اتفاقی که در این فرآیند افتاد این بود که جریمه و تخلفاتی صورت گرفت. در حالی که مشاور املاک که به خانه مردم مراجعه می‌کند، اعتبارش باعث می‌شود امنیت خانه‌های مردم بالا برود. در خصوص برخی سایت‌های مجازی و اپلیکیشن‌ها نیز شاهد موارد تخلف هستیم که امیدواریم با استفاده از ظرفیت دفاتر املاک شاهد کاهش آمار جرم در این زمینه باشیم.

قانون نظام صنفی جدی تر دنبال شود

رئیس اتحادیه مشاوران املاک تأکید کرد: ما می‌خواهیم که قانون نظام صنفی به حدی قدرت بگیرد که فرد متخلف را تنبیه کنیم. با اینکه در صنف مشاوران املاک تخلفات بسیار پایین است، اما به هر حال اولین تخلفی که یک مشاور املاک صورت دهد، با زندگی یک فرد بازی شده است. چرا که مسکن بازارش‌ترین دارایی یک فرد است که بعضاً پس‌انداز یک عمر را برای آن هزینه کرده است. پس صنف ما از دیگر اصناف حساس‌تر است و تنبیهات و تشویقات ما هم باید متمایز باشد.

وی با اشاره به توسعه‌دهندگان املاک و مستغلات اظهار کرد: ریل استیت (Real State) در همه جای دنیا جریان دارد و دولت‌ها اختیاراتی را به توسعه‌دهندگان املاک و مستغلات می‌دهند. ما نیز در ایران احتیاج داریم تا از تجارب سازندگان و واسطه‌های ملکی استفاده کنیم. در این زمینه باید اتاق‌های فکر تشکیل دهیم و بحث ریل استیت را با جدیت بیشتری دنبال کنیم.

www.forsatnet.ir

نزول قیمت دلار در آستانه دور جدید تحریم‌ها؟

قدرت‌نمایی بازارساز ارزی



بر این اساس عرضه‌ها می‌تواند به عقب‌نشینی دلان، افزایش امید میان عموم مردم از وجود ذخایر ارزی کافی و به دنبال آن بازگشت دلارهای خانگی به بازار کمک کند. از طرفی اگر بنا باشد بانک مرکزی دست دلان و بانک‌ها را باز بگذارد جا برای جولان سفته‌بازان با همت تسهیلاتی که بانک‌ها اعطا کرده‌اند وجود خواهد داشت؛ نکته‌ای که با نگاهی به ترازنامه بانک مرکزی و همچنین واقعیت‌های بازار ارز قابل رصد است.

البته این امید وجود دارد که همگام با ایجاد فضای روانی برای سرکوب ارز اقدامات عملی مانند ایجاد مکانیزم بازار و پایان دخالت دستوری در بازار نیما و همچنین راهکاری برای ساماندهی وضعیت نامناسب بانک‌ها به کار گرفته شود. رویه نرخ دلار طی معاملات روزهای آتی قابل توجه است. نباید فراموش کرد همچنان عده زیادی از خریداران ارز که در قیمت‌های بالا اقدام به خرید کرده‌اند، دلارهایی با خرید بالا اختیار دارند و به دنبال هر شرایطی برای جلوگیری از زیان هستند و همین انگیزه فضا را برای سفته‌بازی باز خواهد گذاشت، اما حضور محسوس بانک مرکزی و با تأکید بر استفاده از ابزارهای منطقی اقتصادی می‌تواند در کاهش التهاب و افزایش اثرگذار باشد. عرضه مستقیم ارزی در سطوح کنونی و پس از چشش‌های اخیر می‌تواند به جذب نقدینگی منجر شود و در مدت‌زمان اندکی التهاب ارز را با توجه به عبور از شوک‌های روانی بکاهد، اما این رویه باید هرچه سریع‌تر با ایجاد بازاری واحد و متشکل جایگزین شود.

انتظار عرضه ارز بود، اولین سیگنال عرضه ارز از سوی بازارساز منتشر شد. گرچه کارشناسان عنوان می‌کنند که این رویه بار دیگر تکرار اشتباهات گذشته است و می‌تواند ریسک نوسانات آینده را افزایش دهد اما به نظر می‌رسد خودنمایی بانک مرکزی و هشدار به دلانان در خصوص قدرت سمت عرضه لازم باشد.

پایان سال گذشته عرضه سنگین دلار در سطوح پایین (کمتر از ۵ هزار تومانی) اشتباهی استراتژیک بود و در شرایطی که هم عوامل اقتصادی و هم فضای روانی در مقابل ریال بود حمایت چشم‌پسته تنها منجر به هدررفت بخش قابل توجهی از ذخایر ارزی شد. از دی‌ماه سال گذشته و همزمان با آغاز تلاطم ارزی در اقتصاد کشور نرخ دلار رشد بیش از ۲۰۰ درصدی را تجربه کرده است در حالی که نقدینگی تنها ۱۲.۵درصدی را به ثبت رسانده است. بر این اساس قدرت عرضه ارز به مراتب بیشتر از پایان سال گذشته است و نرخ دلار در شرایط کنونی بالاتر از قیمت واقعی براساس متغیرهای موجود است.

در شرایط کنونی اگر بنا باشد بانک مرکزی از مکانیزم بازار غافل باشد و سیاست‌های اشتباه گذشته را ادامه دهد، عرضه سنگین ارز مورد انتقاد است و گرچه موفق شود (با فرض وجود ذخایر کافی ارزی) در کوتاه‌مدت دلار را سرکوب کند اما زمینه‌ساز بحران‌های آتی خواهد بود. از سوی دیگر به نظر می‌رسد حضور بانک مرکزی برای کاهش نوسانات به خصوص کاهش التهاب روانی بازار الزامی است، اما این موضوع بدون استفاده از منطق اقتصادی در کنار آن می‌تواند منجر به شکست شود.

گمانه‌زنی درباره تاثیر تحریم‌ها بر نظام بانکی

بازار آرام و بدون تکانه

موافقت کرده تا به هشت کشور شامل چین، ژاپن، هند، کره جنوبی، ترکیه، اسپانیا، ایتالیا و یونان اجازه دهد به خرید نفت ایران پس از اعمال تحریم‌ها در ۵ نوامبر ادامه دهند.

موج مخربی در نظام بانکی ایران در راه نیست

در عین حال، آمریکا اعلام کرده که براساس دور جدید تحریم‌های ایران، نظام بانکی ایران را از دسترسی به سوئیفت محروم خواهد کرد؛ موضوعی که به نظر نمی‌رسد حداقل در شرایط کنونی بتواند ضربه سهمگینی را به نظام بانکی ایران وارد کند، چراکه پس از اعلام برجام و برقراری مجدد دسترسی اتصال کشورمان به سوئیفت، چندان دردی در ارتباطات و تبادلات بانکی ایران دوا نشد و همچنان ارتباطات بانکی ایران با بانک‌های دنیا در تحریم قرار داشت و به نظر می‌رسد که اثرات این بخش مهم تحریم‌های آمریکا نیز در اقتصاد ایران تخلیه شده است و اتفاق جدیدی قرار نیست رخ دهد.

این در شرایطی است که حتی بعد از برجام که ایران و اروپا تلاش کردند ارتباطات بانکی خود را گسترش دهند، بسیاری از بانک‌های بزرگ اروپایی و آسیایی نتوانستند برقراری روابط را محقق کنند و این شاید یکی از بخش‌های ناکام برجام از همان ابتدا بود، بنابراین قرار نیست در نظام بانکی نیز اتفاق خاصی رخ دهد و پس از سیزدهم آبان‌ماه نیز فعالیت نظام بانکی طبق روال گذشته ادامه خواهد یافت.

تکانه‌ای در بازار ارز نخواهیم داشت

در یکی دیگر از مواردی که آمریکا اعلام کرده که می‌خواهد تحریم‌ها را از ۱۳ آبان‌ماه اجرایی کند، دسترسی ایران به دلار است؛ موضوعی که طی ماه‌های گذشته به دلیل مشکلات ساختاری اقتصاد ایران، چالش‌هایی را ایجاد کرد و همچنان نیازمند تدبیر و مدیریت سیاست‌گذار پولی است، اما قرار نیست تکنه‌ای را حداقل طی روزهای آینده در بازار ایران ایجاد کند. به خصوص اینکه دولتمردان و رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرده‌اند که وضعیت ذخایر ارزی کشور مناسب است و این شرایط مدیریت خواهد شد.

قیمت دلار در معاملات نخستین روز هفته بازار تهران در حال نزدیک شدن به قیمت ۱۴ هزار تومان بود و به نظر می‌رسد بازارساز ارزی در حال خودنمایی در بازار است و پس از چندین ماه غیبت محسوس، حضور بازارساز در قیمت‌های بالا می‌تواند عامل هشدار به خریداران ارز باشد. در واقع، سیگنال‌های منفی باعث شده تا معاملات کاغذی فردایی نیز سیر نزولی را تجربه کنند و این موضوع سیگنالی برای ترک دوباره کانال ۱۴ هزار تومانی خواهد بود. صعودهای ناکام دلار در نهایت می‌تواند با فراهم شدن شرایط منطقی به نزول ادامه‌دار دلار منجر شود. گرچه همچنان در آستانه سیزدهم آبان‌ماه و در روزهای پیش رو، فضای روانی و رجزخوانی‌های آمریکا می‌تواند فضا را برای عده‌ای به منظور جولان در بازار فراهم کند.

به گزارش دنیای بورس، از روز پنجشنبه گذشته برخی خبرها از عرضه مستقیم صرافی بانک‌ها حکایت داشت و البته شنیده‌ها ضد و نقیض بوده و بعضاً همچنان عرضه را به مسافران تأیید می‌کند با این حال، برخی از فعالان بازار بر حضور مستقیم بازارساز پس از غیبت چندین ماهه تأکید دارند.

اما غیبت چندین ماهه بازارساز کاملاً عجیب است، یکی از سیاست‌های اشتباه در اقتصاد کشور در دولت‌های مختلف از سالیان دور تاکنون عرضه همیشگی برای سرکوب دلار پایین‌تر از قیمت واقعی خود بود. در شرایط کنونی اگر صحبت‌های رئیس جمهور و معاون وی در خصوص رکورد وجود اسکناس در داخل کشور صحیح باشد باید در

اگرچه روز یکشنبه سیزدهم آبان، موعد بازگشت تحریم‌ها علیه ایران است و آمریکا از ماه‌ها قبل، جنگ روانی خود بر علیه اقتصاد ایران را آغاز کرده، اما بازار آرام است و خبری از تلاطمات قیمتی نیست.

به گزارش مهر، روز سیزدهم آبان‌ماه، موعد فعال شدن دوباره تحریم‌ها علیه ایران است؛ تبلیغات منفی آمریکا برای اثرگذاری بر اقتصاد ایران که از ماه‌ها پیش آغاز شد، تاب و توانی برای برهم ریختن اقتصاد کشورمان ندارد. آمریکا از ماه‌ها قبل با راه‌اندازی جنگ اقتصادی که چهره روانی آن بسیار بالا است، تلاش کرد تا بگوید بدترین تحریم‌ها را بر علیه ایران فعال خواهد کرد. این کشور ماه‌هاست تلاش کرده تا فروش نفت ایران به عنوان شاهراه تأمین مالی را به خطر بیندازد و ارتباطات بانکی ایران با دنیا را تحت‌الشعاع قرار دهد، اما به نظر می‌رسد هر آنچه که باید در اقتصاد ایران اتفاق می‌افتاده، به وقوع پیوسته و شوک یا تکانه جدیدی در راه نیست. البته نباید فراموش کرد آنچه که اتفاق افتاد هم، بیش از آنکه ناشی از اقدامات دولت آمریکا باشد، ناشی از ضعف‌های ساختاری اقتصاد ایران بود. تحریم‌های آمریکاطی چهار دهه گذشته همراه همیشگی اقتصاد ایران بوده و اگرچه سختی‌هایی را با خود به همراه داشته، اما هیچ‌گاه نتوانسته اقتصاد ایران را متوقف کند؛ دولتمردان آمریکایی از ماه‌ها قبل تلاش داشتند تا با بیان جملاتی نظیر اینکه «فروش نفت ایران را متوقف خواهیم کرد»، «ارتباطات بانکی ایران را با دنیا قطع خواهیم کرد» و مواردی از این دست، اوج جنگ روانی بر علیه ایران را به کار ببرند؛ با این وجود، هر روز که به موعد اعمال تحریم‌ها نزدیک‌تر شدیم، گروهی از کشورها یا کالا و خدمات از شمول تحریم‌های آمریکا خارج می‌شوند و این یعنی شکست در ابتدا.

شکست تحریم نفتی در ابتدای کار

اکنون دولت ایران می‌گوید که نه تنها فروش نفت ایران متوقف نشده، بلکه مشتریان جدیدی را برای آن پیدا کرده است و این یعنی شکست یکی از مهمترین بخش‌های تحریم‌های آمریکا؛ به خصوص اینکه ایالات متحده آمریکا هشت کشور را از شمول تحریم خرید نفت ایران معاف کرده است. براساس خبری که بلومبرگ منتشر کرده است، آمریکا

دریچه



با انتشار صورت‌های مالی ۶ماهه صورت گرفت

گام بلند بانک پاسارگاد برای بازگشایی نماد در بورس



بانک پاسارگاد با نماد «وپاسار» اطلاعات و صورت‌های مالی میان‌دوره‌ای شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۹۷ را در کدال بورس منتشر کرد. به گزارش پایگاه خبری نقدینه، بانک پاسارگاد با انتشار این اطلاعات و صورت‌های مالی، عملاً زنگ بازگشایی نماد در بورس را به صدا درآورد و به نظر می‌رسد که با مساعدت سازمان بورس و در جهت حفظ منافع سهامداران، این نماد به زودی بازگشایی و سهم آن قابل معامله شود. براساس اطلاعات صورت‌های مالی بانک پاسارگاد، این بانک در اکثر شاخص‌های مالی با رشد مثبت رو به رو بوده و سالی پربرار را به سهامداران نوید داده است. این اطلاعات حاکی است که جمع درآمدهای بانک پاسارگاد با رشدی ۲۳ درصدی از ۱۵.۴۶۴.۳۰۱ میلیون ریال در پایان ماه ششم سال گذشته به ۱۹.۰۸۶.۷۶۸ میلیون ریال در پایان شهریورماه ۹۷ رسیده است. بر این اساس، سود عملیات در حال تناومر بانک پاسارگاد قبل از کسر مالیات، در پایان شهریورماه سال گذشته معادل ۵.۲۳۶.۰۴۹ میلیون ریال بوده که با رشدی ۳۵ درصدی به ۷.۰۶۶.۴۹۴ میلیون ریال در پایان شهریورماه سال جاری افزایش یافته است.

در عین حال، سود (زیان) خالص بانک پاسارگاد در پایان نیمه اول سال ۹۶ برابر با ۵.۲۳۶.۰۴۹ میلیون ریال بوده که در پایان نیمه اول امسال به ۶.۲۶۳.۳۱۱ میلیون ریال رسیده است که رشدی ۲۰ درصدی را نشان می‌دهد. در صورت‌های مالی بانک پاسارگاد، سود(زیان) خالص هر سهم در پایان شهریورماه امسال ۱۲۴ ریال ذکر شده است که این رقم نسبت به رقم مشابه سال گذشته ۱۹ درصد افزایش داشته است. سود خالص هر سهم این بانک در پایان شهریور ۹۶ معادل ۱۰۴ ریال بوده است. در همین حال، درآمدهای کارمزدی بانک پاسارگاد ۶۳ درصد و نتیجه مبادلات ارزی آن نیز ۶۷ درصد رشد را نسبت به مقطع مشابه سال قبل نشان می‌دهد. پیش‌بینی می‌شود که با تصمیماتی که سازمان بورس در جهت حفظ و صیانت از حقوق سهامداران اتخاذ می‌کند، نماد «وپاسار» نیز با انتشار این اطلاعات و صورت‌های مالی به زودی بازگشایی شود تا معامله این سهم به روال گذشته برگردد. این گزارش حاکی است، بانک پاسارگاد یک بانک خصوصی است که از سال ۸۴ فعالیت خود را شروع کرده است و هم‌اکنون با سرمایه ۵۰.۴۰۰.۰۰۰ میلیون ریال به عنوان یکی از بانک‌های فعال در بورس، پروژه‌ها و برنامه‌های زیادی را برای ارتقای فعالیت‌های خود در دستور کار دارد.

آیا بورس توان جذب نقدینگی را دارد؟

ایستگاهی برای نقدینگی سرگردان

یک کارشناس بورس با بیان اینکه بازار بورس توان جذب نقدینگی را دارد، گفت جذب نقدینگی در بورس مستلزم آن است که دولت از قیمت‌گذاری دستوری حذر کند. علیرضا عسگری مارانی در گفت‌وگو با مهر گفت: بازار سرمایه طی سال جاری با رشد شاخص حجم معاملات رو به رو بوده که این موضوع نشان از جذب نقدینگی به سمت این بازار دارد؛ بازاری که می‌تواند کلید حل مشکلات اقتصادی دولت به شمار آید؛ به نحوی که این بازار تلاش می‌کند تا نقدینگی‌های سرگردان و خارج شده از سایر بازارهای موازی را، به سمت خود جذب کند؛ البته این جذب نقدینگی راهکارهایی دارد که باید به آن عمل شود.

وی درخصوص وضعیت فعلی بازار سرمایه و رشد آن افزود: رشد بازار سرمایه از یک قانون تبعیت می‌کند که این قانون، عرضه و تقاضا است، آنچه به عنوان نوسان در بازار سرمایه دیده می‌شود تنها به یک دلیل است و آن هم به ابهام در قیمت‌گذاری‌ها و سایر متغیرهای کلان اقتصادی مربوط است.

عسگری مارانی ادامه داد: اگر ما در شاخص‌های کلان اقتصادی خود شفافیت نداشته باشیم، بازار سرمایه می‌تواند رشد کند و توسعه یابد. بسیاری از متغیرهای کلان اقتصادی همچون نرخ ارز هنوز مبهم است و این ابهام به بازار سرمایه هم رسیده به گونه‌ای که نوساناتی را در این بازار شاهد هستیم.

وی افزود: اگر بخواهیم توجه به سمت بازار سرمایه بیشتر شود و نقدینگی به سمت این بازار برود باید عوامل تاثیرگذار بر آن را مورد بررسی قرار دهیم و دولت نیز باید اولویت‌های خود را در خصوص بازار سرمایه اعلام کند.

به اعتقاد این کارشناس بازار سرمایه، دولت هنوز اعلام نکرده که بازار سرمایه در چه اولویستی قرار دارد، اگر بنا به گفته‌های مسئولین، بازار سرمایه جزو اولویت‌های نخست این دولت قرار دارد، باید این موضوع در سیاست‌ها و سایر بسته‌های تشویقی خود را نشان دهد.

عسگری مارانی خاطر نشان کرد: ابزارهای زیادی در بازار سرمایه از جمله بازار سهام و بورس کالا وجود دارد که می‌تواند موجب جذب نقدینگی به سمت این بازار شود، اگر ابزارهای مالی را مورد استفاده قرار دهیم و به توسعه آنها اقدام کنیم، همچنان بازار می‌خواهد و ما شاهد جذب نقدینگی‌های سرگردان در بازار خواهیم بود؛ نقدینگی‌هایی که با هدف توسعه بازار خواهد بود و نه صرفاً نوسان‌گیری.

وی تاکید کرد: دولت باید از دستوری کردن قیمت‌ها و اجبار در قیمت‌گذاری دوری کند، در این صورت است که شرکت‌ها برای سودآوری و توسعه تلاش می‌کنند، پس از آن، شاهد ثبات در بازار سرمایه به دلیل ثبات در سودآوری و دوری از ابهام قیمت‌گذاری بنگاه‌های تولیدی خواهیم بود و در نهایت نقدینگی‌ها به سمت این بازار جذب می‌شود.

عسگری مارانی خاطر نشان کرد: اولویت دولت برای گذر از این دوران اقتصادی هنوز مشخص نیست و اگر بازار سرمایه در اولویت قرار دارد باید از طریق سیاست‌ها و ابزارهای مورد نظر این اولویت مشخص شود.



اتفاق جدیدی در بازار سهام رخ دهد.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اینکه عرضه‌های اولیه نقدینگی خوبی را وارد بازار سهام می‌کند، گفت: در حال حاضر گوهر زمین مراحل پذیرش را در فرابورس طی کرده است. این شرکت دارای دو خط تولید کنساستره ۲ میلیون تنی است و سایر خطوط تولید آن در دست اجراست. با عرضه‌های اولیه موفق می‌توانیم برای جذب نقدینگی به این بازار کمک کنیم.

صف خرید و فروش سهام کوتاه شد

اما در نخستین روز هفته و در برخی از سهام‌ها که در هفته گذشته با صف خرید مواجه بودند، کاهش قیمت اتفاق افتاد و در عین حال، ارزش معاملات نیز نسبت به هفته‌های گذشته کمتر شده و انتظارات از آینده اقتصاد بیش از پیش بر دادوستدها تاثیرگذار شده است. روز شنبه قیمت‌ها در بازار سهام شاهد فرازوفرودهای بسیاری بود. این فرازوفرودها تاثیر خود را روی شاخص کل بازده نقدی و قیمت نیز گذاشت و باعث شد این شاخص با نوسان‌های زیادی تا پایان ساعات معاملات روبه‌رو شود. به عقیده بسیاری از کارشناسان، وضعیت اقتصادی حال حاضر ایران در معاملات بازار سرمایه نیز تاثیر بسزایی دارد. عامل «انتظارات» از قیمت‌ها و ریسک‌های سیستماتیک موجود کلیت معاملات بورسی را بیش از گذشته تحت تاثیر گذاشته و بسیاری خرید و فروش‌ها نه به دلایل بنیادی شرکت‌ها بلکه به دلایل روانی و جو عمومی بازار است.

از همین رو، شاخص کل تا حدود ساعت ۱۰ در تراز ۱۸۳ هزار و ۵۸۵ واحدی قرار گرفت، اما با گذشت زمان و کاهش قیمت‌ها این روند نزولی شد و تا ساعت حدود ۱۲ ادامه یافت، اما در نیم ساعت پایانی معاملات شاهد فرازوفرودی مجدد در این شاخص بودیم و در نهایت نمادگر اصلی بازار با ۵۶ واحد رشد نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته گذشته در تراز ۱۸۳ هزار و ۴۲۳ واحدی نشست.

کاهش قیمت سهام‌های شاخص‌ساز در کنار افزایش قیمت برخی از سهام‌های نسبتاً کوچک باعث شد شاخص کل هم‌وزن برخلاف نمادگر اصلی ۱۸۰ واحد کاهش را شاهد باشد و به رقم ۲۸ هزار و ۱۲۶ واحدی برسد. شاخص آزاد شناور نیز با ۲۶۴ واحد کاهش رقم ۱۹۳ هزار و ۲۵۲ واحدی را تجربه کرد و شاخص بازار اول با ۱۱۱ واحد افت رقم ۱۳۶ هزار و ۲۵۴ را دید. در عین حال شاخص بازار دوم با ۹۹۲ واحد رشد تا رقم ۳۶۰ هزار و ۸۲ واحدی بالا رفت.

در نخستین روز هفته برخی از نمادها در گروه پتروشیمی و پالایشی

فرصت امروز: بازار سرمایه از ابتدای امسال تاکنون با بیم و امیدهای فراوانی همراه بوده و تحولات سیاسی از جمله بازگشت دوباره تحریم‌های آمریکا در اقتصاد و تحریم‌های این بازار بی‌تاثیر نبوده است. بررسی روند تاریخی بازار سرمایه ایران نشان می‌دهد که رفتار بازیگران در کوتاه‌مدت غالباً ناشی از هیجانات و جو روانی حاکم بر بازار سرمایه است، اما به مرور منطق و تحلیل جایگزین رفتارهای هیجانی می‌شود

و اگر نوسان‌های کوتاه‌مدت رخ دهد، در بلندمدت اصلاح خواهد شد. در همین حال، با فرا رسیدن بزنگاه سیزدهم آبان (۴ نوامبر) و موعد بازگشت تحریم‌های آمریکا، گمانه‌زنی درباره تاثیر این تحریم‌ها بر اقتصاد ایران و به‌ویژه بازار سرمایه، موضوع مهمی است که تحلیل‌ها و گزارش‌های ضد و نقیضی درباره آن ابراز می‌شود؛ اگرچه بیشتر این تحلیل‌ها ناظر بر تاثیر اندک و یا بی‌توجهی و دهن کجی بازار سرمایه به دامنه تحریم‌ها است، چنانچه یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است که پس از اعمال تحریم‌های آمریکا در روز سیزدهم آبان‌ماه، قرار نیست که اتفاق ناخوشایندی برای بازار سهام رخ دهد و این بازار با روند طبیعی خود حرکت خواهد کرد. سید ابراهیم عنایت در گفت‌وگو با ایسنا، درباره تاثیر تحریم‌های آمریکا بر بازار سرمایه ایران، گفت: در حال حاضر شاهد جوسازی‌هایی علیه ایران هستیم اما باید بدانیم که از ۱۳ آبان به بعد قرار نیست برای بازار سرمایه اتفاقی رخ دهد، معاملات به خوبی انجام می‌شود و شرایط طبق روال پیش خواهد رفت.

او با اشاره به اینکه باید اقداماتی برای تقویت بازار سرمایه انجام داد تا برای سرمایه‌گذاران امید بیشتری به وجود آید، گفت: در شرایط موجود باید شرکت‌های جدیدی وارد بازار سرمایه شوند تا سرمایه‌گذاران از این شرکت‌ها استقبال کنند و نقدینگی جدید وارد بازار سهام شود.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به احتمال عرضه اولیه گوهر زمین در فرابورس ایران نیز گفت: این سهم در هفته آینده در بازار سرمایه عرضه خواهد شد. در همین روزها که مشغول انجام کارهای عرضه اولیه این سهم هستیم شاهدیم که بسیاری از افراد مشتاق خرید این سهم و سرمایه‌گذاری در بازار سهام هستند. این موضوع می‌تواند به اهالی بازار سرمایه بیش از پیش امید دهد.

عنایت افزود: در حال حاضر تعداد زیادی از افراد برای خرید این عرضه اولیه و دانستن شرایط آن با من تماس می‌گیرند تعداد زیادی از این افراد کسانی هستند که برای اولین بار می‌خواهند که معاملاتی بگیرند و خرید سهام انجام دهند. این موضوع نشان می‌دهد که بازار سرمایه پویایی خود را حفظ کرده است و با اعمال تحریم‌ها قرار نیست

بورس کالا به اهدافش نرسیده است

صورتی که این عملکرد خلاف آن ماهیتی است که برای آن پیش‌بینی شده بود. در بورس کالا باید خریدار و فروشنده شفاف و بسته به هر دیدی که در بازار دارند، توافق و معامله کنند تا قیمت واقعی کشف شود. وقتی در بورس کالا با قیمت مشخصی معامله انجام شود، اشخاص مشخصی بفروشند و اشخاص مشخصی بتوانند خریداری کنند، اعمال این محدودیت‌ها جذابیت‌های بورس را از بین می‌برد و این معاملات به حاشیه بازار کشیده می‌شود. به هر حال در این شرایط، واحدهای بخش عمومی از قیمت‌های دستوری تبعیت می‌کنند، زیرا بیشتر تحت نظر دولت هستند اما بقیه واحدها بورس را کنار گذاشتند و فعالیتی در بورس ندارند. البته در چند هفته گذشته سقف رقابت برای گروه‌های مختلف برداشته شده و بورس به حالت عادی خود بازگشته است، اما تا پیش از این، به دلیل وجود سقف رقابت و... تمایلی در خریداران و فروشندگان برای حضور در بورس کالا وجود نداشت.

در حال حاضر یکی از مشکلات موجود در بورس کالا که خریداران و فروشندگان را فراری داده است، شفافیت مالی نیست بلکه دخالت‌های دستوری در شرایط معامله است و عامل اصلی عدم اقبال بورس به همین مسئله برمی‌گردد. شفافیت مالی یکی از مشکلات بود و در ابتدا مطرح بود، اما مسئله اصلی حال حاضر بی‌اقبالی در بورس کالا نیست. باید گفت اگر دولت می‌خواهد در بازار دخالتی داشته باشد، بورس کالا را به عنوان ابزار خود در نظر بگیرد، زیرا ادامه این رفتارها، ماهیت بورس کالا را زیر سوال می‌برد و اعتبار بورس را کم می‌کند و در درازمدت به نفع کشور نیست. اگر بخواهند قیمت‌های دستوری و توزیع کالاهای سهمیه را در بورس کالا انجام دهند، به ضرر بورس کالا و در درازمدت به ضرر کشور است. دولت اگر می‌خواهد دخالتی در بازار داشته باشد، از مکانیزم‌های بیرون از بورس مانند سازمان‌های توزیع کالا و... استفاده کند.

پهادر احترامیامن

عضویت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

بورس کالا با اهداف بلندی شکل گرفت و مسئولان وقت آن به نوعی با اهداف این بورس همسو بودند؛ اما در چندین موج متوالی و با رفتارها و فشارهایی که دولت تحمیل کرد، اعتبار بورس کالا زیر سوال رفت و کارکرد اصلی آن با چالش مواجه شد. بورس کالا قرار بود مکانی برای کشف قیمت برای کالا و مواد اولیه باشد و خارج از دخالت‌های دستوری دولت‌ها قرار گیرد تا بازارها راه خود را پیدا کنند. اما در عمل کارکرد بورس کالا در حد یک ابزار دخالت دستوری دولت در بازارها تقلیل پیدا کرده است.

بورس کالا به دلیل فشارهای دولت در حال تبدیل شدن به امتدادی از بازو و نظام قیمت‌گذاری و توزیع و دخالت‌های دولت در بازار است، در

اخبار



صادرات ۱۰۵ تن زعفران ایران به ۴۷ کشور جهان در نیمه نخست امسال

نایب‌رئیس شورای ملی زعفران گفت طی شش ماهه نخست سال جاری ۱۰۵ تن زعفران به ارزش ۱۴۵ میلیون دلار از کشور روی ریل صادرات قرار گرفته است. به گزارش تسنیم، غلامرضا میری در مصاحبه با رادیو افزود: این میزان زعفران به مقصد ۴۷ کشور جهان صادر شده است. وی اظهار داشت: صادرات شش ماهه نخست سال جاری در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته رشد ۴۰درصدی را نشان می‌دهد. نایب‌رئیس شورای ملی زعفران ضمن اشاره به اینکه محصول جدید زعفران در حال برداشت است، گفت: میزان تولید این محصول به‌طور دقیق قابل پیش‌بینی نیست ولی نسبت به سال گذشته کاهش تولید نخواهیم داشت. وی در ادامه از برداشت ۳۲۶ تن زعفران طی سال گذشته در کشور خبر داد و افزود: این محصول در بحث اشتغال، توسعه صادرات غیرنفتی، قدرت ارزآوری، ایجاد ارزش افزوده بالا و... در جامعه بسیار نقش‌آفرین است.

میری اظهار داشت: ایران در حال حاضر به عنوان نخستین تولیدکننده طلای سرخ در جهان شناخته می‌شود، بنابراین برنامه‌ریزی‌ها و حمایت‌ها در مملکت باید به نحوی باشد که تولید بتواند جایگاه خود را همچنان حفظ کند. وی تصریح کرد: زعفران کاران امروز با مشکلات و چالش‌های جدی مواجه هستند که کم‌آبی و پدیده خشکسالی از جمله این موارد است. نایب‌رئیس شورای ملی زعفران ضمن اشاره به اینکه مشکلات بخش صادرات زعفران بیشتر از بخش تولید است، یادآور شد: جهت رونق‌بخشی به صادرات طلای سرخ باید مسیر تجارت این کالا برای صادرکنندگان هموار شود.

هدف‌گذاری وزارت صمت برای افزایش سهم معدن در اقتصاد

وزیر صنعت، معدن و تجارت (صمت) از هدف‌گذاری این وزارتخانه برای افزایش ۰.۲درصدی سهم بخش معدن در اقتصاد خبر داد و اعلام کرد که وزارت صمت برنامه‌هایی برای افزایش صادرات مواد معدنی اجرا خواهد کرد. به گزارش ایسنا، از روز جمعه ۱۱ آبان چهاردهمین دوره نمایشگاه ایران کانه‌مین ۲۰۱۸ با حضور بیش از ۸۰ شرکت بزرگ داخلی و ۴۰ شرکت خارجی در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران آغاز به کار کرد. وزیر صمت قرار بود روز جمعه در افتتاحیه این نمایشگاه حضور داشته باشد اما به روز دوم موکول شد. رضا رحمانی - وزیر صنعت، معدن و تجارت - در حاشیه این نمایشگاه، از هدف‌گذاری این وزارتخانه برای افزایش سهم بخش معدن در اقتصاد خبر داد و گفت: سهم معدن در اقتصاد کشور در حال حاضر ۱.۲درصد است ولی هدف دولت این است که تا آخر امسال این عدد به ۱.۴درصد برسد، که به تبع آن سهم صنایع معدنی نیز افزایش پیدا می‌کند.

وی با اشاره به این‌که صادرات در شرایط فعلی کشور توجیه اقتصادی دارد و جزو اولویت‌های وزارت صمت است، اظهار کرد: برنامه‌های مختلفی شامل نوسازی صنایع و حمایت‌های مالی برای بخش معدن در نظر گرفته شده که باعث چشم در حوزه صادرات مواد معدنی خواهد شد. رحمانی همچنین با تأکید بر این‌که استراتژی مقابله با تحریم‌ها در بخش معدن، حداکثر استفاده از ظرفیت‌های معدنی است، گفت: نمایشگاه امسال نسبت به سال‌های گذشته پرونق‌تر و جدی‌تر بود و در آن اثری از تحریم‌ها حس نکردم. وزیر جدید صمت خاطرنشان کرد: تجهیزاتی که در داخل تولید می‌شوند، نباید از کشورهای دیگر تامین شود، ولی در مواردی برای نوسازی معادن نیاز به تجهیزاتی است که مشابه داخلی آن وجود ندارد. به گزارش ایسنا، در این نمایشگاه برخی از غرفه‌داران از واردات تجهیزاتی که در داخل تولید می‌شود اظهار نگرانی کردند. نمایشگاه ایران کانه‌مین ۲۰۱۸ به همراه برگزاری کنگره بین‌المللی معدن و کنفرانس مهندسی معدن ایران تا روز ۱۴ آبان ادامه خواهد داشت.

صرفه‌جویی ۴۵۰ میلیون دلاری واردات دانه‌های روغنی با افزایش تولید داخل

مجری طرح دانه‌های روغنی وزارت جهاد کشاورزی با بیان این‌که قیمت خرید تضمینی دانه‌های روغنی کلزا ۳۴۵۰ تومان پیشنهاد شده است، گفت با افزایش تولید داخل دانه‌های روغنی، معادل ۴۵۰میلیون دلار صرفه‌جویی ارزی شده است. به گزارش تسنیم، علیرضا مهاجر با اشاره به اینکه سال گذشته قیمت خرید تضمینی دانه روغنی کلزا افزایش نداشت و با قیمت ۲۸۶۶ تومان خریداری شد، افزود: قیمت خرید تضمینی به شورای اقتصاد پیشنهاد شده است که پس از بررسی و تصویب ابلاغ خواهد شد. وی میزان تولید دانه روغنی کلزا را ۳۴۰ هزار تن اعلام کرد و گفت: سال ۹۴ یعنی سال آغاز اجرای طرح توسعه کشت میزان تولید ۴۶ هزار تن بود که اکنون شاهد افزایش ۷ برابری تولید هستیم. مجری طرح دانه‌های روغنی وزارت جهاد کشاورزی عملیات قابل قبول در خرید تضمینی، تامین بذر مناسب، تخصیص یارانه برای خرید ادوات و ماشین‌آلات مورد نیاز و بیمه کلزاکاران را مهم‌ترین عوامل افزایش سطح زیرکشت و تولید این محصول راهبردی دانست. مهاجر افزود: سطح زیرکشت دانه‌های روغنی در سال گذشته ۱۷۰ هزار هکتار بود و امسال ۲۵۰هزار هکتار از اراضی به کشت دانه روغنی کلزا اختصاص دارد. وی گفت: با همت و تلاش کشاورزان سطح زیرکشت کلزا و دانه‌های روغنی بیشتر از انتظار است. مجری طرح دانه‌های روغنی وزارت جهاد کشاورزی افزود: با توجه به روند توسعه کشت امیدواریم سال آینده میزان تولید ۳۰درصد افزایش یابد. مهاجر گفت: هم‌اکنون برداشت سویا در استان‌های شمالی و منطقه مغان آغاز شده و قرار است با اجرای طرح‌های توسعه سطح زیرکشت دانه روغنی سویا افزایش یابد. وی از کاهش ردیف اعتباری برای اجرای طرح توسعه دانه‌های روغنی انتقاد کرد و افزود: در سه سال گذشته اعتبار و بودجه لازم تامین شد اما امسال ردیف بودجه اجرای طرح حذف شده است. مجری طرح دانه‌های روغنی وزارت جهاد کشاورزی گفت: اعتبار مورد نیاز برای اجرا حدود ۳۰میلیارد تومان است که حداکثر ۵۰ میلیارد تومان اختصاص خواهد یافت که تاکنون حتی یک ریال پرداخت نشده است.

طرح پیش‌فروش لوازم خانگی به کجا رسید؟



یابند و این امر برای اکثر واحدهای تولیدی مسئله و بحران بزرگی است.

کاهش قدرت خرید مردم یکی از دلایل رکود در بازار لوازم خانگی است

زارعی عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با خانه ملت با بیان اینکه کاهش قدرت خرید مردم یکی از دلایل رکود در بازار لوازم خانگی است، اظهار کرد: دولت برای خروج لوازم خانگی از رکود و رونق بازار باید طرح کارت‌های اعتباری خرید کالای ایرانی را اجرا و همچون خودروسازان از تولیدکنندگان لوازم خانگی حمایت می‌کند. زارعی با اشاره به اینکه تأخیر در اجرای طرح فروش اقسالی لوازم خانگی نیز باعث تشدید رکود بازار شده است، افزود: بهترین راه مقابله با رکود، تحریک تقاضا است و تقاضای مؤثر، تقاضایی است که در بازار، منجر به مبادله اقتصادی شود.

این نماینده مردم در مجلس دهم ادامه داد: مسئولان باید ابتدا اختلاف نظرها و مشکلات بین خود را حل کنند و سپس طرح‌های پیشنهادی خود را اعلام کنند، با خلف وعده اعتماد مردم به دولت سلب می‌شود.

یابگانی پیوست و جهت اجرا و ابلاغ در سال ۹۷ به تصویب سازمان برنامه و بودجه نرسید.

تامین ارز و تفاوت‌های نرخ دست‌تولیدکنندگان را بست

امین منانی یکی از تولیدکنندگان لوازم خانگی داخلی، گفت: عمده مسئله تولیدکنندگان در چند وقت گذشته بحث تامین ارز و مسائلی است که از ایجاد تفاوت‌های نرخ ارز و تاثیر آن بر مواد اولیه ایجاد شده بود.

منانی افزود: سال گذشته قیمت دلار در کشور ۳هزار و ۷۰۰ تومان بود و واحدهای تولیدی ۱۰درصد از این مبلغ را به عنوان پیش‌پرداخت برای تهیه مواد اولیه استفاده می‌کردند در حال حاضر بعد از گذشت یک سال واحدهای تولیدی ما برای اینکه به همان میزان سال گذشته تولید داشته باشند، باید به سامانه نیما مراجعه و دلار را با قیمت ۸هزار و ۵۰۰ خرید کنند. همچنین باید ۱۰درصد مبلغ را به تامین‌کننده مواد اولیه بپردازند و دیگر نمی‌توانند به‌صورت پیش‌پرداختی خرید کنند چرا که مبلغ باید به‌طور کامل پرداخت شود.

وی تصریح کرد: در حال حاضر واحدهای تولیدی باید چند درصد سرمایه در گردش داشته باشند تا به تولیدی همانند گذشته دست

اجرای طرح پیش‌فروش لوازم خانگی ضمن افزایش قدرت خرید مردم و حذف دلالت، وضعیت فروشندگان و تولیدکنندگانی که فروش اقسالی دارند، را ساماندهی می‌کند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، طی چند ماه گذشته بازار لوازم خانگی با نوسانات قیمتی زیادی همراه بود و قیمت‌ها به صورت تصاعدی بالا رفت و این افزایش نرخ‌ها، کاهش عرضه محصولات را به همراه داشت. بعد از انتشار فهرست دریافت‌کنندگان ارز دولتی توسط بانک مرکزی، معلوم شد که بسیاری از واردکنندگان لوازم خانگی به میزانی که ارز دریافت کرده بودند، کالا وارد کشور نکرده‌اند.

سوءاستفاده واردکنندگان از ارز باعث شد دولت در تیرماه واردات حدود ۱۳۳۹ قلم کالا را ممنوع کند و به موازات این بخشنامه برخی اقلام لوازم خانگی برقی نیز مشمول این طرح شد. این اتفاقات زمینه‌های فراهم کرد تا تولیدکنندگان شرایط بهتری را برای رقابت در بازار داشته باشند و با گذشت چند ماه و واردات مواد اولیه حتی تا طراحی برنامه‌های پیش‌فروش محصولات هم رسیدند.

ناگفته نماند که طبق اعلام بانک مرکزی در سال ۹۶، حدود ۱۸۲هزار کارت طرح خرید اعتباری صادر شد، اما این طرح هم خیلی زود به

خبری از گوشی‌های توقیفی نیست

محدودیت خرید تلفن همراه رد شد

محدودیتی در خرید تلفن همراه نیست

در این رابطه مهدی محبی - رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی، ارتباطی و لوازم جانبی - که خبر مذکور به نقل از وی منتشر شده بود با رد این خبر به ایسنا، گفت: یک شرکت که ارز بازار ثانویه دریافت کرده و اقدام به واردات یک مدل تلفن همراه کرده است، باید طبق ضوابط خاص فروش تلفن همراه را انجام دهد. وی در تشریح ضوابط فروش این شرکت، بیان کرد: خریدار باید در هنگام خرید برای ثبت اطلاعات در سامانه رجیستری، سیم‌کارت و کارت ملی خود را به همراه داشته باشد و از سوی دیگر این اقدام برای آن انجام می‌شود که جعبه تلفن همراه در حضور مشتری واقعی باز شود و افراد سودجو نتوانند محصول را به فرد دیگری بفروشند.

محبی تأکید کرد: تلفن‌های مکشوفه که در ماه‌های گذشته توسط قوه‌قضائیه ضبط شده است هنوز به بازار عرضه نشده و اطلاعاتی از نحوه عرضه آنها در بازار از سوی مسئولان اعلام نشده است.

رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی، ارتباطی و لوازم جانبی خاطرنشان کرد: تلفن‌های همراهی که در اختیار دستگاه‌های نظارتی است اگر به بازار عرضه شود تا حدودی بر بازار تأثیرگذار است.

برای عرضه گوشی‌های توقیفی تصمیمی اتخاذ نشد

همچنین در این رابطه مهدی میرمهدی - رئیس اتحادیه فناوران رایانه - گفت: اگر تصمیم محدودیت عرضه گوشی تلفن همراه به ازای هر کد ملی یک گوشی، برای تمام محصولات بازار اتخاذ شود، روند بازار

بازار تلفن همراه که با نوسانات نرخ دلار، افزایش قیمت را تجربه کرد همچنان درگیر برخی حواشی است و هنوز خبری از ورود تلفن‌های توقیفی که با ارز ۴۲۰۰ تومانی خریداری شده بودند نیست. به گزارش ایسنا، از ابتدای سال جاری به دنبال نوسانات نرخ دلار اکثر بازارهای اقتصادی به خصوص بازارهایی که به صورت مستقیم ارزش کالا و مواد اولیه آن‌ها با نرخ دلار یا دیگر ارزها محاسبه می‌شود دچار افزایش قیمت شد که بازار تلفن همراه نیز مستثنا از این قاعده نبود.

بازار تلفن همراه در این مدت نوسانات بسیاری را تجربه کرد و در برهه‌ای از زمان تصمیم بر آن شد تا ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات به آن اختصاص یابد که همین موضوع فساد اقتصادی را به دنبال داشت زیرا برخی افراد محصولی که با نرخ دلار ۴۲۰۰تومانی وارد کرده بودند را به نرخ دلار روز ارزش‌گذاری و به بازار عرضه کردند که سریعاً با این شرکت‌ها برخورد و کالاهای واردشده ضبط و محصولات وارد نشده در انبارهای گمرک نگهداری می‌شوند. با توجه به همین حواشی روزهای گذشته خبری مبنی بر این‌که یک برند خاص تلفن همراه، تنها با کارت ملی و مشخصات ثبت شده خریدار قابل عرضه است و محدودیت خرید به میزان یک تلفن همراه لحاظ شده است، منتشر شد و برای بسیاری از افراد جای سؤال بود که چرا باید چنین تصمیمی اتخاذ شود آن هم در شرایطی که بعضاً هر فرد چند خط دارد و افراد به ناچار مجبور به خرید گوشی تلفن همراه به تعدادی بیش از یک عدد هستند.

قیمت مرغ پر کشید

فاکتور خرید رسمی و با احتساب ۱۰درصد سود اقدام به فروش نمایند. بنابر این گزارش، براساس اعلام کارگروه تنظیم بازار، حداکثر قیمت مرغ گرم در بازار بیشتر از ۸۱۷۵ تومان در بازار به فروش برسد و در صورتی که نرخ آن بیشتر شود، شرکت پشتیبانی امور دام، ملزم به کنترل قیمت‌ها است اما مرغداران حداقل قیمت منطقی مرغ را با توجه به افزایش هزینه‌های تولید بیش از ۹۰۰۰ تومان می‌دانند.

قیمت امروز هر کیلوگرم مرغ در بازار ۲۴۵۰ تومان بالاتر از حداکثر نرخ مصوب تنظیم بازار است اما وزیر سابق صنعت، معدن و تجارت در آخرین بخشنامه خود به گمرک با اشاره به اینکه به پیشنهاد وزارت جهاد کشاورزی، صادرات گوشت مرغ و احشای آن اعم از سرد، گرم و منجمد را بلامانع است که این بخشنامه همانطور که خبرگزاری تسنیم هشدار داده بود منجر به افزایش قیمت این محصول در بازار شد.

بنابر این گزارش با توجه به اینکه برای تولید مرغ در کشور یارانه و ارز

با آزاد شدن صادرات مرغ، دوباره قیمت این محصول در بازار مصرف افزایش یافت و به مرز هر کیلوگرم ۱۱ هزار تومان رسید، درحالی که براساس مصوبه کارگروه تنظیم بازار حداکثر قیمت این محصول در بازار نباید از ۸ هزار و ۱۷۵ تومان بیشتر باشد. به گزارش تسنیم، قیمت هر کیلوگرم مرغ گرم روز شنبه ۹۷/۰۸/۱۲ در کشتارگاه ۹۷۰۰ تومان، پخش ۹۹۰۰ تومان، خرده‌فروشی ۱۰۸۰۰ تومان، خرده‌فروشی مرغ شمال ۱۰۳۵۰ تومان و قیمت عمده مرغ کشتار شمال در میدان بهممن ۹۴۵۰ تومان است.

قیمت هر کیلوگرم سینه مرغ با کتف ۱۹۰۰۰ تومان، سینه بدون کتف ۲۰۰۰۰ تومان، فیله مرغ ۲۱۰۰۰ تومان مرغ درشت تهران ۹۸۳۰ تومان، مرغ بدون آنتی بیوتیک ۱۱۹۵۰تومان و جوجه تازه ۱۱۹۵۰ تومان است. در اطلاعیه این اتحادیه خطاب به اعضا آمده است که قیمت‌های اعلامی فوق نرخ استعلامی بوده و اعضا می‌توانند با توجه به

صنعت خودروسازی نیازمند جراحی

قیمت خودرو اصلاح شود

«آزادسازی قیمت خودرو، تنها راه نجات صنعت خودروسازی و پس از آن قطعه‌سازی است»، جمله‌ای تکراری که شاید هر روز به گوش صنعتگران و مقامات مسئول بخش خودرویی می‌رسد، اما اجرای آن به تعویق می‌افتد. حال این پرسش مطرح است که آیا با شروع فصل جدیدی از مدیریت در وزارت صمت و آغاز نیمه دوم سال، تصمیمی جدی حول آزادسازی قیمت خودرو گرفته خواهد شد؟

به گزارش پدال نیوز، طرح مساله آزادسازی قیمت خودرو موضوع جدیدی در صنعت خودروسازی نیست و تکراری نمی‌شود؛ چرا که تجمع نظرات صاحب‌نظران و فعالان بازار خودرو و قطعه‌سازی‌ها، اجرای هرچه سریع‌تر این طرح را می‌طلبد، چرا که قیمت‌گذاری خودرو توسط شورای رقابت طی سال‌های اخیر و پس از آن نوسانات گاه و بی‌گاه قیمت خودرو و فاصله قیمتی کارخانه تا بازار آزاد و همچنین آثار منفی این تغییرات بر صنعت قطعه‌سازی، همگی گواه نیاز آزادسازی قیمت خودرو در شرایط فعلی را دارد. در همین راستا، علاوه بر کارشناسان و صاحب‌نظران صنعت خودروسازی و قطعه‌سازی، بلکه اعضای انجمن خودروسازان و قطعه‌سازان نیز یکصد و متفق‌القول، آزادسازی قیمت‌گذاری خودرو را تنها راه نجات این صنایع می‌دانند و بر این باورند اکنون که دیگر شورای رقابت چندان اثری بر بازار خودرو و تعدیل قیمت‌ها ندارد و حضور سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان در این میان مطرح شده، بهترین زمان است تا این راهکار مهم اجرایی شود؛ چرا که با هر روز تعلل در اجرای این طرح، علاوه بر صنعت خودروسازی، صنایع وابسته به این صنعت که اولین آن صنعت قطعه‌سازی است، به رکود و ورشکستگی نزدیک‌تر خواهد شد.

قیمت خودرو اصلاح شود

مازیار بیگلر، دبیر انجمن قطعه‌سازان در همین زمینه می‌گوید: «مکانی و زمانی نبوده است که قطعه‌سازان در این باره صحبت نکرده باشند. ما قطعه‌سازان بارها اعلام کرده‌ایم که آزادسازی قیمت خودرو، تنها راه نجات صنعت خودرو خواهد بود و اگر این اتفاق نیفتد تا چند ماه آینده چیزی از این صنعت باقی نخواهد ماند.» او می‌افزاید: «به دلیل افزایش قیمت پایه مواد اولیه حدود دو تا سه برابر، افزایش قیمت تمام‌شده قطعه تا دو و نیم برابر، توقع می‌رود که در نتیجه این اتفاق‌ها قیمت خودرو اصلاح شود.» به گفته دبیر انجمن قطعه‌سازان، آنچه تاکنون حول آزادسازی قیمت خودرو بوده حرف بوده و عملاً اتفاق خاصی رخ نداده است. بیگلر ادامه می‌دهد: «البته باید گفت که مهم‌ترین اقدام عملی در این زمینه این است که اختیار این امر به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان واگذار شده و امیدواریم حداقل با بررسی‌های سازمان، قطعه‌سازان به حق و حقوق شان برسند چرا که با وضعیت فعلی هیچ منطقی برای پرداخت‌ها به قطعه‌سازان وجود ندارد.» او تأکید می‌کند: «در ادامه این موضوع باید گفت که با خودروساز افزایش قیمت را قبول نمی‌کند و یا اگر هم قبول کند، زیان انباشته بسیار انبوهی را باید تحمل کند که بیش‌تر این آمار به گوش رسیده است که در حال حاضر دو خودروساز کشور زیان انباشته ۵۵۰۰ میلیارد تومانی را متحمل هستند.»

صنعت موتورسیکلت‌سازی، حوزه‌ای با ظرفیت‌های بالقوه اما مغفول مانده

متأسفانه موتورسیکلت علی‌رغم برخورداری از ظرفیت‌های بالقوه اقتصادی بسیار، از پیشرفت مطلوب و مورد انتظار بازمانده است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از باشگاه خبرنگاران جوان، موتورسیکلت از نمونه وسایل حمل و نقلی به شمار می‌رود که به واسطه قیمت ارزان‌تر آن در مقایسه با خودرو (فارغ از موتورسیکلت‌های خاص و گران‌قیمت) همواره از ضریب تقاضای بالایی در میان اقشار متوسط و ضعیف جامعه برخوردار بوده است. از دیگر سبب‌ها افزایش جمعیت و بالا رفتن تراکم جمعیتی و به تبع آن تشدید میزبان ترافیک در عرصه‌های درون شهری، موتورسیکلت از محبوبیت بیشتری برخوردار شده، زیرا اساساً از قابلیت تردد مطلوب‌تری (در مقایسه با خودروها) در گردهای ترافیکی برخوردار است.

مجموعه این عوامل باعث شده ضریب تقاضا برای خرید این محصول در طول سالیان دهه‌های اخیر افزایش یابد و بالطبع، بساا بودن ضریب تقاضا برای هر کالایی، یک پوئن و حُسن قابل توجه برای کارخانه تولیدکننده آن محصول به شمار خواهد رفت. با این اوصاف، در طول قریب به پنج دهه اخیر، بسا وجود ظرفیت‌های بالقوه بسیاری که در عرصه موتورسیکلت‌سازی کشور وجود دارد، توسعه و پیشرفت مطلوب و چندان‌دی در این بخش، حاصل نشده است. بنابر گزارش‌های موجود در رسانه‌ها، میزان تولید داخلی موتورسیکلت در طول ۵۰ سال اخیر با کاهش ۷۰درصدی همراه بوده، افت و تنزل چشمگیر و تاسف‌باری که واکاوی این نقیصه را ضروری‌تر می‌سازد.

به واقع، به موازات کاهش ضریب تولید، میزان نیاز داخلی نیز برای تامین این وسیله نقلیه خاص، به واسطه واردات میسر شده که نفس این موضوع به خودی خود امری نامطلوب و ناخوشایند به نظر می‌رسد. علی‌رضا عابدینی، یکی از فعالان صنعت موتورسیکلت در گفت و گویی با رسانه‌ها در تشریح روند پیموده شده در حوزه موتورسیکلت‌سازی کشور طی ۵۰ سال گذشته می‌گوید: در واقع امر، صنعت مذکور، در نیم قرن گذشته به نسبت امروز از طراوت و پویایی هرچه بیشتری برخوردار بود و مصداق بارز این ادعا را می‌توان در کارخانه‌های موجود در دوچرخ جست‌وجو کرد که تولید موتورسیکلت در داخل کشور را با پرس‌کاری، قالب‌سازی، ماشین‌کاری و... به معنای واقعی کلمه عملیاتی می‌کرد و تنها تعدادی قطعه معدود از کشورهای خارجی همچون ژاپن یا فرانسه وارد می‌شد. وی یکی از دلایل افت و افول صنعت موتورسیکلت‌سازی را در صدور مجوزهای پیاپی به افرادی که عملاً متخصص و کارشناس واقعی این عرصه نبودند، عنوان کرده و می‌گوید: بعضاً به تعمیرکاران موتورسیکلت مجوز ساخت و راه‌اندازی تولید می‌دادند و همین افراد نیز به جای تولید داخلی به معنای واقعی، به مونتاژکاری مبادرت می‌ورزیدند.

آشوب در بازار قطعات خودرو و لوازم یدکی تمامی ندارد



و با احتکار این کالاها سعی در فروش آن‌ها به هنگام بالاتر رفتن قیمت قطعات خودرو دارند.

افزایش چندین برابری قیمت قطعات در بازار

یکی دیگر از فروشندگان قطعات خودرو و لوازم یدکی، اضافه می‌کند: علاوه بر احتکار، میزان کم قطعاتی که به بازار وارد می‌کنند را نیز با قیمت بسیار بالایی عرضه می‌کنند به طوری که در برخی از کالاها شاهد افزایش ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان طی یک ماه هستیم. «وحید درخشان» در گفت و گو با خبرنگار اروم نیوز با اشاره به وضعیت قطعات خودروی موجود بازار، اظهار داشت: بیشتر قطعات موجود در بازار چینی هستند که از کیفیت لازم برخوردار نیستند. وی افزود: نمی‌توان گفت قطعات اصلی در بازار وجود ندارد چراکه به صورت محدود می‌توان در بازار این قطعات را یافت اما به دلیل بالا بودن قیمت‌شان، رانندگان قطعات چینی را ترجیح می‌دهند. فروشنده قطعات خودرو و لوازم یدکی، درباره افزایش قیمت قطعات خودرو ابراز کرد: از آغاز سال تاکنون افزایش فاحشی در قیمت لوازم یدکی و قطعات خودرو به وجود آمده است، به طوری که تنها با گذشت پنج ماه از ابتدای سال شاهد افزایش ۳ تا ۴ برابری قیمت این لوازم هستیم.

نیست و کمتر شدن تعداد آنها نیز مشکل دیگری است به طوری که هر روز نایاب‌تر می‌شوند. رشید جوادی، ادامه می‌دهد: می‌توان گفت انقلابی در قطعات خودرو و لوازم یدکی رخ داده است و گرانی هر روز آن دیگر قابل تحمل نیست. وی با اشاره به اینکه با افزایش قیمت ارز، قیمت تمامی کالاها بالا رفته است، اظهار می‌کند: ما انتظار افزایش قیمت تمامی کالاها اعم از قطعات خودرو و لوازم یدکی را داشتیم اما این افزایش کاملاً غیرمنطقی است و این وضعیت باعث گرانی ما شده است چراکه اگر این وضعیت ادامه پیدا کند شغل خود را از دست خواهیم داد. این فروشنده قطعات خودرو و لوازم یدکی، تصریح می‌کند: ۸۰ درصد بازار قطعه کشور از محصولات چینی اشباع شده، این در حالی است که برخی دیگر با واردات قطعات بی کیفیت به صورت فله ای و با شگردهای مختلف از گمرکات و تنها با بسته بندی شکیل، آنها را به عنوان جنس ایرانی به مشتریان می‌فروشند.

جوادی، ابراز می‌کند: بیشترین حجم قطعات خودرو از خارج از کشور وارد می‌شود که در این میان نیز بیشتر قطعات خریداری شده ساخت کشور چین هستند.

وی، بیان می‌کند: واردکنندگان قطعات خودرو با انصاف نبوده و به دلیل بالا رفتن قیمت ارز، قطعات وارد شده را به بازار تزریق نمی‌کنند

در میان لوازم مورد نیاز برای عموم مردم، با افزایش قیمت قطعات خودرو و لوازم یدکی و کاهش واردات آن، افراد سودجو با احتکار این کالاها بیشتر به افزایش قیمت دامن می‌زنند.

به گزارش شبکه اطلاع‌رسانی راه دانا، با افزایش قیمت ارز قیمت تمامی کالاها افزایش یافته است اما این افزایش در برخی کالاها محسوس‌تر است چراکه تا حدودی جزو کالاهای اساسی زندگی مردم محسوب می‌شوند.

در میان لوازم مورد نیاز برای عموم مردم، با افزایش قیمت قطعات خودرو و لوازم یدکی و کاهش واردات آن، افراد سودجو با احتکار این کالاها بیشتر به افزایش قیمت دامن می‌زنند.

طبق قانون نظام صنفی عمل احتکار به رفتاری اتلاق می‌شود که با وجود اعلام وزارت صنعت، معدن و تجارت مبنی بر اینکه نگهداری یک نوع کالا غیرقانونی بوده و احتکار محسوب می‌شود، توسط افرادی به صورت عمده نگهداری شود که در صورت اثبات این تخلف سازمان‌های مربوطه با تشکیل پرونده قضایی به برخورد با این افراد می‌پردازند.

کم بودن قطعات و گرانی مشکل اصلی این روزهای بازار است
یکی از فروشندگان قطعات خودرو و لوازم یدکی از گرانی قطعات خودرو گلایه می‌کند و می‌گوید: تنها مشکل موجود گران شدن قطعات

۲ طرح کنترلی برای کاهش مصرف بنزین

هر ایرانی روزانه ۱.۱۲ لیتر بنزین مصرف می‌کند

لیتر بنزین در ایران مصرف می‌شود، یعنی ایرانی‌ها در هر ساعت ۳ میلیون و ۷۹۰ هزار لیتر بنزین مصرف می‌کنند که این رقم تقریباً ۶ برابر میانگین مصرف بنزین در جهان است.» برای کنترل این وضعیت اگرچه به گفته اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهور دولت به دنبال افزایش قیمت نیست، اما چاره‌ای جز احیای کارت سوخت وجود ندارد. با بازگشت کارت سوخت و سهمیه‌بندی، مانند گذشته شاهد بنزین دوترخی خواهیم بود. این روش اگرچه می‌تواند باعث تعدیل قیمت بنزین آزاد و کاهش قاچاق سوخت شود، اما فقط صاحبان خودرو ذی‌نفع مستقیم آن هستند، اما در روش توزیع کارت سوخت بنزین میان تمام اقشار جامعه، می‌توان شاهد باز توزیع عادلانه یارانه سوخت بود. در این روش، افرادی که خودرو ندارند، می‌توانند بنزین دریافتی خود را در بازاری که قیمت‌ها در آن کشف می‌شود، به متقاضیان عرضه کنند. به عقیده کارشناسان، این روش ضمن عادلانه‌تر بودن، به مرور اصلاح قیمت‌ها را رقم می‌زند که نه تنها مصرف را کاهش می‌دهد، بلکه انگیزه قاچاق را نیز از بین می‌برد.

جلال میرزایی، نماینده ایلام در مجلس شورای اسلامی و عضو کمیسیون انرژی اخیراً وجود دو طرح برای سهمیه‌بندی بنزین در مجلس را تأیید کرده و گفته است، طرح اول براساس همان طرح احیای کارت سوخت است که سال‌ها در کشور اجرا می‌شد.

وی با بیان اینکه در این طرح به هر فرد دارنده خودرو سهمیه‌ای

مصرف بنزین در ایران در حالی به ازای هر نفر ۱.۱۲ لیتر است که دولت باید هرچه سریع‌تر برای احیای کارت سوخت تصمیم‌گیری کند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، طبق اعلام رسمی دولت، مصرف بنزین در ایران ۹۱ میلیون لیتر در روز است که با جمعیت تقریباً ۸۱ میلیون نفری ایران در هر شبانه روز به ازای هر نفر، ۱.۱۲ لیتر بنزین مصرف می‌شود. یعنی یک خانواده چهار نفره حتی اگر خودروی شخصی نداشته باشند، در یک شبانه روز سهمی ۴.۵ لیتری در مصرف بنزین کشور دارند.

این در حالی است که در کشور پرجمعیت چین با جمعیتی بالغ بر یک میلیارد و ۳۸۶ میلیون نفر حدود ۴۶۸ میلیون لیتر بنزین در روز مصرف می‌شود. به عبارتی در هر شبانه روز به ازای هر نفر، ۰.۳۴ لیتر بنزین در چین مصرف می‌شود.

در کشور ترکیه نیز با جمعیتی بالغ بر ۸۰ میلیون نفر، روزانه ۸ میلیون و ۲۶۸ هزار لیتر بنزین مصرف می‌شود. به عبارتی در هر شبانه روز به ازای هر نفر، ۰.۱ لیتر بنزین در ترکیه مصرف می‌شود.

مقایسه مصرف بنزین در ایران و ترکیه از این نظر مقایسه‌ای جالب است که تعداد جمعیت دو کشور و تعداد خودروهای سبک دو کشور، تقریباً یکسان است، اما در ایران به ازای هر نفر، ۱۰ برابر هر ترکیه‌ای و ۳ برابر هر چینی بنزین مصرف می‌شود.

طبق اعلام دولت در نیمه مه‌راه سال جاری «در هر روز ۹۱ میلیون

شورای رقابت در تعبیر و تعریف «انحصار و انحصارگری» دچار اشتباه است

این دو خودروساز نیست بلکه به دلیل عدم سودآوری بوده و دیگر خودروسازان با اختیار خود وارد این حوزه نشده‌اند، بنابراین شرط اول تعریف انحصار مصداق و موضوعیت ندارد.

میرخانی گفت: شرط دوم تعریف انحصار این است که شرکت انحصارگر با کاهش تیراژ، قیمت بازار را به هم زند یعنی روی قیمت بازار موثر باشد. در تمام طول تاریخ تولید خودرو در ایران همیشه قیمت بازار بیشتر از قیمت کارخانه بوده است، این مساله در چند سال گذشته رقمی تا حدود یک میلیون تومان بود که در حال حاضر به خاطر شرایط خاص ارزی به ۱۰ میلیون تا ۵۰ میلیون تومان و حتی بیشتر رسیده است، بنابراین نمی‌توان ثابت کرد که خودروسازان کشور با کاهش تیراژ، قیمت خودرو را مدیریت یا دستکاری می‌کنند. آقایان یک نکته اساسی را فراموش می‌کنند که در تمام ۴۰ سال گذشته خودروساز، محصولاتش را با قیمت تعیین‌شده توسط مراجع ذی‌ربط می‌فروشد و از گران‌تر بودن قیمت بازار سودی عایدش نمی‌شود.

شرایط زیر باشد: اول آنکه انحصارگر مانع ورود و خروج رقبا شود. پس باید ثابت شود که چنین اتفاقی افتاده و مثلاً سایپا و ایران خودرو این کار را انجام داده و مانع ورود و خروج رقبا شده‌اند.

وی تصریح کرد: تجربه تاریخی نشان می‌دهد هر کسی که قصد تأسیس خودروسازی داشته از طرف وزارت صمت موفق به کسب پروانه بهره‌برداری شده و مشغول به فعالیت شده است. در هیچ کشوری در دنیا تعداد خودروسازان به اندازه تعداد خودروسازان در ایران نیست، بنابراین سایپا و ایران خودرو مانع ورود و خروج رقبا نشده‌اند و اینکه در برخی حوزه‌ها مثل خودروهای کوچک و ارزان قیمت کسی سرمایه‌گذاری نمی‌کند و وارد این حوزه نمی‌شود به دلیل سودآور نبودن این حوزه است و در صورت سودآوری حتماً دیگر خودروسازان نیز وارد این عرصه می‌شوند.

وی افزود: بنابراین اینکه مثلاً ۷۰درصد بازار خودروهای کوچک و ارزان‌قیمت در دست سایپا و ایران خودرو باشد به معنی انحصارگری

داوود میرخانی رشتی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو درخصوص احتمال شکایت شورای رقابت به دیوان عدالت اداری در صورت تغییر مرجع قیمت‌گذاری خودرو به ستاد تنظیم بازار گفت: از اینکه شکایتی انجام شده یا خیر و در چه مرحله‌ای قرار دارد بی‌اطلاع هستم ولی شورای رقابت از نظر وظایف سازمانی لازم است از مقام و منزلت سازمانی خود که در قانون مشخص شده دفاع کند و انجام شکایت امری قانونی است ولی بحث این است که در شورای رقابت، اشتباه برداشت در مورد انحصارگری در صنعت خودروی ایران وجود دارد.

وی افزود: تعبیر شورای رقابت در مورد انحصاری بودن صنعت خودروی کشور درست نیست و شورای رقابت تعریف «انحصار» را که در قانون مشخص شده رعایت نمی‌کند و کلمه انحصار در اینجا موضوعیت و مصداق ندارد زیرا به صرف در دست داشتن مثلاً ۷۰درصد بازار در انواع خاصی از خودرو نمی‌توان این امر را در چارچوب انحصار گنجانند و انحصار براساس قانون و بنا بر تعریف باید دارای یکی از

چهارمین نمایشگاه تراکنش ایران برگزار می‌شود

تراکنش علیه تحریم

چهارمین نمایشگاه تراکنش ایران (ITE 2018) همزمان با اوج تحریم‌های یکجانبه آمریکا علیه ایران از ۲۲ تا ۲۴ آبان با شعار «تراکنش علیه تحریم» در بوستان گفت‌وگو برگزار می‌شود. به گزارش خبرگزاری دانشجویان ایران به نقل از روابط عمومی چهارمین نمایشگاه تراکنش ایران، در این رویداد فناورانه، بانک‌ها، شرکت‌های پرداخت، شرکت‌های فناوری مالی، استارت‌آپ‌های فین‌تک و شهر هوشمند، نمایندگان کشورهای مختلف و شهرداری‌های کلانشهرهای ایران حضور دارند. در حاشیه این نمایشگاه چندین سمینار و نشست تخصصی و ده‌ها کارگاه معرفی محصول با حضور بیش از ۷۰ سخنران داخلی و خارجی برگزار می‌شود. همچنین در حاشیه ITE 2018 فناوری‌های جدید از جمله بلاک‌چین و ارزرها برای چگونگی عبور از تحریم‌ها مورد بحث قرار می‌گیرد.



دریچه

ذهنی کارآفرین به کودکان خود هدیه دهیم

مدارس هنوز با اهمیت این مساله آشنا نیستند. اینکه منظور از کارآفرینی چیست، هدف چیست و چه ضرورتی دارد. علاوه بر اینها والدین هم اهمیت کسب و کار و کارآفرینی را نمی‌دانند و از بچه‌ها می‌خواهند که فقط درس بخوانند. همه این موارد نشان از بی‌اطلاعی است و این موارد کار را برای ما دشوار کرده است.

راهکار چیست

زغفریان برای بهبود وضعیت آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان گفت: در این زمینه کارهای مختلفی می‌توان انجام داد. مثلا می‌توانیم آموزش دهیم. مهمترین آموزش هم آموزش والدین و معلمان است. آنها باید آگاه شوند و با مسائلی که ما مطرح می‌کنیم برخورد منفی نکنند. در این صورت کار برای ما خیلی راحت‌تر می‌شود. آگاهی‌سازی و اطلاع‌رسانی در این مورد بسیار ضرورت دارد.

نقش آموزش در ایجاد روحیه کارآفرینی در میان دانش‌آموزان و تجربه این امر در میان کشورها

فرهاد روشن نیز در خصوص اهمیت آموزش در ایجاد روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان و تجربه این امر در سایر کشورها، گفت: اگر می‌خواهیم فرزندان‌مان در آینده یک فرد موثر باشد و نه یک فرد مهم، باید ذهن کارآفرینی در آنها ایجاد کنیم و این امر می‌تواند از فرایند آموزش و پرورش حاصل شود.

این مدرس و محقق حوزه کارآفرینی گفت: کمیسیون اروپا برای گسترش و تسهیل کارآفرینی، ایجاد قالب ذهنی مناسب در افراد و آموزش از سطوح پایین را پیشنهاد کرده است و کشورهای آسیایی نیز پروژه‌هایی را در این راستا به کار گرفته‌اند. یکی از استراتژی‌هایی که مالزی برای توسعه کارآفرینی در این کشور به کار برده، ایجاد وزارت پرورش کارآفرین است. وی افزود: آموزش یکی از مهم‌ترین ساختارهای این وزارتخانه است. این آموزش با هدف پدید آوردن فرهنگ کارآفرینی انجام می‌پذیرد و وظیفه آن ترویج فرهنگ کارآفرینی در جامعه و در میان دانش‌آموزان مدارس و مؤسسات‌های آموزشی بالاتر است.

اهمیت آموزش فعالیت‌های اقتصادی در دوران کودکی

روشن درخصوص اهمیت آموزش فعالیت‌های اقتصادی در دوران کودکی گفت: داشتن توانایی فروش مهارتی بسیار ارزشمند در زندگی است. این مهارت در تمام تعاملات افراد در طول زندگی حرفه‌ای و به‌خصوص در حوزه کسب‌وکار مورد استفاده قرار می‌گیرد. از فروش کالا و خدمات به مشتریان تا افزایش سرمایه از طریق سرمایه‌گذاران، مهارت فروش برای موفقیت در هر کسب‌وکاری الزامی است. با تشویق فرزندان به فروش کالاهای کوچک مثل اسباب‌بازی‌های قدیمی یا برپایی یک غرفه برای فروش مثلا آب میوه دست‌ساز خودشان، می‌توان آنها را برای انجام فعالیت‌های اقتصادی در آینده آماده کرد.

روشن افزود: آموزش‌های اقتصادی در سنین کم فرصتی را در اختیار کودکان قرار می‌دهد که اغلب مدرسه‌ها زمان کافی برای این گونه آموزش‌ها اختصاص نمی‌دهند.

چگونه می‌توان مهارت کارآفرینی به کودکان آموزش داد

روشن درخصوص نحوه آموزش مهارت کارآفرینی به کودکان گفت: توجه به واحد کار، پول و خرید و فروش که معمولا در اکثر پیش‌دبستانی‌های کشور ارائه می‌شود، در این زمینه یاری‌رسان است. ایجاد هر یک از ویژگی‌های ذکر شده و ارائه راهکارهای مناسب آن در یک دوره کوتاه قطعاً زمینه‌ای برای رشد و توسعه تفکر کارآفرینی در کودکان فراهم می‌کند.

وی افزود: مهم‌ترین بخش پرورش کودکان کارآفرین این است که آنها راه‌های تشخیص فرصت را به‌خوبی بیاموزند. بسیاری از افراد هرگز موفق به شناخت کامل توانایی‌های خود نیستند، زیرا قادر نیستند فرصت‌ها را به موقع تشخیص دهند. کودکان و نوجوانان باید بدانند که هر مشکلی راه‌حلی دارد و نگاه به این موضوع به‌عنوان یک حقیقت در زندگی به آنها جرات خلق و توسعه ایده‌های سودآور برای ایجاد کسب‌وکار می‌دهد.

نسل جدید صرفا به دنبال یافتن یک شغل مطمئن با درآمد ثابتی نیست، آنها می‌خواهند بخشی از یک کار بزرگ باشند که جامعه‌شان را متحول کند و بدون تردید آموزش کارآفرینی در سنین کودکی می‌تواند نقش اساسی در نیل به این هدف بازی کند. به گزارش ایرنا، امروزه شاهد افزایش دغدغه‌ها و نگرانی‌های خانواده‌ها در خصوص یافتن شغل مناسب برای فرزندان‌شان هستیم و با دتر شدن اوضاع بازار کار نیز این نگرانی‌ها هم پررنگ‌تر شده‌اند. در چنین شرایطی به نظر می‌رسد کارآفرینی بهترین و موثرترین راه حل ممکن باشد. آموزش کارآفرینی در سنین کودکی می‌تواند یک ذهن خلاق و آماده برای آینده به آنها هدیه دهد. کودکان توانایی تفکر را دارند و امکان رشد و پرورش مهارت‌های گوناگون را نیز دارا هستند، بنابراین آموزش مهارت‌های کارآفرینی یا ایجاد بسترهای لازم در این زمینه می‌تواند گامی مؤثر و مفید برای ایجاد چشم‌انداز مطلوب جوامع باشد. در این خصوص پژوهشگر ایرنا با رضا زغفریان و فرهاد روشن مدرس و محققان حوزه کارآفرینی به گفت و گو پرداخت.

ضرورت آموزش کارآفرینی در سنین کودکی و نوجوانی

زغفریان با اشاره به ضرورت آموزش کارآفرینی در سنین کودکی و نوجوانی گفت: رفتار کارآفرینانه می‌تواند منجر به کاهش بیکاری در جامعه شود. این رفتار، پیش‌نیازی به نام نیت کارآفرینانه دارد و نیت کارآفرینانه نیز پیش‌نیازی به نام روحیه کارآفرینانه دارد. روحیه کارآفرینانه در سنین دانش‌آموزی بین ۱۰ تا ۱۵ سالگی قابل ایجاد است. زیرا دیدگی در سنین دانشگاهی و یا بزرگسالی نمی‌توان این روحیه را ایجاد کرد و به آن قیام داد. مگر آنکه در فرد تحولی ایجاد شود. در دنیا هم همانطور که شاهد هستید در سنین دانش‌آموزی برنامه‌های آموزشی در نظر گرفته می‌شود، در حالی که در ایران در این زمینه کارهای زیادی انجام نشده است. کتاب فنی و حرفه‌ای نمی‌تواند روحیه کارآفرینی ایجاد کند.

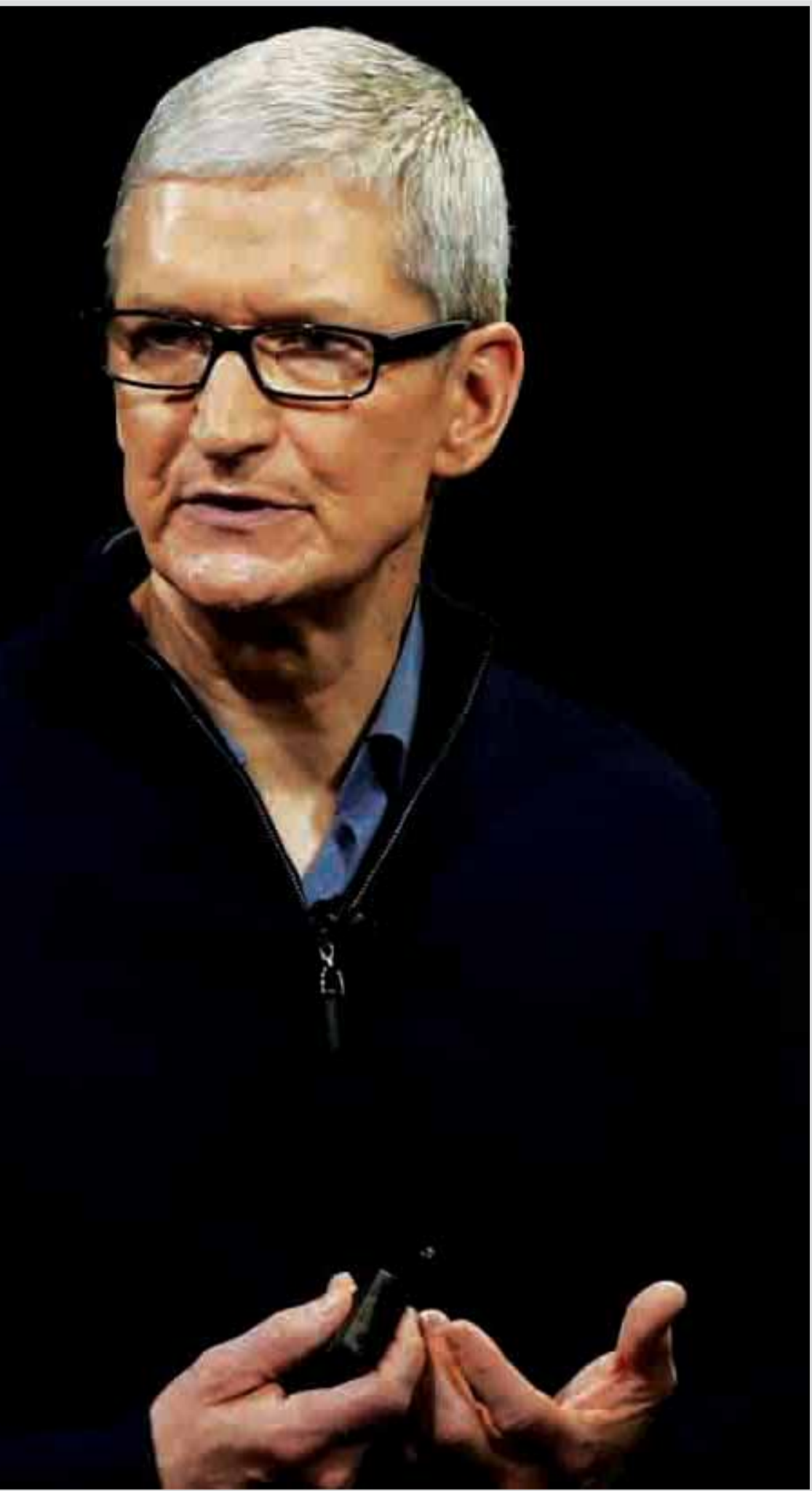
زغفریان درخصوص ماهیت کتاب‌های فنی و حرفه‌ای و تاثیرشان در ایجاد روحیه کارآفرینی، بیان کرد: تقریبا ۲۰ سال پیش حدود سال ۱۳۷۶ کتاب‌هایی در قالب فنی و حرفه‌ای به دانش‌آموزان می‌دادند که به آنها از طریق این کتاب‌ها مهارت‌های مختلف را آموزش می‌دادند، اما این مهارت‌ها کارگاهی و کاربردی نبوده و تنها به‌صورت تئوری بود.

یک تجربه کارآفرینی

زغفریان از تجرب کارآفرینی موفق گفت: وقتی دیدم خلأیی در زمینه کارآفرینی دانش‌آموزان وجود دارد، شروع به کار کردن در این زمینه کردم. بنابراین همراه با دوستان یک طرح پژوهشی به نام کشف تهیه کردیم. در بحث کشف ویژگی‌هایی که یک فرد کارآفرین در دوران کودکی و یا نوجوانی باید داشته باشد را مشخص کردیم. این ویژگی‌ها براساس ۵۰ الگوی ایرانی درآوردیم و بر مبنای آنها برنامه‌ای برای استعدادسنجی طراحی کردیم که چگونه می‌توانیم بچه‌ها را استعدادسنجی کنیم. تقریبا ۲ میلیون دانش‌آموز را در کل کشور استعدادسنجی کردیم و نتایج جالب آن را به آموزش و پرورش منعکس کردیم. از این ۲ میلیون نفر، ۴۰ هزار نفر انتخاب شدند و از این ۴۰ هزار نفر، ۱۵ هزار نفر تا حالا آموزش دیده‌اند و آنها تاکنون در کل کشور کارهای کارآفرینانه کوچک و بزرگی را به سرانجام رساندند. وی افزود: اخیرا اولین شرکت دانش‌آموزی توسط بچه‌ها در زمینه برگزاری جشن‌ها و مراسم‌های مختلف ثبت شد. هم اولیا و هم دانش‌آموزان و هم مدرسه همه در فعالیت‌های کارآفرینی سهامدار هستند. ما به بچه‌ها آموزش مستقیم می‌دهیم که چگونه محصولی تولید کنند و چگونه آن را به فروش برسانند. دانش‌آموزان نیز می‌فهمند که بازار چه محصولی می‌خواهد چگونه آن را تولید کنند و چگونه درخواست وام و بیمه کنند. تقریبا به این صورت بچه‌ها قانون کسب و کار را به‌صورت تجربی و عملی یاد می‌گیرند.

موانع کارآفرینی

زغفریان درخصوص موانع پیش‌روی کارآفرینی دانش‌آموزان گفت: مدیران



کارآفرینان در کاهش فشار تحریم‌ها به مردم نقش مهمی دارند

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت تلاش کارآفرینان کشور در حمایت از اقشار کم‌درآمد در شرایط سخت اقتصادی قابل توجه و مهم است.

به گزارش مهر، محمد شریعتمداری ظهر جمعه در بازدید از یک واحد تولیدی زغفریان در مشهد اظهار کرد: امروز در شرایط تحریمی و هجمه گسترده دشمنان با محوریت اقتصاد بیش از هر زمان نیازمند همفکری، همدلی و همکاری همه بخش‌ها و نهادها و قوا هستیم.

وی افزود: تلاش کارآفرینان کشور که با تحمل همه مشکلات و فشارها سعی می‌کنند تکانه‌های ناشی از تحریم‌ها که به طبقات محروم و اقشار فرودست‌تر گسترده‌تر است کمتر احساس شود جای قدردانی دارد.

وزیر تعاون بیان کرد: در شرایط تحریم و فشارهای اقتصادی کسانی که دارای حقوق ثابت هستند و طبقات پایین و محروم جامعه فشار زیادی را تحمل می‌کنند و کارآفرینان و بخش‌های تولیدی برای

مدیریت و کاهش این فشارها همراهی خوبی دارند. شریعتمداری تصریح کرد: تحت فشار قرار دادن یک کارآفرین به زیان صندوق‌های بازنشستگی است چون نه‌تنها اشتغال جدید ایجاد نمی‌شود بلکه عملا ورودی‌های صندوق کاهش می‌یابد و حتی نیروی شاغل این مجموعه هم ممکن است ریزش کرده و تعدیل شود از این‌رو باید افکار و نگرش‌ها در این حوزه نسبت به کارآفرین اصلاح شود که در این صورت بخش تولید و کارآفرینی هم حمایت می‌شود.

وی اظهار کرد: باید حمایت از کارگروه کارآفرین را در کنار هم ببینیم زیرا این دو بهم پیوسته هستند و اگر کارآفرین حمایت شود، می‌تواند قراردادهای موقت و کوتاه‌مدت کارگری را به بلندمدت تبدیل کند.

وزیر تعاون بیان کرد: در شرایط تحریم و فشارهای اقتصادی کسانی که دارای حقوق ثابت هستند و طبقات پایین و محروم جامعه فشار زیادی را تحمل می‌کنند و کارآفرینان و بخش‌های تولیدی برای

استفاده از ظرفیت تعاونی‌ها برای ایجاد مشاغل روستایی

ششم، برای توسعه روستاها، عمران و آبادی و اشتغال روستایی اهداف کمی مناسبی در نظر گرفته شده است، به نحوی که ایجاد ۵۴ خوشه کسب و کار روستایی، ایجاد حداقل یک‌میلیون فرصت شغلی در روستاها توسط بخش خصوصی و تعاونی

پیش‌بینی شده است. وی طرح «روستاها را با هم جمع‌بندی» را زیرمجموعه طرح اشتغال فراگیر دانست و گفت: اجرای این طرح با تعاونی‌هاست و دولت تنها اعمال نظارت و سیاست‌گذاری می‌کند. در حال حاضر هزار روستا طرح‌های‌شان یا منعقد شده یا به مرحله دریافت وام رسیده و قرار است از ظرفیت این روستاها برای ایجاد تعاونی‌های فعال و پویا استفاده شود.

به گفته محمدی هدف این طرح، توانمندسازی اقتصادی و معیشتی در مناطق روستایی است و در روستاهایی که بیشترین میزان مهاجرفرستی را دارند، به اجرا درمی‌آید تا از این طریق امکان بازگشت روستاییان به زادگاه خود و رونق کسب و کار روستایی فراهم شود.

مدیرکل تعاونی‌های تولیدی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ابراز امیدواری کرد که با اجرای طرح روستا تعاون زمینه ایجاد اشتغال گسترده در روستاها و جلوگیری از مهاجرت به شهرها به وجود آید.

البرز محمدی در گفت‌وگو با ایسنا طرح «روستاها را با هم جمع‌بندی» را موجب ایجاد اشتغال پایدار در روستاها دانست و گفت: ایجاد شغل در روستاها ارزان و کم‌هزینه است و با اجرای طرح «روستا تعاون» زمینه اشتغال مولد از طریق ایجاد تعاونی در روستاها فراهم و اهداف دولت در ایجاد اشتغال روستایی محقق خواهد شد.

وی بیان اینکه مصوبه برداشت ۱.۵ میلیارد دلار از منابع صندوق توسعه ملی، پشتوانه اجرای این طرح است، گفت: اعتبار تسهیلات این طرح، ۱۰ هزار میلیارد تومان برای اشتغال در مناطق روستایی و شهرهای کمتر از ۱۰ هزار نفر جمعیت است که در اختیار تعاونی‌های مدیرکل تعاونی‌های تولیدی وزارت تعاون تأکید کرد: در برنامه



هوآوی بازهم از اپل در فروش گوشی‌های هوشمند پیشی گرفت



بر اساس گزارشات منتشر شده، فروش گوشی‌های هوشمند بین ماه‌های جولای تا سپتامبر در جهان نسبت به زمان مشابه در سال گذشته با کاهشی ۶الی ۸درصدی روبه‌رو بوده و به ۳۵۵ الی ۳۶۰میلیون واحد رسیده و از سمتی دیگر هوآوی همچنان جایگاه خود به عنوان دومین فروشنده موبایل برتر را حفظ کرده است. به گزارش دیجیاتو، این چهارمین کاهش در یک دوره سه ماهه محسوب می‌شود. اتفاقی که طی دهه گذشته به هیچ عنوان رخ نداده و محققان بازار شروع به شک کردن در مورد بازگشت بازار به وضعیت سابق با سرعتی بالا هستند. یکی از دلایل اصلی این رکود می‌تواند عدم وجود نوآوری و خلاقیت کافی در سخت‌افزارهای جدید باشد اما این رکود هنوز تاثیر چندانی روی وضعیت فروشندگان بزرگ موبایل نگذاشته است.

یادداشت



۵ نکته مدیریتی فیلم مربی کارتر

۲- اعتقاد و باور به هدف، خود عامل محرک تیم خواهد بود

این امر که بتوانید یک امید و چشم‌اندازی درست را برای تیم خود متصور شوید، باعث خواهد شد تا تیم شرکت نیز به انگیزه مضاعفی دست پیدا کند. فراموش نکنید که روحیه کارمندان، خود عامل مهمی در عملکرد آن‌ها محسوب می‌شود. به همین خاطر لازم است تا همواره به عنوان یک مبنای انگیزشی، به اقدامات لازم برای افزایش روحیه و انگیزه افراد بپردازید. برای مثال یکی از علت‌های موفقیت مربی کارتر، توانایی وی در ایجاد انگیزه و امپریکشنی برای کسب یک موفقیت بزرگ است. در این رابطه وی تنها به افزایش روحیه افراد بسنده نکرده و امکانات و شرایط لازم را نیز برای رسیدن به این هدف فراهم آورده است. از جمله اقدامات جذاب وی، توجه به آموزش‌های تئوری در کنار تمرینات اصولی و سخت است که تا آن زمان مورد استفاده قرار نمی‌گرفته است.

۴- برای هر فرد برنامه‌ای اختصاصی نیز داشته باشید

در کنار تمرینات کلی، مربی کارتر همواره برای بهبود سطح تمامی بازیکنان، برنامه‌های جداگانه‌ای را نیز مدنظر قرار داده است. بدون شک افراد حاضر در شرکت با یکدیگر تفاوت‌هایی را داشته و همین امر باعث می‌شود تا رفتار یکسان با آن‌ها سیاستی درست تلقی نشود. بنا به دلایل ذکر شده، لازم است تا همواره برنامه‌های اختصاصی‌ای را نیز برای تمامی اعضای تیم خود مشخص کنید. این امر نه تنها به ارتباط و شناخت



بیش‌تر شما از کارمندان منجر خواهد شد، بلکه زمینه رشد بهتر را نیز فراهم خواهد کرد. در نهایت با بروز هر اتفاقی، لازم است تا به عنوان مسئول تیم، همواره حضور به موقعی داشته و حمایت‌های لازم را صورت دهید.

۵- از قدرت کار تیمی غافل نشوید

به عقیده مایکل جردن، استعداد باعث پیروزی در یک مسابقه و کار تیمی منجر به قهرمانی در آخر فصل خواهد شد. به همین خاطر حتی در صورت در اختیار داشتن بهترین افراد، بدون وجود هماهنگی و انسجام کافی شما قادر به کسب موفقیت نهایی نخواهید بود. در همین راستا لازم است تا همواره نگاهی به میزان کار تیمی افراد داشته و برنامه‌هایی را برای رشد آن مدنظر قرار دهید. برای مثال مربی در طول این فیلم همواره به سطح تحصیلات و ضرورت افزایش و دوستی بین افراد، تاکید داشته و در این راه حتی از ممنوع کردن تمرینات بدون کسب نمرات عالی نیز واهمه‌ای نداشته است. در نهایت با توجه به موارد ذکرشده لازم است تا همواره اعتقاد کافی به سیاست‌های خود داشته باشید و اجازه ندهید که اعتراض‌ها باعث عقب‌نشینی شما شود.

منبع: gordontredgold

مترجم: امیر آل علی

همواره فیلم‌هایی که در آن داستان یک مربی به تصویر کشیده می‌شود، دارای نکات مدیریتی بسیار بالایی است. علت این امر نیز به این خاطر است که مقوله مدیریت، ظاهری یکسان را در هر سطح و مکانی دارا است. در این رابطه از جمله موارد مطرح در جهان، فیلم مربی کارتر (محصول سال ۲۰۰۵ و با حضور ستارگانی نظیر ساموئل ال جکسون و چینیگ تاتوم) است. موضوع فیلم نیز روایتگر داستان واقعی مربی افسانه‌ای بسکتبال، آقای کنی کارتر است. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۵ نکته مهم مدیریت موجود در این فیلم، خواهیم پرداخت.

۱- رهبری به معنای کسب شهرت نیست

در این فیلم شما شاهد داستان فردی هستید که در ابتدا به عنوان بازیکن در بسکتبال فعالیت می‌کند با این حال در مدت‌زمان کمی متوجه این امر می‌شود که برای مربی‌گری ساخته شده است. همین امر نیز وی را به این حوزه سوق می‌دهد. وی در تلاش است تا از یک تیم کاملا از هم پاشیده و ضعیف، نتایج مورد نظر خود را استخراج کند که این امر باعث می‌شود تا رویکردی را انتخاب کند که برای همگان متفاوت و عجیب به نظر می‌رسد. در برخی از صحنات به خوبی مخالفت‌ها و حتی نفرت بازیکنان از مربی

جدید، به نمایش درآمده است که حاوی این نکته است که نباید توقع داشت که در ابتدای کار خود همگان استقبال گرمی از شما داشته باشند. با این حال با جلوگیری از رقتن داستان و مشاهده تاثیر مثبت تمرینات و گفته‌های وی، همه افراد به باور قلبی و اعتماد لازم نسبت به توانایی‌های مربی خود، دست پیدا می‌کنند. به همین خاطر نباید برای حفظ شهرت خود، به دنبال تغییر در ایده‌ها و سیاست‌های درست باشید.

۲- از به چالش کشیدن تیم خود واهمه‌ای نداشته باشید

افراد تنها زمانی رشد خواهند کرد که از منطقه امن خود خارج شده باشند. این امر در شرکت به عنوان هنر مدیریتی شما تلقی خواهد شد. به همین خاطر لازم است تا همواره به دنبال اعمال فشارهای مفید بر روی تیم باشید. در این رابطه این امر که اجازه ندهید که افراد به دنبال حفظ سطح موجود باشند، خود عاملی تعیین‌کننده خواهد بود. فراموش نکنید که شما برای بقا در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، نیازمند رشد و پیشرفت مدام هستید که عملا در تضاد با حفظ شرایط موجود است. به همین خاطر نیز مربی از همان ابتدای کار خود به دنبال اعمال تغییرات لازم برای رقم خوردن نتایج جدید بوده است.

از این پس، اپل آمار فروش محصولات خود را منتشر نخواهد کرد

مدیر مالی ارشد اپل اعلام کرد که از این پس، آمار فروش محصولات اپل به‌اشتراک گذاشته نخواهد شد، در نتیجه سرمایه‌گذاران دیگر به این اطلاعات دسترسی نخواهند داشت.

به گزارش زومیت، اپل آخرین گزارش مالی فصل چهارم ۲۰۱۸ را منتشر کرد. لوکا ماستری مدیر مالی ارشد اپل، در تماسی با سرمایه‌گذاران به صورت غیرمنتظره اعلام کرد: «اپل قصد ندارد از این پس، آمار فروش محصولات خود از جمله آیفون، اپید یا سیستم‌های کامپیوتری مک را به‌اشتراک بگذارد.» آمار فروش، به‌عنوان یکی از مولفه‌های سلامتی یک شرکت در نظر گرفته می‌شود. با چنین رویکردی، از این پس تحلیلگران و عموم، چنین آئتمی را در اختیار نخواهند داشت. البته با توجه به پیشرو بودن اپل در بازار فروش محصولات، ارائه آمار دستگاه‌های فروخته‌شده، نشان‌دهنده سلامت مالی شرکت نخواهد بود. زیرا اپل دستگاه‌های خود در سطوح قیمتی متفاوتی به فروش می‌رساند. ماستری در ادامه گفت:

با گذشت زمان، در تمام گروه‌های محصولات، اپل دستگاه‌های متنوعی به بازار عرضه می‌کند. با توجه به سطوح قیمت متفاوت محصولات اپل، آمار فروش مفهوم متفاوتی نسبت به گذشته خواهد داشت. در اصل آمار فروش هر مدل محصول، کمتر از گذشته وضعیت شرکت را نشان می‌دهد.

در سال گذشته تنوع قیمت محصولات پرچمداران اپل این موضوع را به‌خوبی نشان می‌دهد. آیفون XS با قیمت پایه ۱۰۹۹ دلار، اپل واچ سری ۴ با ۳۹۹ دلار، اپید پرو جدید با حداقل قیمت ۷۹۹ دلار و مک‌بوک ایر جدید با شروع قیمت ۱۱۹۹ دلار به‌فروش می‌رسند. از آنجایی که اپل قصد فروش واحدهای قدیمی‌تر خود را نیز دارد، سعی کرده است تا قیمت آیفون و اپید را در پایین‌ترین قیمت ممکن نگه دارد. این موضوع در مورد کامپیوترهای مک صادق نیست؛ جایی که نسل‌های گذشته سیستم‌های مک شاهد قیمت نسبتاً یکنواختی بوده‌اند.

آمار فروش محصولات، تنها بخشی از اطلاعات شرکت را در اختیار می‌گذارد. در حالی که اپل ۴۶.۸۹ میلیون دستگاه گوشی آیفون در این فصل به بازار عرضه کرد که این آمار نسبت به سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۷، رشدی را نشان نمی‌دهد، اما درآمد اپل حاصل از فروش آیفون در همین بازه زمانی، رشد ۲۹درصدی را نشان می‌دهد. میانگین قیمت فروش آیفون از ۶۱۸ دلار در سال گذشته میلادی به ۷۹۳ دلار افزایش یافته است که یکی از دلایل این رشد ۲۹درصدی درآمد اپل است.

ماستری طی تماسی تلفنی اعلام کرد که برخی از بزرگترین رقبای اپل همچون گوگل و سامسونگ نیز آمار فروش گوشی‌های هوشمند و تبلت‌های خود را در گزارش‌های مالی فصلی خود ارائه نمی‌دهند. با این وجود، در اختیار داشتن اطلاعات بیشتر در مورد عملکرد شرکت، به‌نفع تحلیلگران بازار است. عدم شفافیت اپل در این حوزه می‌تواند باعث مطرح‌شدن گمانه‌زنی‌های بیشتری در مورد تغییرات احتمالی و پیش‌روی اپل شود.

کاهش ارزش پول ملی؛ فرصتی برای جذب سرمایه‌گذار خارجی

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، گفت در شرایطی که کاهش ارزش پولی ما فرصتی برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی فراهم کرده، اگر بتوانیم مسائل سیاسی فعلی را تا حدودی حل و فصل کرده و امنیت سرمایه‌گذاران را هم تامین کنیم، قطعاً در جهت جذب سرمایه‌ها به کشور کمک قابل توجهی کرده‌ایم. به گزارش خانه ملت، محمدرضا منصوری با ابراز تاسف نسبت به از دست دادن فرصت‌ها برای جذب سرمایه‌گذار در کشور، خاطر نشان کرد: در شرایطی که بهتر می‌شد سرمایه خارجی را جذب کرد، همت مسئولان دولتی کم بود و اگر سرمایه‌گذاران خارجی هم انگیزه‌ای برای مشارکت و سرمایه‌گذاری داشتند، با سنگ‌اندازی‌های عده‌ای که منافعشان تهدید می‌شد، از فعالیت تولیدی در کشور



پشیمان می‌شدند. نماینده مردم سسوه و زرنده در مجلس شورای اسلامی، با اشاره به موقعیت مناسب ایران برای سرمایه‌گذاری، تصریح کرد: کارگر در ایران ماهانه ۷۰ تا ۸۰ دلار حقوق می‌گیرد، در صورتی که کارگر در چین ماهانه ۱۰۰۰ دلار حقوق می‌گیرد. یا در مورد برق می‌توان اشاره کرد که برق برای صنایع در ایران کیلوواتی نیم سنت است که این مبلغ در بسیاری از نقاط دنیا حدود ۱۰ تا ۲۰ سنت است؛ چیزی حدود ۲۰ تا ۴۰ برابر قیمت ایران! این وضع برای انرژی هم صادق است. انرژی تقریباً برای صنایع رایگان است و طبیعی است که سرمایه‌گذاران علاقه‌مندند در کشوری فعالیت کنند که همه چیز ارزان‌تر است. انتقاد از فضای سرمایه‌گذاری در کشور عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، با انتقاد از فضای سرمایه‌گذاری در کشور گفت: سنگ‌اندازی‌هایی که برای اجرای برخی پروژه‌ها در کشور صورت می‌گیرد، نشان می‌دهد منافع عده‌ای با حضور سرمایه‌گذار خارجی در کشور به خطر می‌افتد و ما این کم‌لطفی‌ها را در جریان فعالیت پروژه رنو در کشور شاهد بودیم که البته خوشبختانه توانستیم کار را به سرانجام برسانیم.

تهدید می‌شد، از فعالیت تولیدی در کشور پشیمان می‌شدند. نماینده مردم سسوه و زرنده در مجلس شورای اسلامی، با اشاره به موقعیت مناسب ایران برای سرمایه‌گذاری، تصریح کرد: کارگر در ایران ماهانه ۷۰ تا ۸۰ دلار حقوق می‌گیرد، در صورتی که کارگر در چین ماهانه ۱۰۰۰ دلار حقوق می‌گیرد. یا در مورد برق می‌توان اشاره کرد که برق برای صنایع در ایران کیلوواتی نیم سنت است که این مبلغ در بسیاری از نقاط دنیا حدود ۱۰ تا ۲۰ سنت است؛ چیزی حدود ۲۰ تا ۴۰ برابر قیمت ایران! این وضع برای انرژی هم صادق است و طبیعی است که سرمایه‌گذاران علاقه‌مندند در کشوری فعالیت کنند که همه چیز ارزان‌تر است. انتقاد از فضای سرمایه‌گذاری در کشور عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، با انتقاد از فضای سرمایه‌گذاری در کشور گفت: سنگ‌اندازی‌هایی که برای اجرای برخی پروژه‌ها در کشور صورت می‌گیرد، نشان می‌دهد منافع عده‌ای با حضور سرمایه‌گذار خارجی در کشور به خطر می‌افتد و ما این کم‌لطفی‌ها را در جریان فعالیت پروژه رنو در کشور شاهد بودیم که البته خوشبختانه توانستیم کار را به سرانجام برسانیم.

مدیران فناوری اطلاعات به کسب‌وکار داده‌محور در خدمت جامعه می‌پردازند

ششمین همایش ملی «مدیران فناوری اطلاعات» با محوریت کسب‌وکار داده‌محور در خدمت جامعه؛ همراه با چهارمین جایزه ملی «فاب» با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی ۴ دی ماه ۹۷ در تهران برگزار می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ششمین همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات در سال ۱۳۹۷ به پشتوانه تجربه چند دهه فعالیت پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) با رویکرد میان‌رشته‌ای و با شعار «کسب‌وکار داده‌محور در خدمت جامعه» به منظور آشنایی و تبادل دیدگاه‌ها، دستاوردها و تجربه‌های فرهنگی، مدیریتی و فناوریانه حاصل از به‌کارگیری فناوری اطلاعات، با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی برگزار می‌شود. این رویداد با توجه به توسعه و گسترش علم و دانش در حوزه مدیریت و فناوری اطلاعات و با تاکید بر ارتقای تخصص و مهارت مدیران این حوزه، بر آن است ضمن معرفی دستاوردهای برگزیده در حوزه‌های گوناگون علوم و فناوری اطلاعات؛ با برقراری پیوند کاری میان صاحب‌نظران و پژوهشگران

علوم مختلف، جهت بهبود نگرش داده‌محور در لایه‌های گوناگون سازمانی با تمرکز بر حکمرانی داده‌ها در حوزه‌های مختلف اطلاعات و فناوری اطلاعات گام بردارد. محورهای ششمین همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات را سه حوزه علمی-فناورانه، سیاستی-مدیریتی و نیز اجتماعی-فرهنگی تشکیل می‌دهد. حوزه علمی-فناورانه شامل موضوعاتی چون کسب‌وکار هوشمند؛ هوش مصنوعی؛ کلان داده؛ کیفیت داده و استانداردها؛ تحلیل هوشمند داده‌ها؛ امنیت و ایمنی؛ معماری فناوری اطلاعات؛ مصورسازی داده‌ها و اطلاعات؛ سیستم‌های تصمیم‌یار می‌شود. در حوزه سیاستی-مدیریتی به موضوعاتی مانند حکمرانی داده؛ مدیریت دانش؛ دولت الکترونیکی؛ کسب‌وکارهای مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی؛ بازاریابی و بازاریابی؛ اقتصاد داده‌محور؛ پلتفرم‌های کسب‌وکار؛ سیاست‌گذاری داده‌محور؛ آینده‌نگاری و حکمرانی داده‌ها؛ مشارکت عمومی-خصوصی در مدیریت اطلاعات؛ ارزیابی فناوری اطلاعات؛ سلامت الکترونیکی؛ گردشگری الکترونیکی؛ یادگیری الکترونیکی پرداخته خواهد شد.

ششمین همایش ملی «مدیران فناوری اطلاعات» با محوریت کسب‌وکار داده‌محور در خدمت جامعه؛ همراه با چهارمین جایزه ملی «فاب» با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی ۴ دی ماه ۹۷ در تهران برگزار می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ششمین همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات در سال ۱۳۹۷ به پشتوانه تجربه چند دهه فعالیت پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) با رویکرد میان‌رشته‌ای و با شعار «کسب‌وکار داده‌محور در خدمت جامعه» به منظور آشنایی و تبادل دیدگاه‌ها، دستاوردها و تجربه‌های فرهنگی، مدیریتی و فناوریانه حاصل از به‌کارگیری فناوری اطلاعات، با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی برگزار می‌شود. این رویداد با توجه به توسعه و گسترش علم و دانش در حوزه مدیریت و فناوری اطلاعات و با تاکید بر ارتقای تخصص و مهارت مدیران این حوزه، بر آن است ضمن معرفی دستاوردهای برگزیده در حوزه‌های گوناگون علوم و فناوری اطلاعات؛ با برقراری پیوند کاری میان صاحب‌نظران و پژوهشگران



علوم مختلف، جهت بهبود نگرش داده‌محور در لایه‌های گوناگون سازمانی با تمرکز بر حکمرانی داده‌ها در حوزه‌های مختلف اطلاعات و فناوری اطلاعات گام بردارد. محورهای ششمین همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات را سه حوزه علمی-فناورانه، سیاستی-مدیریتی و نیز اجتماعی-فرهنگی تشکیل می‌دهد. حوزه علمی-فناورانه شامل موضوعاتی چون کسب‌وکار هوشمند؛ هوش مصنوعی؛ کلان داده؛ کیفیت داده و استانداردها؛ تحلیل هوشمند داده‌ها؛ امنیت و ایمنی؛ معماری فناوری اطلاعات؛ مصورسازی داده‌ها و اطلاعات؛ سیستم‌های تصمیم‌یار می‌شود. در حوزه سیاستی-مدیریتی به موضوعاتی مانند حکمرانی داده؛ مدیریت دانش؛ دولت الکترونیکی؛ کسب‌وکارهای مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی؛ بازاریابی و بازاریابی؛ اقتصاد داده‌محور؛ پلتفرم‌های کسب‌وکار؛ سیاست‌گذاری داده‌محور؛ آینده‌نگاری و حکمرانی داده‌ها؛ مشارکت عمومی-خصوصی در مدیریت اطلاعات؛ ارزیابی فناوری اطلاعات؛ سلامت الکترونیکی؛ گردشگری الکترونیکی؛ یادگیری الکترونیکی پرداخته خواهد شد.

کودکان سوئدی تبلیغ نمی بینند

سوئد در سال ۱۹۹۱ قانون منبع پخش آگهی‌های تبلیغاتی را برای کودکان زیر ۱۲ ساله تصویب کرد. این قانون به تمام آگهی‌های مربوط به اسباب‌بازی و خوراکی‌ها حین یا بعد از برنامه‌های تلویزیونی کودکان برمی‌گردد. استدلال تصویب قانون این بود که کودکان قادر نیستند تفاوت بین آگهی‌های تبلیغاتی و برنامه‌های مخصوص خودشان را تشخیص دهند - تحقیقات زیادی این نظر را تایید می‌کند.

تا پیش از این قانون، شبکه‌های این کشور بمبارانی از آگهی‌های تبلیغاتی از برندهای مختلف را پخش می‌کردند و پس از آن، به تبلیغ فرآورده‌های غذایی سالم و تشویق کودکان و والدین به خوردن غذای سالم پرداختند.

براساس یک تحقیق انجام‌شده در دانشگاه ییل (Yale)، کودکان بین سنین ۷ تا ۱۱ هنگام تماشای کارتون نمی‌توانند بین برنامه اصلی خودشان و آگهی‌های غذایی نشان داده‌شده بین برنامه، تفاوتی بگذارند و در نتیجه هنگام تماشای آگهی‌ها اسنک‌ها و غذاهای شکردار بیشتری می‌خورند و همچنین بسیاری از گزینه‌های پخش‌شده در آگهی‌ها را نیز می‌خواهند؛ در حالی که وقتی کارتون بدون آگهی می‌بینند این اتفاق نمی‌افتد.

به نظر می‌رسد سوئد برای تصویب این قانون حق داشته و هنگامی که در سال ۲۰۰۱ ریاست اتحادیه اروپا را به عهده داشت می‌خواست این قانون را در تمام اتحادیه اروپا جاری کند که موفق نشد.

قانون همچنان در این کشور پابرجاست ولی کانال‌های ماهواره‌ای کشورهای دیگر توانسته تا حدی از تاثیر آن بکاهد.

دل‌مشغولی درباره مسائل اخلاقی ناشی از تبلیغ غذاهای ناسالم افزایش زیادی پیدا کرده است؛ یافته‌ها نشان می‌دهد ارتباط مستقیمی بین چاقی کودکان و در معرض تبلیغات بودن، وجود دارد؛ این نگرانی‌ها با وجود شخصیت‌های کارتون‌هایی که به تبلیغ خوراکی و غذا می‌پردازند، بیشتر شده است.

تحقیقات همچنین نشان می‌دهد که آگهی‌های تبلیغاتی پخش‌شده بین برنامه‌های تلویزیونی درگیری‌های بین والدین و فرزندان را - به دلیل تاکید بر ارزش‌های مادی - افزایش می‌دهد.

نظرات مصرف‌کنندگان در کمپین آژانس Grey لندن

آژانس تبلیغاتی Grey لندن با راه‌اندازی کمپینی بزرگ برای شرکت نظرات بر مصرف‌کننده «Which؟»، این هفته به تبلیغات آنلاین و خارج از خانه (OOH) در سرتاسر محبوب‌ترین ایستگاه‌های قطار و مترو لندن روی آورد.

Brief آژانس تبلیغاتی Grey لندن انتقال این پیام به مردم است که بررسی محصول ارزش مشترک شدن جهانی را دارد که در آن شما امکان دریافت نظرات دیگران به صورت رایگان را دارید. این در حالی است که جایگاه برند به عنوان یک برند مدرن، مرتبط و جذاب مخاطبان جوان‌تر تقویت می‌شود.

کنار حضور خارج از خانه، کمپین شامل یک مشارکت چاپی با روزنامه «Evening Standard» و مشارکت رادیویی با شرکت رسانه‌ای «LBC Global» می‌شود. اجرای کمپین از طریق نمایشگر دیجیتال - بنرهای برنامه‌ریزی شده، ویدئوی آنالوگ آنلاین و عناصر اجتماعی بر روی فیس‌بوک و اینستاگرام تحقق می‌یابد. در ادامه یک بررسی توسط سردبیر درباره نظرات جعلی منتشر شده در اینترنت و در مجلات Which؟ انجام می‌شود.

مدیریت برنامه‌ریزی نظرات توسط آژانس دیجیتال «Craft & Media» و برنامه‌ریزی رسانه‌ها توسط شرکت رسانه‌ای «MC&C» انجام می‌شود.

بانک HSBC: در دوران ابهام و تردید، ارتباط با مشتریان کلید پیشرفت است

بانک HSBC در حمایت از کسب و کارهای انگلستان کمپینی را راه انداخته است که سومین مورد در سری کمپین‌هایش با درخشش کم‌دین معروف، ریچارد آیوناده، به حساب می‌آید.



در کمپین، نخستین محصول توسعه‌یافته توسط آژانس تبلیغاتی Grey لندن، شاهد مونولوگ آیوناده درباره دلیل نیاز کسب و کارها به استقبال از برقراری ارتباط با افراد هستیم.

در همین حین او پیشنهاد می‌دهد که تنها جایی که در آن چیزی از عبارت «به کسب و کار خود اهمیت دهید» نمی‌شنویم، در میان کسب و کارها است.

به نقل از سارا مایال، مدیر کمپین‌های HSBC، این کمپین تبلیغاتی بیانگر معنی و مفهوم وعده برند ما «ما با هم رشد می‌کنیم» برای کسب و کارها و البته پیام آن ساده است: در دوران ابهام و تردید، استقبال از برقراری ارتباط با دیگران کلید پیشرفت و رشد کسب و کارها محسوب می‌شود.

آگهی تبلیغاتی همه جای انگلستان در تلویزیون، روزنامه‌ها، مجلات، فضای باز، دنیای دیجیتال، رسانه‌های اجتماعی و همچنین با پشتیبانی پادکست پخش خواهد شد.

منبع: mbanews

به قلم: آلن مورا با یاشی کارشناس حوزه تبلیغات
ترجمه: علی‌العلی

خوشبختانه اکنون قوانین سخت و سخت در زمینه حمایت از آثار کاربران در شبکه‌های اجتماعی کار دیگران برای سرقت این آثار را دشوار کرده است. به این ترتیب کاربرانی نظیر عکاس‌ها، تولیدکنندگان ویدئو، موسیقی‌دان‌ها و سایر هنرمندان با خیالی راحت‌تر به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی می‌پردازند.

اگر برند شما در زمینه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی به طور کامل بر روی محتوای تولید خودش اتکا ندارد، احتمال اینکه برندات به صورت ناخواسته برخی از قوانین شبکه‌های اجتماعی را زیر پا بگذارد، بالا خواهد بود. به این ترتیب تفکر دوباره در مورد استراتژی برندمان در شبکه‌های اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد.

قانون کپی‌رایت ایالات متحده سلسله خسارت‌هایی با روند صعودی تا ۱۵۰ هزار دلار برای هر عکس در دنیای دیجیتال تعریف کرده است. درست به همین خاطر بسیاری از ما مجاری برندهای مختلف در دادگاه‌ها را نمی‌شنویم. در هر صورت نرخ جریمه برای همه یکسان است. با این حال بی‌اطلاعی ما از سرنوشت برندهای قانون‌گریز به معنای عدم پیگیری فعالیت غیرمجاز آنها از سوی سازمان‌های مرتبط نیست.

در این مقاله هدف من آگاه‌سازی شما و برندات از برخی قوانین و نکات مهم حوزه شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب امنیت کسب و کار شما تا حد زیادی تامین خواهد شد. توجه داشته باشید که نکات این مقاله شاید تمام قوانین را شامل نشود. دلیل این امر نیز واضح است، تمرکز من فقط بر روی نکات و قوانین بسیار مهم خواهد بود.

روابط‌ها و سیستم‌های یافتن قانون‌شکنی را ساده‌تر می‌کنند

سرورس جست‌وجوی تصاویر گوگل امکان بارگذاری عکس و جست‌وجوی نمونه‌های مشابه آن را برای کاربران مهیا کرده است. برندهای بزرگ عکاسی نظیر Getty Images از این سرورس به صورت خودکار برای یافتن تصاویر آژانس‌شان که بدون مجوز در حال استفاده است، سود می‌برند. به این ترتیب هرگاه تصویری به صورت غیرمجاز استفاده شود، این برند پیگیری‌های حقوقی علیه موسسه متخلف را صورت خواهد داد. اگر تولیدکننده محتوای بصری هستید، این راهکار برای شما بسیار ساده و هوشمندانه خواهد بود.

دنیای مدرن کار یافتن تخلف‌ها را برای کاربران و افراد عادی ساده می‌کند. به این ترتیب شاید دیگر دوره سرعت ساده و بی‌هزینه اطلاعات به سر رسیده باشد. این خبر بیش از همه برای برندهای فعال در زمینه تجارت آنلاین محتوای بصری خوشحال‌کننده است.

این کار را انجام دهید: تصویر خود را در سایت‌های ارائه تصاویر استاک لایسنس ارائه کنید. به این ترتیب هر کاربری که قصد استفاده از محتوای شما را داشته باشد، مجبور به اخذ مجوز یا خرید عکس از برنداتان است. همچنین از سیستم‌های هوشمند و اتوماسیون برای یافتن افراد متخلف استفاده کنید. این کار در عین هزینه اندک به راحتی از محتوای شما حفاظت خواهد کرد.

ارائه مجوز به یک برند به معنای توانایی استفاده همگانی نیست
در بسیاری از مواقع برندها گمان می‌کنند با تگ حساب کاربری صاحب عکس مجوز استفاده از آن را خواهند داشت. با این حال براساس قوانین رسمی در صورت تمایل فرد مورد نظر امکان پیگیری حقوقی عمل چنین برندهایی وجود دارد. در بسیاری از مواقع یک موسسه یا فرد خصوصی مجوز استفاده از محتوای بصری خود را به یک برند می‌دهد. آن برند نیز با درج نام طرف مقابل از محتوای مورد نظر استفاده می‌کند. مشکل اصلی از جایی شروع می‌شود که سایر برندها نیز اقدام به تکرار چنین کاری می‌کنند. نکته مهم در اینجا نبود هیچ‌گونه مجوز یا حتی صحبت میان برندهای نوبت دوم با صاحب اصلی محتوای مورد نظر است. براساس قوانین رسمی فعالیت غیرمجاز در شبکه‌های اجتماعی چنین کاری مصداق بارز نقض قانون کپی‌رایت

قانون کپی‌رایت و چالش‌های پیش روی برندها در دنیای آنلاین

آیا برند شما قانون شبکه‌های اجتماعی را زیر پا می‌گذارد؟



مشکل می‌شوند. در بسیاری از مواقع مشکل اصلی تفاوت میان سوزه تصویر و طرف تهیه‌کننده عکس است. بسیاری از برندها یا افراد مشهور برای جلوگیری از چنین حوادثی اقدام به استخدام عکاس رسمی برای خود می‌کنند. به این ترتیب چنین اشتباهاتی به حداقل خواهد رسید.

محتوای تولیدی کاربران هنوز تکلیف مشخصی ندارد

برندها عاشق محتوای تولیدی کاربران خود هستند. در هر صورت این نوع محتوا فرصت عالی را برای برندها به منظور بازگذاری محتوای رایگان فراهم می‌کند. در نگاه نخست شاید چنین محتوایی برای بارنشر بسیار ساده و عاری از قوانین دست و پا گیر باشد. برند کالوین کلین با همین فکر به سراغ راه‌اندازی کمپین My Calvins با هشتگی مشابه رفت. در زمینه بازنشر چنین محتوایی میان کارشناس‌ها و حقوقدان‌های حوزه آنلاین اختلاف نظر وجود دارد. از یکسو برخی معتقدند که برندها برای بازنشر چنین محتوایی هم باید از طرف مقابل مجوز اخذ کنند. با این حال در سوی دیگر فرض بر آگاهی مخاطب از بازنشر محتوای‌اش به هنگام استفاده از هشتگ برندی خاص است. به این ترتیب کاربران برند کالوین کلین حق اعتراض نسبت به بازنشر محتوای خود را ندارند. دلیل آن هم روشن است: خود آنها از هشتگ این برند استفاده کردند.

اگرچه در نگاه نخست این مسئله تا حدی ساده به نظر می‌رسد، اما هنوز هم تکلیف روشن و قطعی برای مجاری محتوای تولیدی کاربران مشخص نشده است. به این ترتیب شاید منصفانه باشد که اعلام کنیم این حوزه از فعالیت در شبکه‌های اجتماعی همچنان مه‌آلود است.

آگاهی از قوانین پلتفرم مورد نظر

شبکه‌های اجتماعی مختلف براساس زمینه تمرکزشان قوانین نسبتاً متفاوتی از هم دارند. به این ترتیب پیش از شروع فعالیت در یک شبکه اجتماعی خاص باید درک کافی و دقیقی از قوانین آن داشته باشیم. خوشبختانه همه پلتفرم‌های اجتماعی قوانین خود را در سایت رسمی‌شان قرار داده‌اند. به این ترتیب با مراجعه به بخش اطلاعات بیشتر یا قوانین در سایت رسمی آنها به راحتی از قوانین جزئی آنها مطلع خواهید شد.

در مورد اینستاگرام یک قانون کاملاً ویژه و تا حدی مبهم وجود دارد. براساس اعلام رسمی این پلتفرم استفاده از محتوای آسیب‌زننده به دیگران در اینستاگرام ممنوع است. البته ماهیت «محتوای آسیب‌زننده» هنوز مشخص نیست. به همین دلیل افراد بسیاری از این مفهوم در معنایی گسترده و حتی گاهی خنده‌دار استفاده می‌کنند. نکته مهم در اینجا ضرورت توجه به قوانین ویژه هر پلتفرم است. در غیر این صورت احتمال مواجهه با مشکلات فراوان در آینده برای برند ما وجود خواهد داشت.

وضعیت شبکه‌های اجتماعی همچنان گیج‌کننده است

دنیای واقعی قوانین دقیق، مدون و روشن خود را دارد. با این حال در زمینه دنیای مجازی قوانین هنوز از شفافیت کافی برخوردار نیستند. به همین دلیل توصیه اغلب افراد متخصص در زمینه شبکه‌های اجتماعی دقت به هنگام استفاده از محتوای سایر برندهاست. شاید به همین دلیل امروزه تولید محتوا استراتژی راهبردی اغلب برندهای بزرگ و کوچک قلمداد می‌شود. در هر صورت این مه‌آلودگی فضای شبکه‌های اجتماعی تا حد زیادی به حفاظت از محتوای ناشران نیز کمک می‌کند.

البته برای کاربران هنوز هم دردسرهای زیادی وجود دارد. برای کاربران معمولی کمتر مشکلات کپی‌رایت پیش می‌آید. دلیل آن نیز روشن است: این کاربران اصولاً استفاده تجاری از شبکه‌های اجتماعی نمی‌کنند. در مورد برندها اما داستان کاملاً متفاوت است. آنها برای توسعه کسب‌وکار خود در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند. در چنین شرایطی پیگیری تخلف‌های آنها به دلیل درآمدی‌شان کاملاً منصفانه به نظر می‌رسد. البته در مورد کاربران حقیقی نیز قوانین اجازه آزادی عمل بیش از اندازه را نمی‌دهد. به عبارت ساده، در شبکه‌های اجتماعی باید حق نشر خالق اثر محترم شمرده شود. در غیر این صورت پلتفرم میزبان و صاحب اثر فرصت پیگیری ساده و سریع ماجرا را خواهد داشت.

منبع: contentmarketinginstitute

است. نکته مهم دیگر در اینجا، علاوه بر قانون‌شکنی، احتمال بالای تگ افراد غیرمرتبط با تولیدکننده محتوای اصلی است. این امر به دلیل بازنشر چند باره تصاویر در شبکه‌های اجتماعی رخ می‌دهد.

یک برند بزرگ حوزه مد با بیش از ۳ میلیون فالوور اخیراً پستی از یک هتل فرانسوی به نام Des Hauts در اکانت خود منتشر کرد. اشتباه بزرگ این برند حوزه مد عدم اخذ مجوز از عکاس اصلی این تصویر بود. به این ترتیب عکاس آن تصویر اقدامات قانونی برای مجازات این برند را انجام داد. نتیجه چنین اقدامی یک رسوایی بزرگ برای برندی با بیش از ۳ میلیون فالوور بود. جیمی پک به عنوان عکاس تصویر مورد بحث به شدت از قانون‌شکنی برند مقابل ناراحت بود. اگرچه برند داستان ما به سرعت آن تصویر را از اکانت‌های خود حذف کرد، اما تغییری در موضع جیمی ایجاد نشد.

این کار را انجام دهید: به یاد داشته باشید که در شبکه‌های اجتماعی هیچ محتوایی بدون صاحب نیست. به این ترتیب به هنگام ضرورت صاحب اصلی محتوا نسبت به حق خواهی از شما اقدام خواهد کرد. پرهیز از بازنشر محتوای سایر برندها یکی از راهکارهای مناسب برای دوری از مشکلات مربوط به کپی‌رایت است. به این ترتیب شما دیگر دردسرهای مشابه این بخش را تجربه نخواهید کرد.

استفاده منصفانه آنطور که به نظر می‌رسد، نیست

مردم به طور معمول از عبارت «استفاده منصفانه» در دفاع از خود به هنگام نقض قانون کپی‌رایت استفاده می‌کنند. نکته مهم در اینجا فهم نادرست بسیاری از افراد نسبت به مفهوم استفاده منصفانه است. در قانون کپی‌رایت ایالات متحده از چهار استثنای ذیل به عنوان مصداق استفاده منصفانه یاد شده است:

- نوع و ماهیت موسسه استفاده‌کننده از محتوا (منظور از این عبارت امکان استفاده رایگان از سوی سازمان‌های بشردوستانه و عام‌المنفعه است).
- طبیعت فرآیند کپی‌رایت.
- بارگذاری و استفاده از تصاویری که فقط تا حدودی شبیه به محتوای اصلی هستند.
- عدم تاثیرگذاری مستقیم و شدید بر روی کسب‌وکار شرکت صاحب امتیاز محصول.

همانطور که مشاهده می‌کنید، دامنه مفهوم استفاده منصفانه بسیار محدود است. به این ترتیب بسیاری از برندها و افراد در حال زیر پا گذاشتن قانون هستند. اگرچه در برخی موارد کسی متوجه این قانون‌شکنی نمی‌شود، اما در صورت اثبات شما و کسب‌وکارتان در دردمر بزرگی خواهید افتاد.

یکی از بحث‌برانگیزترین حوزه‌های کپی‌رایت در مورد سلبریتی‌هاست. در این زمینه قوانین شبکه‌های اجتماعی حق تولید محتوای خلاقانه با حضور سلبریتی‌ها را برای خالقین محفوظ نگه داشته است. به این ترتیب ما در صورت ضبط ویدئو یا تصویری از سلبریتی‌ها مجاز به استفاده شخصی از آنها هستیم. همچنین تصاویر رایگان سطح اینترنت نیز (به استثنای مطبوعات) برای سایر کاربران و برندها رایگان است. نکته جالب در این میان درگیری مدل مشهور گیگی حدید با عکاسی مطرح به نام پیتر کیدا است. این ماجرا مربوط به اقدام گیگی مینی بر بارگذاری تصویری از خود در شبکه‌های اجتماعی است. این تصویر را پیتر چندی پیش از مدل مشهور انداخته بود. گیگی حدید گمان می‌کرد به دلیل حضورش در این تصویر حق استفاده از آن را دارد. با این حال پیتر پس از فهمیدن ماجرا اقدام به شکایت از این مدل مشهور کرد. جالب اینکه دادگاه نیز به نفع پیتر رای داد.

همانطور که مشاهده می‌کنید، حتی در زمینه استفاده سلبریتی‌ها از تصاویر خودشان نیز قانون شبکه‌های اجتماعی عجیب و پر از پیچیدگی به نظر می‌رسد. این کار را انجام دهید: هیچ‌گاه برای استفاده از محتوای دیگران به مفهوم استفاده منصفانه دلخوش نشوید. در حقیقت این مفهوم با آنچه در میان مردم برداشت می‌شود، تفاوت چشمگیری دارد. به همین دلیل حتی افراد مشهوری مانند مدل این بخش نیز در زمینه درک آن دچار

ایستگاه بازاریابی

۶ اقدام حفظ مشتری در برابر سایر برندها

به قلم: وندی کاتیک بازاریاب و نویسنده حوزه فروش و تبلیغات
مترجم: امیرالعلی

امروزه فضای کسب‌وکار به نحوی است که در هر حوزه تعداد زیادی شرکت وجود دارد. تحت این شرایط هر یک از آن‌ها به دنبال رشد سریع هستند تا جایگاه مطلوبی را در بازار برای خود ایجاد کنند. همین امر یک محیط به شدت رقابتی را شکل داده است. بدون شک از جمله الزامات رقابت، اقدام علیه یکدیگر است. در این رابطه با توجه به این امر که بقای برند شما به وجود مشتری وابسته است، بدون شک هدف اصلی این دسته از اقدامات متوجه آن‌ها خواهد بود. اگرچه نمی‌توان مانع رفتار و عملکرد رقابتی سایر برندها شد، با این حال با رعایت برخی از نکات قادر خواهید بود تا مشتریان خود را در برابر آن دسته از اقدامات حفظ کنید، که در ادامه به بررسی آن‌ها خواهیم پرداخت.

۱- همواره در دسترس باشید

در راستای عدم نادیده گرفته شدن، لازم است تا حضور خود را به صورت مکرر اعلام کنید. فراموش نکنید که مشتریان شما از آزادی عمل برای خرید برخوردار هستند و این امر می‌تواند باعث شود تا آن‌ها تحت تاثیر سایر تبلیغات قرار گرفته و در نهایت برندی دیگر را امتحان کنند. این امر در حالی است که نتایج آمارها در این رابطه حاکی از آن است که یادآوری عملی است که باعث خواهد شد تا به خوبی در ذهن مخاطب حفظ شده و شانس مراجعه به محصول و برندی دیگر، به شدت کاهش پیدا کند. در این رابطه تنها به یک روش بسنده نکرده و تمامی پل‌های ارتباطی را به کار بگیرید. در آخر از اهمیت و روش بی‌نظیر شبکه‌های اجتماعی و ضرورت فعالیت جذاب و خلاقانه در آن، غافل نشوید.

۲- ارزش آفرینی داشته باشید

وجود یک یا چند وجه تمایز و مزیت رقابتی، به خوبی باعث خواهد شد تا مشتریان نتوانند تجربه به دست آورده با برند شما را با شرکتی دیگر داشته باشند. با این حال فراموش نکنید که این مزیت شما باید امری کاملا جذاب باشد تا مخاطب را به خوبی با خود درگیر کند. برای مثال این امر که به یک پایگاه داده در عرصه کاری خود تبدیل شوید، خود به خوبی تفاوت شما را با سایرین به اثبات خواهد رساند. در آخر این بخش ذکر این نکته ضروری است که لازم است تا در این رابطه از بازخوردها و نظرات مشتریان به خوبی استقبال کرده و آن‌ها را جدی بگیرید. فراموش نکنید که نحوه عملکرد شما، مرز میان حرفه‌ای و مبتدی بودن شرکت خواهد بود.

۳- از مشتریان خود برای تکمیل اطلاعات و آگاهی نسبت به اوضاع بازار، استفاده کنید

بدون شک برای پیش‌بینی و خنثی کردن تحرکات سایر رقبا، شما نیاز به منابع اطلاعاتی کاملا درست و کاربردی خواهید داشت. اگرچه این امر تا حدی دشوار به نظر می‌رسد، با این حال شما می‌توانید در این رابطه از مشتریان خود به عنوان افرادی که مستقیما در جریان جو حاکم در بازار هستند، استفاده کنید. با این حال این امر که توقع داشته باشید که آن‌ها به صورت رایگان این کار را برای شما انجام دهند نیز انتظاری کاملا بی‌جا خواهد بود. با این حال این امر به معنای تعیین درآمد برای آن‌ها نبوده و شما می‌توانید با ارائه کدهای تخفیف ویژه، به خوبی آن‌ها را برای این انجام آن مجاب کنید. بدون شک برگزاری یک دوره آموزشی نیز در عملکرد بهتر آن‌ها نقش مهمی را خواهد داشت.

۴- به یک پاسخگوی جامع و منبع اطلاعات مفید تبدیل شوید
به هر میزانی که از سطح اطلاعات بیش‌تری برخوردار باشید، در رابطه با پاسخگویی به مشتریان عملکرد درخشان‌تری را خواهید داشت. امروزه از جمله اشتباهات بزرگ برندهای متعدد، این است که آن‌ها تنها توجه خود را به امر فروش محصول قرار داده و توجهی به سئوالات شکل گرفته در ذهن مشتریان، ندارند. همین امر نیز باعث می‌شود تا امکان جذب مشتریان بلندمدت که به اصطلاح آن‌ها را مشتریان واقعی می‌نامند، از این شرکت‌ها سلب شود. در این رابطه به‌روز شدن و تکمیل اطلاعات نیز از جمله عوامل تعیین‌کننده خواهد بود.



۵- ضد حمله را تمرین کنید

همواره نباید به دنبال اقدامات دفاعی بود، در واقع شما نباید اجازه دهید که ضربه زدن به شما، به عادت رقبا تبدیل شود. به همین خاطر لازم است تا شما نیز برنامه‌هایی برای ضربه زدن به آن‌ها در اختیار داشته باشید. این امر در نهایت باعث خواهد شد تا سایرین به این نکته مهم برسند که ضربه زدن به شما بدون جواب و هزینه نخواهد بود. با این حال توصیه می‌شود تا همواره تنوع به دنبال اقدام علیه برندهایی باشید که به شما آسیبی را وارد کرده‌اند. علت این امر نیز به این خاطر است که به تعداد دشمنان شما اضافه نشود. بدون شک وارد شدن به یک جنگ، برای هر دو طرف هزینه‌هایی را در بر خواهد داشت که سرعت رشد آن‌ها را کند خواهد کرد.

-عزخ قیمت‌های خود را مدیریت کنید
عامل مقرون به صرفه بودن، از جمله دلایل مهم در خرید افراد محسوب می‌شود. بدون شک این امر که برند بتواند محصولی تقریبا مشابه را با قیمتی به مراتب کمتر روانه بازار کند، باعث خواهد شد تا نگاه‌های بی‌شماری معطوف به این برند شود. به همین خاطر لازم است تا همواره نرخی عقلانی و مناسبی را تعیین کرده و به دنبال راهکارهایی برای کاهش هزینه محصولات خود باشید. در این رابطه تحلیل قیمت پایین‌تر سایر برندها نیز می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی محسوب شود.

اصول بازاریابی محتوایی در تویتر



به قلم: پریسانی برگر کارشناس حوزه بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی‌آل‌علی

برای بازاریابی‌های محتوایی تویتر یک چالش منحصر به فرد است. به عنوان بازاریاب همه ما عاشق تولید محتوا هستیم. با این حال پلتفرم تویتر فقط امکان بارگذاری شمار محدودی از محتوا در بازه‌های زمانی مشخص را می‌دهد.

صرف‌نظر از محدودیت ۱۴۰ کاراکتری برای هر توییت، تویتر حال و هوایی کاملا متفاوت با سایر شبکه‌های اجتماعی دارد. بی‌شک سایر شبکه‌های اجتماعی هم محدودیت کاراکتر برای کیشکن دارند. با این حال اغلب آنها دامنه محدودیت را به قدری وسیع کرده‌اند که دیگر به چشم نمی‌آید.

بازاریابی محتوایی در تویتر به دلیل محدودیت‌های مختلف بسیار واقع‌گرایانه‌تر است. بر این اساس در اینجا با پلتفرم میزبان کاملا متفاوت و چالش‌برانگیزی برای فعالیت بازاریابی مواجه هستیم. آیا ذکر دشواری و پیچیدگی فعالیت در تویتر کافی است؟ بی‌تردید این کار هیچ فایده‌ای برای شما در پی ندارد. به همین دلیل در ادامه این مقاله به پنج اصل بنیادی در بازاریابی محتوایی در تویتر اشاره خواهیم کرد.

۱. یافتن مخاطب‌های هدف

نخستین کار ما در تویتر به منظور راه‌اندازی یک کمپین بازاریابی موفق یافتن مخاطب‌های هدف است. در هر صورت مخاطب‌های ما در شبکه‌های اجتماعی متفاوتی حضور دارند. فهم میزان مشارکت و فعالیت مخاطب ایده‌آل ما در تویتر به منظور مدیریت یک کمپین بازاریابی موفق حیاتی است.

به عنوان یک کارشناس حوزه بازاریابی هیچ‌گاه توجه به کمیت به جای کیفیت را توصیه نمی‌کنم. با این حال در تویتر تقریبا کار دشوار است. دلیل اصلی این قضیه بازم مربوط به محدودیت بارگذاری مطلب در تویتر است. با چنین محدودیتی کاربران تمایل به انتشار توییت بیشتری دارند. در چنین شرایطی جلب نظر کاربران مشتاق نیازمند فعالیت بیشتری است.

یافتن کاربران علاقه‌مند به کسب‌وکارمان در تویتر بدون استفاده از ابزارهای کمکی بسیار دشوار خواهد بود. به همین دلیل در اینجا استفاده از ابزارهایی نظیر Followerwonk و هوت سئویت توصیه می‌شود. توجه داشته باشید که این ابزارها فقط شما را در یافتن مخاطب هدف یاری خواهد کرد. بنابراین به طور کلی با ابزارهای افزودن کاربران تقلبی به صفحه‌مان تفاوت دارند.

۲. یافتن ایده‌های مناسب برای محتوا

تویتر بهترین پلتفرم برای توسعه ایده‌های تازه است. بر این اساس به جای تمرکز بر روی محتوای تکراری و کلیشه‌ای باید به سراغ ایده‌پردازی رفت.

یکی از راهکارهای مناسب برای خلق ایده‌های جدید توجه به محتوای تولیدی کاربران است. به این ترتیب هم از ایده‌های جذاب کاربران مطلع خواهید شد و هم با توجه به ایده‌های مشتریان رضایت آنها را جلب خواهید کرد.

به بیانی دیگر، کاربران با نظرات و ایده‌های‌شان به طور کاملا شفاف نوع محتوای مورد علاقه‌شان را به اطلاع شما می‌رسانند. در هر صورت بازاریابی محتوایی بر مدار سرگرمی، حل مشکلات مخاطب و پاسخگویی به پرسش‌های آنها جریان دارد. همچنین این فرآیند به هیچ‌وجه یکطرفه نیست. به این ترتیب توجه به نظرات و صدای مخاطب

اهمیت بالایی پیدا می‌کند. اگر راهکاری به جز این را در عرصه بازاریابی دنبال کنیم، سرنوشت چندان موفقی در انتظارمان نخواهد بود.

۳. توسعه محتوا

صرف نظر از توجه به نظرات کاربران، یکی دیگر از مراحل بهبود کمپین بازاریابی محتوایی در تویتر به اشتراک‌گذاری لینک‌های مختلف است. به این ترتیب شما مطالب‌تان در شبکه‌های اجتماعی مختلف را به دست کاربران خواهید رساند. در بسیاری از مواقع محتوای یک برند در یک شبکه اجتماعی خاص هرگز به گوش کاربران سایر پلتفرم‌ها نمی‌رسد. به اشتراک‌گذاری لینک مطلب مختلف به شما در زمینه آگاهی‌بخشی پیرامون مطالب‌تان کمک شایانی خواهد کرد. خوشبختانه توسعه محتوا در تویتر محدودیت چندانی ندارد. به این ترتیب لینک‌های ذیل به سادگی قابل اشتراک‌گذاری خواهد بود:

- به اشتراک‌گذاری لینک‌های صفحات وب‌سایت رسمی برندگان
- به اشتراک‌گذاری پیشنهادها بازاریابی نظیر داندوهای رایگان و تخفیف‌های ویژه

- استفاده دوباره از تصاویر و محتوای برندگان در شبکه‌های اجتماعی دیگر

- به اشتراک‌گذاری ویدئوهای یوتیوب، الیوم‌های فیس‌بوک و یافتن محتوای تاثیرگذار در سایر شبکه‌های اجتماعی

بی‌شک بارگذاری مجدد محتوای‌مان در یک شبکه اجتماعی دیگر در ابتدا ظاهر چندان جذابی ندارد. با این حال چنین کاری توجه منطقی قوی دارد. به این ترتیب علاوه بر ایجاد محتوای مناسب برای صفحه‌مان در تویتر مخاطب را نسبت به فعالیت‌مان در سایر شبکه‌های اجتماعی نیز مطلع خواهیم کرد. همچنین این کار رابطه شما و مخاطب را عمیق‌تر خواهد کرد. در هر صورت ما فقط برای مخاطب‌های مهم محتوای‌مان را بازنشر می‌کنیم.

در زمینه توسعه مطالب‌مان استفاده از تعرفه‌های تویتر نیز راهکار مناسبی خواهد بود. در اینجا باید توجه داشت که عمر مفید هر توییت ۲۴ دقیقه است. به این ترتیب پس از گذشت ۲۴ دقیقه توییت ما بخش زیادی از مخاطب خود را جذب کرده است. استفاده از تعرفه‌های توسعه‌دهنده تویتر برای نمایش مطلب‌مان به دامنه وسیع‌تری از کاربران شانس‌مان برای افزایش شمار مخاطب را افزایش خواهد داد. به عنوان بحث پایانی این بخش باید به بازنشر مطالب و به‌روز رسانی‌شان در فواصل زمانی معین توجه داشته باشیم. به عنوان مثال پس از به اشتراک‌گذاری مقاله وب‌سایت‌مان باید نسبت به آپدیت آن در شبکه‌های اجتماعی پس از به‌روز رسانی مقاله توجه کنیم. این کار باعث کاربردی ماندن مطالب قدیمی ما خواهد شد. به این ترتیب مخاطب دیگر با محتوا «از رده خارج» در صفحه تویتر ما مواجه نمی‌شود.

۴. تبدیل فالوورها

بی‌تردید ارتباط با کاربران و به اشتراک‌گذار مطالب جذاب بخش زیادی از پروژه طولانی شما در جذب مخاطب را کامل خواهد کرد. با این حال توجه به یک نکته حیاتی در اینجا ضروری است. فعالیت بازاریابی در هر شکل و الگویی در نهایت باید به اقدامی عملی از سوی مخاطب ختم شود.

به عبارت دقیق، شما باید اجتماع مخاطب‌های‌تان در تویتر را به مشترکین یا خریدارهای برندان تبدیل کنید. برای این کار راه‌های زیادی وجود دارد. تویتر نیز فقط یکی از ابزارهای شما در این مسیر محسوب می‌شود. به این ترتیب هدف‌گذاری شما باید با چشم‌انداز

تبدیل فالوورهای تویتر به مشتریان برندان صورت گیرد. در غیر این صورت فقط بودجه‌تان را در شبکه‌های اجتماعی هدر داده‌اید. نتیجه این هدر دادن منابع مالی نیز فقط سرگرمی مخاطب خواهد بود. پس از گذشت زمان اندکی نیز مخاطب نام برند شما را به طور کلی فراموش می‌کند.

یکی از راهکارهای جذاب برای تبدیل فالوورها به مشتری برندگان استفاده از قابلیت خرید درون پلتفرمی تویتر است. به این ترتیب در کنار توییت ما کادری ویژه برای کاربران به منظور سفارش خرید محصول موردنظر در کمترین زمان ممکن قرار خواهد گرفت. همچنین عضویت کاربران در خبرنامه ایمیلی برندگان نیز راهکاری خلاقانه برای اطلاع‌رسانی در مورد نحوه فروش محصولات و تخفیف‌های ویژه‌مان است.

به عنوان راهکار پایانی باید به اهمیت گفت‌وگو با مخاطب اشاره کنم. بر این اساس در بسیاری از مواقع گفت‌وگوی ساده و صمیمی با مخاطب هدف انگیزه وی را برای خرید دوچندان خواهد کرد. نکته مهم در خصوص گفت‌وگوی کاربران با برند ما ایجاد اعتماد متقابل است. به این ترتیب در صورت انتقاد کاربران نباید از جانب ما حرکت تندی صورت گیرد. در غیر این صورت کاربران انگیزه‌ای برای شرکت با ادامه بحث نخواهند داشت. به منظور تقویت انگیزه کاربران تعیین جوایز برای برترین نقد یا توصیه بسیار تاثیرگذار خواهد بود. در هر صورت انتقاد از برندگان زمینه رفیع آن و موفقیت در آینده را فراهم خواهد کرد.

۵. برقراری ارتباط با افراد تاثیرگذار

در نهایت، شما توانایی استفاده از تویتر به شیوه‌های خلاقانه به منظور برقراری ارتباط با افراد تاثیرگذار در حوزه کسب‌وکار‌تان و خالق محتوای جذاب را دارید.

گام نخست در راستای تعامل با افراد تاثیرگذار توجه به کیفیت محتوای آنهاست. همانطور که پیش از این اشاره شد، به اشتراک‌گذاری لینک‌ها یک راهکار مطلوب در تویتر است. در زمینه جلب نظر افراد تاثیرگذار نیز چنین راهکاری موثر خواهد بود. به این ترتیب با اشتراک‌گذاری لینک محتوای آنها شانس خود را برای برقراری ارتباط افزایش خواهید داد. بی‌شک افراد تاثیرگذار نسبت به بازنشر محتوای‌شان از سوی شما واکنش نشان خواهند داد. معمولا این واکنش به گونه‌ای مثبت ابراز می‌شود. پس از آن نوبت به صحبت در مورد همکاری گسترده می‌رسد. هدف از این نوع همکاری‌ها کمک به تولید محتوای جذاب و چشم‌نواز برای صفحه تویتر برندگان خواهد بود.

گام بعدی برای ارتباط با افراد تاثیرگذار در تویتر اندکی متفاوت‌تر است. در حقیقت این راهکار به درد افراد خجالتی می‌آید. بر این اساس بسیاری از برندها علاقه‌ای به بازنشر مطالب افراد مورد تحسین‌شان ندارند. در این صورت فقط کافی است به صورت مستقیم به فرد موردنظر پیام دهید. متن این پیام باید حاوی ستایش محتوای تولیدی این فرد و تقاضا برای همکاری دوجانبه باشد. به این ترتیب شما به صورتی کاملا متفاوت شانس‌تان برای بارگذاری محتوای حرفه‌ای در تویتر را آزمایش خواهید کرد.

استفاده از تکنیک‌های این مقاله شاید در کوتاه مدت تاثیر مشهودی بر روی کسب‌وکار‌تان در تویتر نگذارد، اما ادامه آن در بلندمدت نتایج مطلوبی به بار خواهد آورد. توجه داشته باشید که هر توییت ۱۴۰ کاراکتری شما در این فرآیند تاثیرگذار است، بنابراین هیچ توییت اضافه یا کلیشه‌ای را بارگذاری نکنید.

منبع: smarp

رهبری

۱۰۰ توصیه مهم کارآفرینان برتر در راستای موفقیت در کسب و کار (۷)

مترجم: امیر آل علی

در شماره‌های پیشین به ۴۸ مورد از توصیه‌های مهم کارآفرینان برتر اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۴۹- چابک و نوآورانه بمانید

ممکن است به علت رویکرد نوینی که دارید، در ابتدای کار خود با موفقیت‌هایی مواجه شوید. با این حال در صورتی که برنامه‌ای برای حفظ این امر نداشته باشید، در نهایت تمامی نتایج برای شرکت شما مقطعی بوده و در سطحی محدود باقی خواهید ماند. در این رابطه توصیه می‌شود تا از انجام اقدامات جدید واهمه‌ای نداشته و در این راه از توصیه مشتریان خود نیز استفاده کنید. در این رابطه توجه داشته باشید که تمامی برندهای جهانی، شکست‌های متعددی را تجربه کرده‌اند. به همین خاطر لازم است تا دیدگاه خود را نسبت به این مسئله تغییر داده و آن را به عنوان یک دوره آموزشی، تلقی کنید. در همین راستا مطالعه کتاب طرز فکر اثر کارول دوک می‌تواند به شما کمک بسیاری کند. نویسنده در این کتاب به خوبی نشان می‌دهد که طرز فکر افراد چگونه می‌تواند بر روی عملکرد آن‌ها تاثیرگذار باشد. در نهایت شما با مطالعه آن موفق خواهید شد تا نوع تفکر خود نسبت به مسائل مختلف را بهبود بخشیده و شاهد تغییرات مثبت شکل گرفته، باشید.

۵۰- داده‌ها را در مکانی مناسب جمع‌آوری کنید

اگرچه امروزه تقریباً تمامی شرکت‌ها از اهمیت داده و اطلاعات برای رشد شرکت به خوبی آگاه هستند، با این حال در این رابطه معمولاً تنها به مرحله گردآوری آن‌ها توجه نشان داده و این امر باعث می‌شود تا از دیگر جنبه‌های مهم در این رابطه غافل شوند. درواقع برای استفاده درست از اطلاعات و ایجاد یک پایگاه داده مناسب، شما به سیستم ذخیره و مکان مطلوب نیاز خواهید داشت. به همین خاطر لازم است تا پس از گردآوری اطلاعات مورد نیاز خود از منابع و روش‌های مختلف، نسبت به دسته‌بندی، مرتب کردن و حفظ آن‌ها فعالیت‌های لازم را صورت دهید. فراموش نکنید که در غیر این صورت شما در معرض تعداد بی‌شماری اطلاعات قرار خواهید گرفت که مراجعه کردن به آن‌ها و استخراج داده‌های مورد نیاز، امری کاملاً دشوار خواهد بود. همچنین فراموش نکنید که تمامی اطلاعات از درجه اهمیت یکسان برخوردار نبوده و به همین خاطر لازم است تا محدودیت دسترسی مناسبی را نیز ایجاد کنید. این امر احتمال لو رفتن اطلاعات حیاتی را به شدت کاهش خواهد داد. در نهایت توصیه می‌شود تا برای این امر تیمی را مسئول رسیدگی به آن کرده و فضای کافی را در اختیار آن‌ها قرار دهید.

۵۱- اصول تغییر جهت درست را به خوبی یاد بگیرید

انجام هر کاری در صورتی که طبق اصول و قواعد آن جلو برود، شانس موفقیت بسیار بالایی را به همراه خواهد داشت. بدون شک در کسب و کار خود در مقاطعی نیازمند تغییر اقدامات خود خواهید بود. درواقع ممکن است تصمیمات شما نتیجه مطلوب را به همراه نداشته باشد و به همین خاطر لازم است تا بازگشت سریعی را صورت دهید. با این حال این امر از اصول و قواعدی برخوردار است که بدون رعایت آن‌ها، ریسک کار شما به شدت افزایش پیدا خواهد کرد. نمونه‌های متعددی مشاهده شده است که شرکت‌ها قادر به بازگشت نبوده که این امر ریشه در عدم انجام درست تغییر جهت است. خوشبختانه امروزه مقالات و کتاب‌های متعددی در این رابطه منتشر شده است که می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی برای شما باشد.

۵۲- از تمامی امکانات خود برای رشد استفاده کنید

در کسب و کار خود لازم است تا همواره نگاهی به عقب داشته و اقدامات صورت‌گرفته را مورد ارزیابی قرار دهید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا نسبت به درستی اقدامات خود به اطمینان رسیده و تصویر درستی را از وضعیت فعلی خود به دست آورید. تحت این شرایط ممکن است شما به مواردی برخورد کنید که در صورت توجه کافی، بتواند به یکی از ابزار قدرت شما تبدیل شود. اگرچه ممکن است پرداختن به این موارد کمی غیرمعمول به نظر برسد، با این حال توجه داشته باشید که جهان در اختیار افرادی خواهد بود که از جسارت کافی برخوردار باشند. به همین خاطر لازم است تا از پرداختن به روش‌های نوین واهمه‌ای نداشته و تنها پیشرفت و ترقی خود را مورد توجه قرار دهید. با این حال لازم است تا برنامه‌ای برای شکست خود نیز در این گونه طرح‌ها داشته باشید تا با غافلگیری مواجه نشوید.



۵۳- به رقبای خود کمک کنید

اگرچه برخی بر این باور هستند که باید تمامی امکانات رشد را برای سایر شرکت‌ها نابود ساخت، با این حال توجه داشته باشید که یک شرکت ممکن است تنها در مقطعی رقیب شما محسوب شده و بعدها اهداف مشترک زیادی را با شما پیدا کند. بدون شک در صورتی که رفتار مناسبی با سایر برندها داشته باشید، شانس همکاری و یافتن دوست و متحدان جدید برای شما افزایش پیدا خواهد کرد. به همین خاطر توصیه می‌شود تا از همان ابتدای کار خود به آگاهی درستی نسبت به شرکت‌های موجود دست پیدا کرده و در تلاش برای ایجاد رابطه‌های خوب با شرکت‌هایی که وجه اشتراکاتی را با شما دارند باشید. در نهایت فراموش نکنید که در عصر حاضر دیگر نمی‌توان بدون ارتباط با سایرین به موفقیت چندانی دست پیدا کرد. همچنین این اقدامات به افزایش جایگاه و سطح صنعت شما نیز منجر خواهد شد که بدون شک منافی را برای شما به همراه خواهد داشت.

ادامه دارد ...

منبع: entrepreneurhandbook

۳ راهبرد برای کمک به کارآفرینان در جذب سرمایه‌های خطرپذیر

راستی آزمایی کنید



و تکمیل تجزیه و تحلیل‌های داخلی خود از غرابال‌گری‌های سریع، عینسی و خارجی کمک بگیرید. برای ارزیابی فناوری انحصاری خود نیز می‌توانید از نظرات عینی و بی‌غرض بهره بگیرید. سرمایه‌گذاران خطرپذیر پیش از سرمایه‌گذاری روی نوآوری شما نیاز به اطمینان دوباره از منحصر به فرد بودن ایده شما دارند و یک غربالگری خارجی می‌تواند چشم‌انداز عینی درخواستی آن‌ها را فراهم کند.

«مدرنا تراپیوتیکس» (Moderna Therapeutics) یک استارت‌آپ واقع در شهر بوستون آمریکا است که داروهای مبتنی بر RNA تولید می‌کند و با جذب سرمایه ۶۲۵ میلیون دلاری به عنوان بزرگترین دریافت‌کننده سرمایه در شهر بوستون شناخته شده است. این استارت‌آپ با پلتفرم نوین خود یکی از معدود استارت‌آپ‌هایی است که سرمایه‌گذاران خطرپذیر مشتاق به سرمایه‌گذاری در آن هستند. «استاری» (Starry) استارت‌آپی واقع در بوستون و نیویورک است که به ارائه تجهیزات بی‌سیم مشغول است که سرعت اینترنت را تا یک گیگابایت بالا می‌برند. این سرعت توسط یک فناوری به نام «آرایه فزازی فعال باند موج میلیمتری» که در نوع خود اولین است تأمین می‌شود. می‌خواهید بدانید این ایده بدیع تا به حال چه میزان سرمایه جذب کرده است؟ رقمی هنگفت معادل ۶۳ میلیون دلار.

اگر می‌خواهید از بدیع بودن یا نبودن نوآوری خود مطمئن شوید، اختصاص زمانی برای اعتبارسنجی و اجرای راستی‌آزمایی بر روی آن ضروری است. برای تسهیل و تسریع این کار راه‌هایی وجود دارد. اگر تلاش‌های‌تان برای ارزیابی داخلی را با یک تحلیل خارجی نیز همراه و تکمیل کنید، می‌توانید چشم‌انداز بهتری از نحوه ارائه نوآوری‌تان به بهترین شکل به دست بیاورید. در هر حال، راستی‌آزمایی در امور مالی یک اصل بنیادی است. سرمایه‌گذاران برای حصول اطمینان از وجود پیشرفت از طریق برآورده ساختن همه شاخص‌ها بارها و بارها اوضاع را بررسی می‌کنند. خود را برای رفع تمامی انتظارات ممکن آماده کنید تا معامله‌ای که به دنبال آن هستید را ببرید.

مسیر موفقیت‌تان را شناسایی کنید

هیچ‌کدام از ما برای انجام کسب و کارمان چشم به گوی شیشه‌ای جادویی نمی‌دوزیم تا آینده را برای‌مان پیش‌بینی کند، بنابراین شناخت کیفیت و کمیت اطلاعات مورد نیاز برای مطلع کردن دیگران از راهبردهای‌تان به عنوان یک کارآفرین امری حیاتی است. جست‌وجو برای سرمایه‌گذاری قرار نیست آسان باشد، مخصوصاً وقتی به دنبال سرمایه‌گذاران بزرگ باشید.

چه به دنبال سرمایه‌گذاران خطرپذیر باشید و چه سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی یا انفرادی، توانایی در تشخیص، تلخیص و انتقال مؤثر اطلاعات پیرامون کسب و کار خود (به عبارت دیگر، بدیع یا انحصاری بودن کیفیت محصول‌تان یا پتانسیل بازار بسیار زیاد آن) می‌تواند سرمایه‌گذاران را به پشتیبانی از نگرش شما ترغیب کند. کمک به سرمایه‌گذاران در مشاهده تصویری روشن و عینی از یک استارت‌آپ، آن‌ها را برای ارائه میلیون‌ها دلاری که می‌توانند پرداختش را متعهد شوند مطمئن می‌کند و شما را به سوی تحقق داستان موفقیت بزرگ برندتان سوق می‌دهد.

منبع «entrepreneur»

موجب ضرر چند صد میلیون دلاری سرمایه‌گذاران شده‌اند.

وقتی به عقب برمی‌گردیم و به مسائل نگاه می‌کنیم راحت‌تر می‌توانیم مسائل را ارزیابی کنیم، بنابراین وقتی شکست بزرگی رخ می‌دهد، همه خیلی سریع به اشتباهاتی اشاره می‌کنند که از همان ابتدای کار مشهود بوده‌اند. سرمایه‌گذاران در گزینش برندگان شایسته برای دریافت سرمایه کار مشکلی دارند و این یعنی شما نیز به عنوان یک کارآفرین در رساندن خود به جایگاه برنده و اثبات خود به عنوان کسب و کاری که لیاقت دریافت میلیون‌ها دلار سرمایه را برای پیگیری راهبردهایش دارد کار دشواری در پیش دارید. بدون یک تیم، فناوری یا پلتفرم فوق‌العاده و طرح کسب و کاری که چشم‌انداز شما از موفقیت را نشان دهد، سرمایه‌گذاران تمایلی به شروع کار نخواهند داشت.

در زیر فهرستی از مواردی را می‌بینید که باید قبل از طرح ایده و درخواست معاملات بزرگ از سرمایه‌گذاران مدنظر قرار دهید:

۱. بازار و رقبای خود را بشناسید

شما تا به اینجا محور اولیه یک گروه با استعداد و بال‌نگیزه، یک فناوری رقابتی و انحصاری و یک طرح کسب و کار قوی را بی‌ریزی کرده‌اید، اما گام بعدی چیست؟ باید در هر یک از این مؤلفه‌ها عمیق شوید. برای مثال، هیچ طرح کسب و کاری بدون یک تحلیل رقابتی جامع کامل نمی‌شود. اگر رقبا از قبل محصولات یا خدمات مشابهی در بازار دارند، شما باید بتوانید با قدرت نشان دهید که نوآوری یا پلتفرم‌تان تا چه حد منحصر به فرد است و چه فرصت بزرگی را در اختیار سایرین می‌گذارد. باید گزاره‌های ارزش رقبا و قابلیت‌های نوآوری خود برای کنار زدن آن‌ها را عمیقاً درک کنید. علاوه بر این، به‌ویژه در صورتی که به دنبال سرمایه‌گذاری چند صد میلیون دلاری هستید، باید قادر به تعیین این مسئله باشید که آیا بازار آنقدر بزرگ هست که یک سرمایه‌گذاری خطرپذیر با بازگشت سرمایه چشمگیر همراه باشد یا خیر.

۲. سود خالص خود را ارتقا دهید

هنگامی که مدل کسب و کار استارت‌آپ خود را مرور می‌کنید، ممکن است حوزه‌هایی را شناسایی کنید که از سرمایه خود در آن‌ها به طور مؤثر بهره نمی‌گیرید. این مسئله ممکن است ناشی از بی‌تجربگی باشد، در این حالت چند درس ساده مالی می‌تواند نحوه صرف سرمایه‌تان را بهبود دهد. اما اگر به بهانه توسعه محصول، بازاریابی و جذب استعدادها پول‌تان را برای کالا یا خدمات غیرضروری هدر می‌دهید، این اولویت‌های نامحکون ممکن است حاکی از مشکلات عمیق‌تری باشند که سرمایه‌گذاران خطرپذیر را از سرمایه‌گذاری در کارتان بازدارند. خرج کردن پول دیگران آسان است و خرج کردن پول خودتان دشوار، بنابراین پول سرمایه‌گذار را پول خودتان بدانید و در دام مثل همیشه باد آورده را باد می‌برد نیفتید. با دلارهای‌تان طوری برخورد کنید که گویی تک‌تکشان را خودتان جمع کرده‌اید و خرج کردن هر کدام‌شان یک ضرورت است.

۳. راستی‌آزمایی کنید

شما برای عمل سریع و به‌موقع همیشه تحت فشار هستید. با این زمان محدود، راستی‌آزمایی کامل تقریباً غیرممکن است، اما نگران نباشید. می‌توانید برای ارزیابی پتانسیل بازار برای ایده کسب و کارتان

مترجم: نسیم حسینی

سرمایه‌پذیری خطرپذیر در سال ۲۰۱۷ به بالاترین سطح خود در ۱۰ سال گذشته رسیده و هنوز از شتاب خود نکاسته است. تنها در سه ماهه اول سال ۲۰۱۸، میزان سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر به ۲۲ میلیارد دلار رسید. تعداد و اندازه معاملات سرمایه‌ای نیز بر همین اساس بالا رفت، به طوری که از آغاز سال تاکنون هفت شرکت در هر دور ۵۰۰ میلیون دلار سرمایه دریافت کرده‌اند.

امروزه جذب میزان قابل توجه سرمایه دیگر حتی مایه شگفتی هم نیست. برای مثال استارت‌آپ «اسلک» (Slack ۴۲۷) میلیون دلار از طریق سرمایه‌گذاری دریافت کرده و استارت‌آپ دیگری در سان‌فرانسیسکو به نام «گت‌راوند» (Getaround) در سری «د» سرمایه‌گذاری ۳۰۰ میلیون دلار سرمایه جذب کرده است.

با اینکه جذب سرمایه هنوز هم برای بسیاری از کارآفرینان دشوار است، به نظر می‌رسد گرایش عمومی کنونی به سوی میزان جذب سرمایه در دارایی‌های ثابت باشد. بیل گرلی (Bill Gurely)، یکی از شرکای مدیریتی در «بنچمارک کپیتال» (Benchmark Capital) در یک مقاله جامع که در نیویورک تایمز به چاپ رسیده است، می‌گوید: «اگر هنگامی که رقیب‌تان در حال جذب سرمایه ۱۵۰ میلیون دلاری است، محافظه‌کاری به خرج دهید و فقط ۲۰ میلیون دلار جذب کنید، نابود خواهید شد.»

گرلی معتقد است کارآفرینی که امروز خواهان سرمایه‌پذیری خطرپذیر است، در صورتی که به دنبال جذب سرمایه جسورانه‌ای نباشد، آسیب خواهد دید. قبل از صحبت درباره میزان سرمایه مورد نیاز و مورد تقاضای خود، نخست باید سرمایه‌گذاران احتمالی را متقاعد کنید که محصول، خدمات یا پلتفرم شما کاملاً منحصر به فرد است و ارزش یک سرمایه‌گذاری چشمگیر را دارد. بهترین راه برای آماده‌سازی خود و کسب و کارتان برای نظارت شدیدی که بر روی‌تان اعمال خواهد شد این است که اول خودتان اقدامات لازم را انجام دهید.

معاملات بزرگ کمیابند

سرمایه‌گذاران خطرپذیر قبل از قبول تعهد یک معامله، همواره به توجیه دلایل سرمایه‌گذاری‌های خود می‌پردازند. بسیاری از شرکت‌های تازه‌کار در همان ماه‌های نخست جذب سرمایه هنگفت مبتلا می‌شوند و برای بنیان‌گذاران چیز زیادی برای نشان دادن به سرمایه‌گذاران به منظور شروع شراکت باقی نمی‌گذارند. برای مثال مورد شرکت «جاین» (Jawbone) را در نظر بگیرید که توانست از طریق جذب سرمایه از سرمایه‌گذاران به مبلغی نزدیک به ۹۳۰ میلیون دلار دست یابد، اما به سرعت سهام بازار خود را از دست داد و در سال ۲۰۱۷ ناچار به تعطیلی شد.

وب‌سایت Drugstore.com یکی دیگر از نمونه‌های عجیب شکست است، این شرکت پیش از تعطیلی، ۱۵۷ میلیون دلار سرمایه از سرمایه‌گذارانی مثل «آمازون» و «کلینر پرکینز کافیلد اند بایرز» (Kleiner Perkins Caufield & Byers) جمع‌آوری کرده بود. این‌ها تنها چند نمونه از استارت‌آپ‌های شکست‌خورده‌ای هستند که

شیوه‌های بازاریابی نوین در اینستاگرام کدام است؟

۴ نکته مهم در مورد اینستاگرام که نوجوان‌ها بهتر از برندها آن را می‌دانند



به قلم: دانا فوننتین وبلاگ‌نویس و کارشناس حوزه شبکه‌های اجتماعی و تکنولوژی
ترجمه: علی آلی

به عنوان یک کارشناس حوزه شبکه‌های اجتماعی به هیچ وجه از وجود نکات مهم و رازهای در مورد شیوه‌های استفاده بهینه از اینستاگرام که فقط افراد زیر ۲۰ سال از آن اطلاع دارند، تعجب نخواهم کرد. فرقی ندارد این نکات در مورد روش‌های دریافت لایک بیشتر، به اشتراک گذاری تصاویر زیبا یا تعامل با سایر کاربران باشد. در هر صورت نوجوان‌ها اطلاعات بیشتری در مقایسه با سایر کاربران از شبکه‌های اجتماعی دارند.

به منظور بررسی بیشتر این موضوع ما با برخی از صفحه‌های مشهور اینستاگرام که متعلق به نوجوان‌هاست به گفت‌وگو پرداخته‌ایم. به منظور آگاهی از نکات ذیل به مطالعه این مقاله ادامه دهید:

- شیوه‌های استفاده از روش‌های LB، CB، FB (معنای این اصطلاح‌ها در ادامه توضیح داده می‌شود) برای دریافت لایک بیشتر
- چرا نوجوان‌ها از شیوه‌های عجیب و زبرکانه برای بهینه‌سازی مطالبشان در الگوریتم اینستاگرام استفاده می‌کنند؟
- هنر خود ویرایشگری مطالب و ارزش‌افزایی مطالب در اینستاگرام به شیوه نوجوان‌ها

در ادامه این مقاله به بررسی جداگانه مهم‌ترین بخش‌های مورد نیاز برای موفقیت در دنیای اینستاگرام خواهیم پرداخت.

چهار دلیل برای اینکه چرا نوجوان‌ها در اینستاگرام بهتر از کسب‌کارها هستند

۱. آنها از شیوه‌های هماهنگی با سیستم آگاهی دارند

شیوه این بخش را من چند وقت پیش به طور تصادفی در بخش جست‌وجوی اکانت اینستاگرام خود و در ذیل پست کابلی جنر یاد گرفتم. در آن پست کامنت‌های بسیاری با مضمون LB، CB، FB و First وجود داشت. نکته جالب در این میان بارگذاری تمام آنها از سوی نوجوان‌ها در ذیل پست کابلی بود.

در ابتدا من هیچ معنای خاصی از عبارت‌های فوق نفهمیدم. به همین خاطر شروع به بررسی بیشتر کردم. پس از بررسی کوتاهی موفق به رمزگشایی عبارت‌ها شدم. بر این اساس LB به معنای «لایک متقابل»، CB به معنای «کامنت متقابل»، FB به معنای «فالو متقابل» و First به معنای تقاضای کاربر به منظور دریافت لایک برای آخرین پستش است.

کاربران جوان در اینستاگرام این نوع کامنت‌ها را در ذیل پست افراد مشهور درج می‌کنند تا کامنت و لایک دریافت کنند. بر این اساس اگر کامنتی با محتوای LB در ذیل پست‌تان مشاهده کردید، به احتمال فراوان کاربر مورد نظر انتظار دریافت لایک متقابل از سوی شما را دارد. به منظور آزمایش درستی این شیوه من با اکانت گریهام شروع به درج کامنت‌هایی با مضمون LB کردم. پس از گذشت چند ثانیه ده‌ها لایک جدید برای آخریت پست من گرفته شد. راز عملکرد عالی این شیوه چیست؟ آگاهی نسبت به الگوریتم اینستاگرام.

بر اساس الگوریتم جدید اینستاگرام کاربر در بخش جست‌وجوی محتوای مرتبط با سلیقه‌اش را مشاهده خواهد کرد. به این ترتیب دیگر مانند سابق خبری از نمایش محتوای مورد نظر تیم اینستاگرام نخواهد بود.

هدف نوجوان‌ها از دریافت لایک، کامنت و فالو به شیوه‌های ذیل کاملاً مشخص است. در الگوریتم تازه اینستاگرام پست‌هایی با لایک

و کامنت بیشتر شانس نمایش بیشتری در بخش جست‌وجو را دارند. به این ترتیب نوجوان‌ها به دنبال نمایش مطالبشان به طیف هر چه وسیع‌تری از مخاطب‌ها هستند.

اگر شما در زمینه جذب مخاطب هدف‌تان با مشکل مواجه هستید، استفاده از این شیوه کاربردی خواهد بود. در هر صورت همه ما از نمایش مطلب برندمان به تمام مخاطب هدف‌مان لذت خواهیم برد. این شیوه نوجوان‌ها نیز راهکاری برای بهبود فرآیند جذب مخاطب واقعی است. به هر حال این شیوه با تمام مشکلاتش از خرید لایک و فالوور بهتر خواهد بود.

۲. آنها واکنش زیادی دارند

به طور معمول وقتی کسی به ما صفت «زبانی» را نسبت می‌دهد، به سرعت تلاش ما برای رفع آن مشکل رفتاری شروع خواهد شد. به هر حال هیچ‌کدام از ما علاقه‌ای به رفتار غیرعادی در طول روز نداریم. با این حال ماجرا برای نوجوان‌ها کاملاً متفاوت است. این دسته از افراد به دلیل شرایط سن و سال‌شان هیچ نگرانی بابت رفتارهای اضافی ندارند. اگر فقط برای یک نکته نوجوانی دلم تنگ شده باشد، آن رفتارهای اضافی خارج از حالت عادی است. در حقیقت نوجوان‌ها هر طور مایلند، رفتار می‌کنند. قواعد رفتاری برای آنها چندان محلی از اعراب ندارد.

برخلاف بسیاری از برندها، نوجوان‌ها ترسی از ریسک‌پذیری ندارند. مشخصه اصلی دوران نوجوانی نیز علاقه به تجربه اتفاق‌های عجیب و غریب است. فرقی ندارد این نوع ریسک‌آلایی است یا در زندگی روزمره اتفاق می‌افتد. نکته جالب درخصوص نوجوان‌ها علاقه‌شان به افتخار به ریسک‌های‌شان است. به این ترتیب به هنگام فعالیت در اینستاگرام آنها شجاعت بیشتری برای پیگیری گام‌های ریسک‌پذیر از خود نشان می‌دهند.

در شبکه‌های اجتماعی بسیاری از کاربران علاقه‌مند به مشاهده رفتارهای تازه و عجیب و غریب از سوی برندها هستند. وقتی بسیاری از برندهای مشهور درگیر محافظه‌کاری باشند، نوجوان‌های جوانی نام با پاسخ به نیاز کاربران نگاه‌های زیادی را به خود جلب می‌کنند. وقتی سطح هیجان در فعالیت ما افزایش یابد، میزان علاقه مخاطب به پیگیری وضعیت‌مان بیشتر خواهد شد. این همان نکته مورد تأیید برندهای متعلق به نوجوان‌هاست. آنها با نمایش شیوه‌های فعالیت عجیب و غریب همیشه در صدر فهرست علاقه‌مندی کاربران باقی می‌مانند.

انتقال احساسات واقعی گام بعدی برای جلب توجه مخاطب در شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب مخاطب مدرن به خوبی احساسات غیرواقعی را تشخیص می‌دهد. خوشبختانه کاربران نوجوان مهارت خاصی در بیان احساسات دارند. به همین دلیل اغلب اوقات افراد در محیط‌های مجازی به آنها جلب می‌شوند. شاید برای موفقیت در جلب نظر طیف وسیع‌تری از کاربران ما هم نیاز به فعالیت مشابه با نوجوان‌ها داشته باشیم. به اعتقاد روانشناس‌ها ما همیشه یک کودک درون داریم. اکنون زمان بازی دادن به کودک درون به منظور کسب موفقیت در حوزه کسب‌وکار است.

۳. آنها خود ویرایشگرهای بی‌رحمی هستند

در حالی که نوجوان‌ها عاشق به اشتراک‌گذاری محتوای جذاب هستند، به تناسب آن محتوا با سبک کلی اکانت‌شان در فضای مجازی نیز توجه دارند. بر این اساس در صورتی که یک عکس، تصویر یا کپشن با حال و هوای کلی اکانت‌شان سازگار نباشد، به سرعت آن را عوض

می‌کنند. در بسیاری مواقع حتی پس از گذشت چند روز از انتشار یک مطلب نوجوان‌ها اقدام به حذف آن می‌کنند. کاری که شاید بسیاری از برندها به هنگام انجامش از آن منصرف شوند.

من در مصاحبه با دختری به نام جورجیا، ۱۵ ساله اهل ونکوور، به نکات جالبی پیرامون سبک شخصی در اینستاگرام پی بردم: «من همیشه نسبت به هماهنگی تصویری پستم با سایر اجزای اکانت‌م توجه می‌کنم. در حقیقت من به استفاده از حداکثر توان اینستاگرام برای جلب مخاطب بیشتر علاقه دارم. در این میان مخاطب‌های من به دلیل علاقه به سبک ویزه‌ام زحمت فالو را به خود می‌دهند. اگر در این میان ناگهان سبک من عوض شود، دیگر خبری از وفاداری کاربران نخواهد بود.»

اهمیت سبک در اینجا درست به مانند حوزه ادبیات است. در حقیقت بسیاری از افراد حرفه‌ای به محض مشاهده یک متن زمان نگارش، نوع تمرکز بر روی فضاپردازی و حتی نام نویسنده را حدس می‌زنند. در مورد فضای اینستاگرام هم همین شرایط حاکم است. به همین دلیل حفظ سبک ویزه‌مان در شبکه‌های اجتماعی اهمیت فراوانی دارد. در غیر این صورت تشخیص تفاوت برند ما با سایر برندها به هیچ وجه ساده نخواهد بود. اگر هنوز نسبت به ایجاد سبک ویزه خود اقدام نکرده‌اید، مطمئناً در حال از دست دادن زمان ارزشمندتان هستید.

اگر علاقه‌مند به استفاده حداکثری از فضای اینستاگرام به مانند جورجیا هستید، توجه و مراقبت کلید طلایی شما خواهد بود. بر این اساس باید به طرز بی‌رحمانه‌ای نسبت به ویرایش مطالب صفحه‌تان اقدام کنید. در این فرآیند حتی مطالب قدیمی نیز نباید در امان باشد.

۴. آنها در فضاهای ناشناخته کار می‌کنند

اگر شما نیاز به درسی در زمینه وفاداری دارید، به مانند نوجوان‌ها اصلاً توجهی به آینده دور و دراز نداشته باشید. به این ترتیب اغلب نوجوان‌ها به سرعت مطالب تازه دوستان‌شان را لایک می‌کنند. همچنین درج کامنت در ذیل پست دوستان یکی از عادت‌های آنها محسوب می‌شود. به این ترتیب آنها حمایت متقابل‌شان نسبت به یکدیگر را نشان می‌دهند.

یکی از منابع نوجوان من در زمینه وفاداری اینگونه اظهار نظر کرده است: «من و دوستانم در گروه کوچکی باهم هستیم. در این گروه دو نفره ما همیشه نقاط ضعف یکدیگر را به هم گوشزد می‌کنیم. به این ترتیب سطح اشتباهات ما در طول چند وقت گذشته به شدت کاهش یافته است. دیگر خبری از اشتباه‌های دستوری در پست‌های ما نیست. در هر صورت وقتی دو نفر یک متن را به صورت جداگانه بررسی کنند، دیگر دشوار بتوان بدان ایرادی وارد کرد.»

به جای عضویت در چنین گروه‌های کوچک و صمیمی بسیاری از نوجوان‌ها اکنون بخشی از استراتژی بازاریابی خود Insta Pods هستند. در توضیح این استراتژی سایت تحلیلی ماشابل اینگونه اظهار نظر کرده است: «پایگاه Insta Pods ویژه عضویت ناشناس کاربران اینستاگرام به منظور حمایت از یکدیگر است. به این ترتیب آنها تصاویر و ویدئوهای یکدیگر را لایک می‌کنند. همچنین در زمینه درج کامنت نیز آنها به هم کمک می‌کنند. به این صورت سطح ارتباط و تعامل افراد به صورت ناشناس در Insta Pods افزایش خواهد یافت. برای فهم شیوه کار این گروه‌ها یک خانواده دلفین‌ن را در نظر بگیرید. این خانواده به طور معمول همیشه با هم هستند. در زمینه تهیه غذا و یافتن محیط مناسب برای استراحت همه اعضا به هم کمک می‌کنند. در Insta Pod هم وضعیت کاربران شبیه به هم است. این افراد به صورت یک بند موسیقی

هماهنگ با هم رفتار می‌کنند.»

گروه‌هایی مانند Insta Pods به صورت ناشناس و از طریق پیام خصوصی کار می‌کنند. به این ترتیب هر کاربر با توجه به نوع کسب‌وکارش مخاطب هدف خود را پیدا می‌کند. توجه به این نکته بسیار حیاتی است. در حقیقت ما باید با اکانت‌های همسو با فعالیت‌مان سطح ارتباط را افزایش دهیم. در غیر این صورت فرآیند همکاری نتیجه مطلوبی در پی نخواهد داشت. به علاوه کسب کامنت برندهای دیگر در ذیل مطالب‌مان جلوه بسیار ویژه‌ای به مطالب ما خواهد داد. در حقیقت این کار در نمایش میزان حرفه‌ای بودن برند ما تأثیر مستقیمی دارد. هدف اصلی عضویت در گروه‌های Insta Pods یافتن افراد تأثیرگذار در کسب‌وکارمان است. به این ترتیب از همکاری متقابل هر دو ما سود خواهیم برد. یکی از ابزارهای مناسب در جهت یافتن افراد تأثیرگذار در گوشه و کنار کسب‌وکارهای مختلف اپ Buzzsumo است. این اپ محیط کاربری بسیار ساده‌ای دارد. بر این اساس فقط کافی است که کلیدواژه‌های کسب‌وکار‌تان را درج کنید. به این ترتیب در کمترین زمان ممکن فهرستی جامع از کسب‌وکارهای مرتبط با حوزه فعالیت برندان‌تان مشاهده خواهید کرد.

پس از آنکه فهرست افراد تأثیرگذار و اکانت‌های مرتبط با کسب‌وکار‌تان را در نرم‌افزارهای تعامل بیشتر (مانند Insta Pods) پیدا کردید، نوبت به شروع همکاری می‌رسد. در اینجا باید بر روی منافع دوجانبه همکاری تمرکز داشته باشید. به نکات ذیل در این مورد توجه کنید:

- هنگامی که پستی را در اینستاگرام بارگذاری می‌کنید، از اطلاع یافتن دوستان‌تان در Insta Pots مطمئن شوید. به این ترتیب لایک و کامنت مطالب شما به سرعت تأمین خواهد شد.

- به منظور ارتباط سریع‌تر جهت فهم بارگذاری مطالب می‌توانید از اموجی‌های مخصوص استفاده کنید. به این ترتیب هرگاه فردی در گروه آن اموجی را ارسال کرد، بقیه از بارگذاری مطلب جدید مطلع خواهند شد.

- توجه داشته باشید که دریافت کامنت و لایک از سوی سایر اعضا منوط به تعامل دو جانبه است. به این ترتیب بدون درج کامنت انتظار دریافت واکنش متقابل را نداشته باشید.

- اگر فقط به فکر خودمان در چنین فضاهایی باشیم، شاید در کوتاه‌مدت کسبی متوجه عدم همکاری‌مان نشود، اما دیر یا زود همه از ماهیت فعالیت ما مطلع خواهند شد.

در زمینه فعالیت بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی همیشه باید احترام به مخاطب و سایر همکاران را مد نظر داشته باشیم. فعالیت در نرم‌افزارهایی مانند Insta Pods هم نیازمند احترام و اعتماد متقابل است. در صورت از بین رفتن چنین اعتمادی بازاریابی آن بسیار دشوار خواهد بود. پس بهتر است پیش از وقوع مشکل از آن جلوگیری به عمل آوریم. در غیر این صورت فضای فعالیت برای ما و برندان‌مان دشوار خواهد شد.

به طور معمول نوجوان‌ها بسیار بهتر از دیگر افراد با تغییرات جدید شبکه‌های اجتماعی هماهنگ می‌شوند. در این مقاله هدف من نمایش شیوه‌های بهره‌برداری مطلوب از شبکه‌های اجتماعی از سوی نسل جدید (نسل X) بود. بی‌شک اقتباس از شیوه‌های فعالیت این دسته از افراد هیچ مشکلی برای اعتبار برند شما پیش نخواهد آورد. بلکه برعکس به موفقیت بیشتر شما در بازاریابی کمک شایانی خواهد کرد.

منبع: hootsuite

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان غربی :

۲۴ کیلومتر شبکه توزیع آب در آذربایجان غربی اصلاح شد

اورمیه - رونق - مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان غربی درباره این مطلب گفت: در راستای ارائه خدمات با کیفیت به مشترکان آب طی ۶ ماه نخست امسال ۲۴ کیلومتر از شبکه توزیع آب اصلاح شده است. مدیرعامل آبفای استان یادآور شد: به منظور کاهش هدررفت آب شرب نیز ، طی ۶ ماه سال جاری ۵ هزار و ۶۹۷ فقره انشعاب آب در آذربایجان غربی استانداردسازی شد. مهندس اکبری اظهار داشت: طی ۶ ماه نخست سال جاری ۸ هزار و ۷۰۰ فقره انشعاب آب در آذربایجان غربی واگذار شده که شامل ۱۱ هزار و ۶۵۰ فقره احداث آب است. ایشان با بیان اینکه ۱۰۰ درصد جمعیت شهری استان آذربایجان غربی از نعمت آب شرب سالم و بهداشتی بهره مند هستند، یادآور شد: اسامال در راستای واگذاری انشعابات جدید شاهد توسعه ۲۲ کیلومتر شبکه توزیع آب در استان هستیم. مهندس اکبری احداث خط انتقال آب به طول ۷ کیلومتر، حفر ۲ حلقه چاه و تجهیز ۲ حلقه چاه آب را از دیگر اقدامات اجرایی در راستای تأمین آب شرب با کیفیت عنوان کرد. .



کسب رتبه روابط عمومی برتر کشور توسط اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی استان بوشهر

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز : در پایان چهاردهمین سمپوزیوم بین المللی روابط عمومی و پانزدهمین جشنواره برترین روابط عمومی های ایران، مدیران مرکز روابط عمومی در بخش های مختلف معرفی شدند بر اساس این گزارش، در این سمپوزیوم با رای هیئت داوران در بخش تکریم ارباب رجوع، اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی بوشهر رتبه برتر را کسب نموده گزارش اداره ارتباطات و اطلاع رسانی استان بوشهر در همین رابطه خانم پری حیدری رئیس اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی بوشهر گفت:



مجموعه فعالیت های انجام شده در زمینه تکریم ارباب رجوع اختصاص فضای مناسب و همچنین پاسخگویی در کمترین زمان ممکن به ارباب رجوع گزیده ای از خدماتی بود که باعث شد تا هیئت داوران چهاردهمین سمپوزیوم بین المللی روابط عمومی و پانزدهمین جشنواره برترین روابط عمومی های ایران رای به برترین روابط عمومی راه و شهرسازی استان بوشهر دهند

تقدیر از شهرداری ساری در اولین مجمع سلامت شهرستان

ساری - دهنقان - در اولین مجمع سلامت شهرستان ساری، ضمن تأکید بر ایجاد نشاط و شادابی در جامعه و اجتماعی شدن سلامت، از فعالیت های شهرداری ساری در این زمینه تقدیر شد. به گزارش خبرنگار مانرزان و به نقل واطع عمومی و امور بین الملل شهرداری ساری ، اولین مجمع سلامت شهرستان ساری با حضور فرماندار استان ، رئیس دانشگاه علوم پزشکی مانرندان و مسئولان شهری برگزار گردید. با توجه به اینکه شاخصه تعیین ارزیابی نشاط و سلامت اجتماعی شهر در کنار مباحث اقتصادی و عمرانی ، نهادینه کردن بخش سلامت در شهرداری ساری، ایجاد زیر ساخت فیزیکی سلامت اجتماعی شهر، ایجاد زیر ساخت مناسب برای همکاری بین بخشی، ایجاد مدل مشارکت مردمی برای ارتقای سطح سلامت، آموزش و توانمند سازی شهروندان، اجرای پروژه های عمرانی و خدماتی در زمینه سلامت شهروندان، از جمله اقدامات بهداشتی ، سلامت و مشارکت دستگاهی مدیریت شهری در سال های اخیر بوده است ، در این مجمع از فعالیت های شهرداری ساری در راستای توجه ویژه به سلامت شهر و شهروندان تقدیر شد.



عدم تخصیص کافی اعتبارات علت تأخیر اجرای پروژه های آبفاست

کرمانشاه - منیر دشتی - معاون بهره برداری شرکت آب و فاضلاب استان کرمانشاه، علت تأخیر در اجرای پروژه های عمرانی صنعت آب و فاضلاب را تأمین نشدن منابع مالی کافی و عدم تخصیص به موقع اعتبارات دانست. رضا داوودی گفت: پروژه های آبفا جزو پروژه های زیرساختی کشور است و برای اینکه بتوان این پروژه ها را تکمیل و وارد مدار بهره برداری کرد باید اعتبارات لازم آن تأمین شود. او عمده مشکل عدم پیشرفت مناسب طرح های عمرانی نظیر احداث تصفیه خانه های فاضلاب را تأمین نشدن منابع مالی کافی در زمان برنامه ریزی شده برای اجرای پروژه ها دانست و افزود: در صورت بروز مسائل مالی، هیچ مشکل دیگری برای اجرا و به بهره برداری رساندن پروژه ها در مدت زمان مقرر نداریم. وی تأکید کرد: متأسفانه مشکلات مالی عموماً منجر به عدم تحقق قول مدیران، مبنی بر افتتاح پروژه ها بر اساس برنامه زمانی از پیش تعیین شده می شود. معاون بهره برداری شرکت آبفای استان کرمانشاه گفت: عملاً برآورد اولیه و هزینه تمام شده پروژه ها با هم همخوانی ندارند. داوودی در مورد مشکلات احداث و انتام به موقع پروژه های عمرانی آبفای استان، به پروژه های احداث تصفیه خانه های فاضلاب در دست اجرا مانند تصفیه خانه فاضلاب شهر روانسر اشاره و تأکید کرد: به طور معمول، اجرای هر تصفیه خانه، در صورت تأمین منابع مالی کافی، سه سال زمان می برد.

برگزاری نشست مدیران ومسئولان روابط عمومی دستگاههای اجرایی در استانداری قزوین

قزوین - خبرنگار فرصت امروز - بنابر گزارش روابط عمومی، نشست مدیران و مسئولان روابط عمومی دستگاههای اجرایی استان قزوین با حضور دکتر بهرامی مدیر کل بیمه سلامت قزوین برخی مدیران استان و مسئولان روابط عمومی دستگاههای اجرایی در سالن استانداری برگزار شد. برگزار شد. دکتر بهرامی در ابتدای نشست ضمن خوشامدگویی به مهمانان گزارشی از عملکرد این اداره کل تشریح کرد و افزود: درحال حاضر بیش از پانصد هزار نفر از جمعیت استان تحت پوشش بیمه سلامت هستند. دکتر بهرامی رشد هزینه های بیمه سلامت را در سال گذشته را بیش از ۲۰ درصد اعلام کرد و تصریح کرد: با کمک دانشگاه علوم پزشکی مراکز درمانی توانستیم با عبور از مشکلات به مردم رسانی کنیم. دکتر بهرامی از اجرای طرح صدور دفترچه بیمه ایرانیان برای افراد فاقد هرگونه دفترچه بیمه درمان ساکن شهر خمیر داد و افزود: حق بیمه ایرانیان سالانه ۲۶۵ هزار تومان است که بیمه شدگان می توانند در مراکز درمان خصوصی و دولتی در بخشهای سربایی و بستری از دریافت خدمات سلامت بهره مند شوند.



با حضور مدیرعامل و اعضای هیئت مدیره شرکت صورت گرفت؛

برگزاری جلسه پرسش و پاسخ کارکنان شرکت گاز استان مرکزی

اراک- مینورستمی - جلسه پرسش و پاسخ کارکنان این شرکت با حضور مدیرعامل و اعضای هیئت مدیره شرکت به منظور بررسی مشکلات و درخواستهای کارکنان شرکت گاز استان مرکزی در سالن اجتماعات ستاد مرکزی این شرکت برگزار گردید. برپایه این گزارش در ابتدای این مراسم محمدرضا سمیعی مدیرعامل شرکت گاز استان مرکزی با اشاره به این موضوع که اطلاع از چالشها و مشکلات سازمان و کارکنان قطعاً کمک شایانی به پیشبرد اهداف سازمان خواهد کرد افزود:این جلسه در راستای تقویت ارتباط وتعامل بیشتر کارکنان بامدیریت جهت حفظ وتقویت انگیزه نیروی انسانی که بعنوان باززشرترین سرمایه اصلی یک سازمان می باشد تشکیل گردید و حل مشکلات پیش روی کارکنان بایستی دغدغه اصلی مدیران باشد. در ادامه جلسه کارکنان با بیان مشکلات و درخواستهای خود بصورت رودررو با مدیران ارشد شرکت گاز استان مرکزی پاسخ خود را دریافت نمودند.

سرپرست مدیریت حواست اداره کل راه و شهرسازی :

عملکرد یگان حفاظت از اراضی ملی و دولتی اداره کل راه و شهرسازی استان مرکزی قابل تقدیر است

اراک- مینورستمی - دکتر سید سعید محمدی در جلسه هم اندیشی که با حضور اعضای یگان حفاظت از اراضی ملی و دولتی استان تشکیل شد با تبریک دریافت رتبه دوم کشوری این یگان از عملکرد آنها قدردانی نمود. در جلسه ای که به منظور هم اندیشی یگان حفاظت از اراضی و حراست اداره کل تشکیل شد دکتر محمدی گفت : یگان حفاظت از اراضی ملی و دولتی در سال ۱۳۹۴ همزمان با سراسر کشور با هدف صیانت از اراضی ملی و دولتی تشکیل شد و یکی از نشانه های ادای حقوق شهروندی است. وی ضمن قدردانی از فرمانده یگان، سرهنگ مرادی و نیروهای تحت سرپرستی ایشان به جهت کسب مقام دوم کشوری، در خصوص برخورد با متصرفین راهکارهای لازم را گوشزد نمود. نحوه برخورد با معارضین (عدم درگیری فیزیکی) ، عدم ارائه هرگونه اطلاعات اراضی به افراد ناشناس ، حفظ اسناد و مدارک مربوط به اراضی دولتی ، هماهنگی با روسای ادارات راهداری و حمل و نقل جاده ای در خصوص ماشین الات موردنیاز جهت تخریب اراضی تصرفی ، حفاظت از ماشین آلات در اختیار یگان حفاظت ، سرکشی مستمر و روزانه از اراضی دولتی خصوصاً در ایام تعطیلات رسمی اهم موضوعاتی بود که در جلسه مورد بحث و گفتگو قرار گرفت .

کاهش ۹۵ درصدی بارندگی در استان هرمزگان

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز - مدیر دفتر مطالعات پایه منابع آب شرکت آب منطقه ای هرمزگان عنوان کرد: وضعیت بارندگی در سال آبی گذشته حاکی از کاهش ۹۵ درصدی بارشها در استان است. محمدرضا ایدون تشریح کرد: بر اساس ایستگاههای شاخص متوسط بارندگی سالانه در استان هرمزگان در دوره ۵۰ ساله منتهی به شهریور ۱۳۹۷ برابر با ۱۸۵۵۳ میلی متر است. وی در ادامه افزود: این رقم در سال آبی ۹۶-۹۷ برابر با ۶۴۰۷۲ میلی متر بوده که نسبت به متوسط درازمدت ۶۵ درصد و نسبت به سال آبی ۹۶-۹۵ حدود ۹۵ درصد کاهش داشته است. این مسئول اظهار کرد: میزان بارش های ثبت شده در مهرماه سال آبی جدید (۹۸-۹۷) به طور متوسط حدود ۷ میلی متر گزارش شده است که بیشترین مقدار در ایستگاههای هرنگ با ۴۲ میلی متر، قنبر، ۱۳ میلی متر، رودان ۱۲٫۹، بستک ۱۰٫۷ وحاجی آباد ۹ میلی متر بوده است. مدیر دفتر مطالعات پایه منابع آب شرکت آب منطقه ای هرمزگان عنوان کرد: بر اساس شاخص های خشکسالی سال آبی گذشته (۹۷-۹۶) استان هرمزگان بیشترین میزان خشکسالی را طی سالهای اخیر داشته است.

با حضور معاون اول رئیس جمهور صورت گرفت :

ذوب آهن اصفهان برای هشتمین بار صادر کننده نمونه کشوری شد



اصفهان - قاسم اسد - همزمان با روز ملی صادرات در آیین بیست و دومین سالروز ملی صادرات که با حضور دکتر اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس جمهور و تعدادی از مقامات کشوری در تهران ، مرکز همایش های بین المللی صداو سیمیا برگزار شد ، ذوب آهن اصفهان به عنوان صادر کننده نمونه کشوری معرفی شدو نشان صدارتی ، لوح سپاس و تندیس ویژه به مهندس منصور یزدی زاده مدیرعامل این شرکت کسب کرد. در سال جاری ذوب آهن اصفهان تنها شرکتی است که در گروه محصولات فولادی به عنوان صادر کننده نمونه کشوری انتخاب شد . این شرکت تاکنون شش بار در سالهای ۱۳۸۰- ۱۳۸۵ - ۱۳۸۸ - ۱۳۹۱ - ۱۳۹۲ - ۱۳۹۵ صادرکننده نمونه ملی کشور و در سال ۱۳۹۳ صادر کننده ممتاز کشور شده بود. مهندس منصور یزدی زاده مدیرعامل ذوب آهن اصفهان در گفتگو با خبرنگار ما عوامل انتخاب این شرکت به عنوان صادر کننده نمونه کشوری را بدین شرح بیان نمود: تلاوم رشد صادرات این شرکت در طی سالهای اخیر ، افزایش تعداد بازارهای هدف صادراتی ، توجه خاص به صادرات محصولات به کشورهای افریقای ، آسیای جنوب شرقی و کشورهای

در رشته های ورزشی فوتسال، تنیس روی میز و کوهنوردی رقم خورد؛

درخشش ورزشکاران شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی



فوتسالیست های صنعت آب و برق آذربایجان شرقی سوم شدند

تیم فوتسال صنعت آب و برق آذربایجان شرقی مقام سوم مسابقات سراسری فوتسال صنعت آب وزارت نیرو را از آن خود کرد. این دوره از مسابقات فوتسال وزارت نیرو که توسط کمیته ورزش استان مانرندان در شهر رامسر برگزار شد تیم فوتسال صنعت آب و برق آذربایجان شرقی با انجام ۷ بازی توانست در این مسابقات در بین ۲۲ تیم مقام سوم را کسب کند. لازم به ذکر است این دوره مسابقات با حضور ۳۲ تیم ورزشی از سراسر کشور و از تاریخ ۱۹ لغایت ۲۶ مهرماه سال جاری و به میزبانی استان مانرندان برگزار گردید. همچنین همکاران شرکت کننده در این مسابقات مرکب از: ناصر وصالی، علی باقری، احد شادی، وحید محمودی، داود ابهری و حسین سلطانی حضور داشتند.

نفرات برتر مسابقات تنیس روی میز آبفا انتخاب شدند

مسابقات تنیس روی میز کارکنان شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی گرامیداشت هفته تربیت بدنی مابین همکاران مناطق و

پس از تعمیرات میان دوره ای؛

واحد ۳۰۵ مگاواتی شماره ۲ نیروگاه رامین اهواز مجدداً به شبکه سراسری برق کشور متصل شد



واحد های نیروگاهی اظهار داشت : ایام گرم سال بدلیل مصرف بالای انرژی برق ، شرایط حساسی را برای نیروگاههای کشور بخصوص نیروگاههای حرارتی ایجاد می کند و تولید این انرژی جز با مراقتبتهای

اصولی ، بهره برداری صحیح و تعمیرات بموقع میسر نمی شود و به لطف خدا با انجام تعمیرات میان دوره ای این واحد ، سطح آمادگی این نیروگاه را بمنظور تولید پایدار انرژی حیاتی برق افزایش دادیم. وی مهمترین اقدامات تعمیراتی بروی این واحد ۳۰۵ مگاواتی را تعویض تپه های کپک کندانسور و شستشوی آنهاسرویس میدلهای حرارتی، تکمیل سیستم مونیتورینگ واحد، سرویس کولینگ تاورها ، رفع اشکالات بویلر و تعمیر ویربر توربو فیدهمپ عنوان نمود. لازم بذکر است نیروگاه رامین اهواز با شش واحد تولیدی به ظرفیت ۱۸۵۰ مگاوات ساعت بزرگترین نیروگاه بخاری کشور و تولید کننده حدود ۴۰ درصد برق استان خوزستان است و نقش مهمی در تأمین آسایش مردم و پشتیبانی از شبکه سراسری برق کشور ایفا می کند.

رئیس اتاق بازرگانی بندرعباس در نشست شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی:

مشکلات صادراتی حاصل تصمیمات و بخشنامه های غیر کارشناسانه است



صیاعی زاده بیان داشت: تصمیمات عجولانه و یک شبه و غیر کارشناسانه صادرکنندگان را با مشکلات متعددی روبرو ساخته است. رئیس اتاق بازرگانی بندرعباس ادامه داد: بازار با ثبات امکان

تصمیم گیری و برنامه ریزی را فراهم می کند، ممکن است عامه مردم فکر کنند که افزایش نرخ ارز و کاهش ارزش پول ملی به نفع تولیدکنندگان و تجار است اما واقعیت این است که از این نوسانات تنها دلالتن بازار بهره می برند و عمده بازرگانان حرفه ای و تولید کنندگان بنا بر دلایل مختلفی زیان می بینند. وی تصریح کرد: بعد از راندازاری سامانه نیما برای فعالان اقتصادی، فرآیند صادرات با تغییراتی همراه شده است و به گفته برخی دست‌اندرکاران، هنوز این سامانه به طور کامل قابل استفاده نیست و مشکلاتی دارد و فرآیند صادرات برای صادرکنندگان با مشکلاتی همراه شده است؛ به گونه‌ای که سرعت حرکت صادرات در کوتاه مدت با مشکلاتی روبرو شده اند.

مشارکت ۱۰۰ نفر در موکب اوقاف استان قم در شهر سامرا؛

لزوم تشکیل مواکب در ایام اربعین حسینی در شهر سامرا



اوقاف و امور خیریه استان قم خاطر نشان کرد: حدود ۱۰۰ نفر از عاشقان امام حسین(ع) برای خدمت‌رسانی به زوار اربعین حسینی در موکب مشترک علی بن جعفر(ع) استان قم و موکب حضرت علی‌صفر(ع) استان قم در شهر سامرا تشکیل داده اند. این نوسانات برای فعالین بخش خصوصی مطلوب نیست و تولیدکنندگان را بسیار آزار می دهد.

انس و برادری بین این مجموعه‌ها شده است. وی با اشاره به اهمیت برپایی مواکب در شهر سامرا تصریح کرد: برپایی مواکب در شهر سامرا از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و حجم خدمت‌رسانی به زائران در این شهر بسیار پایین‌تر از شهرهای دیگر و مسیرهای پیاده‌روی است. حسینی مقدم با تأکید بر اینکه وفور پذیرایی در مسیرهای پیاده‌روی بسیار بوده ولی تعداد مواکب در شهر سامرا بسیار اندک و با محدودیت روبرو است. عنوان کرد: به علت کم بودن مواکب در سامرا، پذیرایی‌ها از زوار به بهترین شکل بوده و خداروشکر دوریختی هم ندارد. وی با تقدیر از عوامل برپایی موکب حضرت علی بن جعفر(ع) در شهر سامرا اظهار داشت: توفیق خدمت‌رسانی به زوار امام حسین(ع) در شهر سامرا قطعاً با مشکلاتی روبرو خواهد بود که انشالله با همت مضاعف بتوان از کمبودها در این شهر مقدس بکاهیم.

قم - خبرنگار فرصت امروز - امسال موکب علی بن جعفر(ع) استان قم همراه با موکب حضرت علی‌صفر(ع) در مکنی مشترک برپا شده و در حال خدمت‌رسانی به زوار هستند. حجت‌الاسلام و المسلمین سید اسماعیل حسینی مقدم ضمن بازدید از موکب علی بن جعفر(ع) استان قم مستقر در شهر مقدس سامرا اظهار داشت: اداره کل اوقاف استان قم چندین سال در مرز مهران به زوار امام حسین(ع) خدمت‌رسانی می‌کرد که امسال با عنایت رئیس سازمان اوقاف مقرر شد تا موکب استان قم در شهر سامرا برپا شود. وی با بیان اینکه امسال توفیق خدمت به زوار حسینی توسط خادمان امامزاده علی بن جعفر(ع) در موکب انجام خواهد شد، ایراز کرد: امسال موکب علی بن جعفر(ع) استان قم همراه با موکب حضرت علی‌صفر(ع) در مکنی مشترک برپا شده و در حال خدمت‌رسانی به زوار هستند. مدیرکل



تاثیر فضای دفتر کار بر خلاقیت کارکنان شرکت باید فضایی را که کارکنان تان به آن نیاز دارند در اختیارشان قرار دهید

مترجم: مریم امیری خواه

آخرین دفتر کار ما یک مکان رویایی بود که در طبقات فوقانی یکی از گران‌ترین و لوکس‌ترین ساختمان‌های شهر قرار داشت. شرکت چشم‌اندازی فوق‌العاده رو به پارک داشت و در مکانی ساکت و در عین حال با دسترسی خوب واقع شده بود.

با این حال یک جای کار میلنگید. شرکت ما، یک شرکت پژوهشی که گزارش‌هایی را در زمینه استعداد سلبریتی‌ها تهیه می‌کند، به روزمرگی افتاده بود و هیچ اثری از خلاقیت در آن دیده نمی‌شد. اگر می‌خواهید بدانید که چطور دوباره خلاقیت را به شرکت برگردانیم، با ما همراه باشید.

۱- تصور نکنید که نقشه‌های با فضایی باز مشکلات را حل خواهد کرد

دفتر قبلی ما دسترسی مستقیم به بالابر داشت و بالابر مستقیماً وارد اتاق اصلی بسیار بزرگی می‌شد که سقف ۵ متری گچکاری شده و شومینه مرمری جلوه باشکوهی به آن می‌داد. ما فضا را کاملاً باز گذاشته بودیم و تمام گروه در یک اتاق کار می‌کردند، به این امید که جمع شدن در کنار یکدیگر خلاقیت و ارتباط گروهی را بالاتر ببرد.

اما به نظر می‌رسید که کار کردن گروهی در کنار یکدیگر در فضای باز تاثیر عکس داشته و موفقیت و خلاقیت کلی کاهش یافته است.

نیمی از گروه ما را بازاریابان محصول و دانشمندان داده تشکیل می‌دادند و نیم دیگر را بازاریابان و فروشندگان شلوغ و پرسروصدا تشکیل می‌دادند؛ همانطور که می‌توانید حدس بزنید، این دو گروه هیچ تناسبی با هم نداشتند. از آنجایی که همه در یک فضای محدود کنار یکدیگر کار می‌کردند، تفاوت‌های شخصیتی تقویت شده بود. زمانی که گروه تکنیکال به سکوت و آرامش نیاز داشت، گروه فروش مشغول تماس‌های سرد و بحث‌های پرسروصدا درباره آخرین معامله پرسودشان بودند.

به قول یکی از کارشناسان املاک دامنه نوسان پاندول افکار در این جمع نامتجانس بیش از حد زیاد بود. هرچند استفاده از اتاق‌های کار مجزا همواره ضروری نیست، اما در اختیار گذاشتن فضایی خصوصی برای در آرامش فکر کردن و تجدید قوا کردن الزامی است.

مشخص شد که کارکنان درونگرا و برونگرا، هر دو به فضای آرام و ساکتی برای فکر و تامل نیاز دارند. وضعیت اعضای برونگراتر گروه در پایان روز دیدنی بود، برقراری تمام آن تماس‌های تلفنی پرهیجان انرژی‌شان را تحلیل برده بود و واقعا به قدری آرامش نیاز داشتند؛ حال آن که در طرف دیگر کارکنان درونگرا ۷۵ درصد روز را در خودشان فرو رفته بودند.

در ابتدا تصمیم داشتیم که این فضای باز بزرگ را به چند ناحیه مجزای کوچکتر تقسیم کنیم، اما در نهایت به این طرح رسیدیم که یک اتاق اصلی بزرگ در جلو قرار داشته باشد، یک اتاق کوچک در وسط و یک سالن گردهمایی برای تماس‌های فروش در عقب قرار بگیرد. در آن زمان به نظر می‌رسید که فضاهای مجزا به اندازه کافی در این تقسیم‌بندی وجود دارد.

اما در اشتباه بودم. به مرور زمان متوجه شدم که کارکنان هنوز آن فضای آرامی را که به آن نیاز دارند، در اختیار ندارند. بنابراین من و شریکم محل جدیدی را سه ماه قبل از اتمام قرارداد محل قبلی اجاره کردیم. پرداختن اجاره دو محل در آن سه ماه واقعا سنگین و ناراحت‌کننده بود، اما ارزش سرمایه‌گذاری را داشت.

۲- اجازه بدهید کارکنان خودشان عکس‌ها و وسایل تزئینی محل کارشان را انتخاب کنند

نخستین کاری که بعد از نقل مکان به دفتر جدید انجام دادیم، این بود که به کارکنان اجازه دادیم، خودشان عکس‌ها، وسایل تزئینی و مبلمان دفتر جدید را انتخاب کنند.

قبل از جابه‌جایی نمی‌دانستیم که زیبایی شرکت نمود مهمی از برند شخصی شرکت است. مدیر پروژه مبلمان را انتخاب کرد. طراح اصلی‌مان خواست که از یکی از دوستان دوران دبیرستانش کمک بگیریم که چهره افراد مشهور را نقاشی می‌کرد. مدیر بخش روابط عمومی از من خواهش کرد که پرتره‌هایی را که یکی از سرمایه‌گذاران‌مان، یک هنرمند بااستعداد، با مداد از چهره افراد مشهور کشیده بود، از خانه با دفتر منتقل کنیم. از آنجایی که بخشی از پژوهش‌های شرکت معطوف به بررسی وضعیت سلبریتی‌ها است، تزئین دفتر با این تصاویر کاملاً منطقی به نظر می‌رسید. به زودی مجموعه کوچکی از آثار هنری در دفتر جمع شد که به خوبی نمایانگر برند شرکت است. در گذشته برای شرکت‌هایی کار کرده‌ام که مدیران آن تمام تزئینات و تابلوها را انتخاب می‌کردند و یادم می‌آید که با خودم فکر می‌کردم: «من هم تمام روز اینجا هستم. چرا از من نمی‌خواهید که برای دکوراسیون دفتر نظر بدهم؟» تصمیم‌گیری درباره دکوراسیون و تزئینات شرکت یک تصمیم جمعی است که تمام کارکنان، حتی جدیدترین آنها در این باره حق اظهارنظر دارند.

۳- جلسات ماهانه توفان فکری را فراموش نکنید

بعد از آن که اعضای گروه جاگیر شدند، تصمیم گرفتیم که جلسات توفان فکری را به طور منظم با حضور تمام اعضا برگزار کنیم؛ برای مثال درباره روش‌های جذب سرخ‌ها یا مشتریان احتمالی معتبرتر، راهکارهای حضور پررنگ‌تر در رسانه‌ها یا روش‌های ایجاد اشتیاق در مشتریان احتمالی با هم صحبت کردیم و تمام گروه نظرات‌شان را بیان کردند. این جلسات توفان فکری واقعا موثر و راهگشا بوده‌اند؛ میزان جذب سرخ‌های فروش معتبر طرف ۹۰ روز گذشته سه برابر بیشتر از دوره‌های سه ماهه قبلی شده و راهکارهای ارائه شده برای جلب توجه خبرنگاران و مشتریان نیز تاثیر قابل توجهی داشته است.

البته چند نفر از کارکنان صادقانه گفتند که از بیان نظرات خود در جمع خجالت می‌کشند؛ به همین دلیل به آنها پیشنهاد کردم که این جلسات توفان فکری را با یکی از همکاران‌شان انجام دهند. به این ترتیب مطمئن شدم که تمام گروه در تصمیم‌گیری‌های مهم شرکت نقش دارند.

داستان کذب دیگری درباره اداره کسب و کار وجود دارد که باید آن را فراموش کنید؛ این ادعا که خلاقیت اجباری کارآمد نیست، کاملاً بی‌پایه و اساس است. اگر فضای مناسب را ایجاد کنید و رهبری باشید که باور داشته باشد خلاقیت عامل موفقیت است، آنگاه جلسات منظم توفان فکری کاملاً موثر خواهد بود و می‌توانید خلاقیت را در تمام امور شرکت تزیق کنید.

اگر در مقام یک رهبر کسب و کار بتوانید، بسیاری از این داستان‌های بی‌بهره‌ای را که بر تصمیم‌گیری‌های‌تان درباره فضای دفتر کار تاثیر می‌گذارند، از ذهن‌تان پاک کنید، می‌توانید محیطی فراگیر را خلق کنید که خلاقیت را به گونه‌ای غیرقابل تصور و بی‌سابقه پرورش دهد.

منبع: entrepreneur



چگونه با مدیران مخالفت کنیم و کارمان را از دست ندهیم

اگر شما از مخالفت با مدیر خود هدف دارید که در دنیایی با ارتباط بیشتر فعالیت کنید و رئیس شما مجبور شود اهمیت بیشتری به وضعیت کار یا پیشرفت بدهد، پس بهتر است ناملایمات را بپذیرید و براساس هدف خود پیش بروید.

مشکلات به‌وجود آمده قبلی را حل کنید

برخی مواقع شما روش درستی را برای ارائه مطلب خود انتخاب کرده‌اید اما هرچه تلاش می‌کنید، مسئله خاصی موجب می‌شود که شما نتوانید پیغام خود را به درستی برسانید. شاید شما در گذشته مشکلی به‌وجود آورده‌اید یا پیش از این، مدیرتان از کارمندی مانند شما ضربه خورده و نمی‌تواند به راحتی حرف‌تان را بپذیرد. یکی از راه‌های مقابله با مسئله موجود، این است که مشکلات به‌وجود آمده قبلی را پیدا کنید و آنها را هر طور شده حل کنید. می‌توانید پیش از بحث تصور کنید که در مقابل حرف‌های شما، طرف مقابل چه تفرکی خواهد کرد و چطور می‌توانید تفرکات اشتباهش را با ذکر دلیل برطرف کنید.

چه مشکلی به وجود می‌آید اگر همواره کوتاه بیایید

حالا شاید بسیاری از مخالفت با مدیر خود هراس داشته باشند و ترجیح دهند این کار را انجام ندهند تا بتوانند به راحتی کار خود را حفظ کنند. انجام کارها برخلاف نظرات و اعتراض نکردن در این موارد موجب می‌شود که آرام آرام نشانه‌های استرس احساسی در بدن‌تان پدیدار شود و کم‌کم نتوانید آنها را تحمل کنید. بدین ترتیب سلامت‌تان را از دست خواهید داد.

مسئله هر ارگان یا شرکت نیاز به ایده‌های تازه و روش‌های بهتر دارد چراکه در دنیایی جدید اگر نتوانید با تغییرها کنار بیایید، محکوم به شکست خواهید بود. اگر در مواجهه با رؤسا همواره موافقت خود را اعلام کنیم، کم‌کم رئیس متوجه خواهد شد که آنچنان اهمیتی به کار خود نمی‌دهیم و تنها می‌خواهیم زمان بگذرد و مورد توبیخ واقع نشویم.

منبع: fastcompany/digiato

بهبتر درک کند. آیا شواهد، دیتا و مدرک برایش قابل قبول است؟ یا اینکه باید نحوه عملکرد یا تصمیمات را برایش توضیح دهید. شاید او فردی احساساتی است و نیاز دارید که کمی با او گرم‌تر یا مهریان‌تر از گذشته رفتار کنید. مسلماً پس از چند جلسه و صحبت طولانی با رئیس مستقیم‌تان متوجه خواهید شد که چه روشی بر تفرکات وی بهترین تاثیر را می‌گذارد.

مدارک و دلایل مهم برای مسئله مورد بحث خود را بیابید

اگر زمانی دیدید که مدیر، حرف شما را گوش نمی‌دهد، بهترین کار این است که از نظر موافق دیگران استفاده کنید. طبق استراتژی خود، آنها را کنار یکدیگر جمع کرده و جمعاً نظر خود را اعلام کنید تا حرف شما سندیت قطعی پیدا کند.

استراتژی دیگر این است که از فردی معتمد استفاده کنید. برای مثال اگر حرف همکاران تاثیر بیشتری بر رئیس‌تان می‌گذارد و رابطه خوبی با او دارید، سراغش رفته و بحث را با وی مطرح کنید. شاید او بتواند به روش مناسب‌تری با مدیر مربوطه کنار بیاید و بدین شکل شما به خواسته خود برسید.

در مواقعی که بحث گره می‌خورد چه باید کرد؟

گاهی اوقات بحث به شدت بالا می‌گیرد و به نظر می‌رسد که دیگر هیچ راهی برای توافق روی یک مسئله وجود ندارد. بهترین راه این است که با خود صادق باشید، پیغام خود را به وی اطلاع داده و در همین حین رابطه خود را با او بهبود بخشید.

به نتایج مثبت مخالفت با مدیر خود بیندیشید

یکی از راه‌ها این است که به نتایج مثبت مخالفت با مدیر فکر کنید. مسلماً میان بحثی که شما انتظارش را داشتید و آنچه رخ می‌دهد، فاصله زیادی وجود دارد. در این مواقع بهتر است برخورد بد رئیس را مدنظر قرار ندهید و تنها روی هدف خود تمرکز کرده و تصور کنید اگر آنچه شما می‌خواهید ممکن شود، زندگی شما بهتر خواهد شد و راحت‌تر می‌توانید کار کنید.

امکان ندارد که تا به حال در محلی کاری به فعالیت مشغول باشید و با تمامی تصمیمات یا انتخاب‌های مدیر خود موافقت کامل داشته باشید. ۱۰۰ درصد مسئله‌ای وجود دارد که مجبور می‌شوید به مخالفت با مدیر خود بپردازید. اصولاً در این مواقع مجبور خواهید بود تمامی اختلافات را کنار بگذارید و برخلاف خواسته خود کاری را انجام دهید که می‌دانید اشتباه است چرا که هرچه باشد مدیر می‌تواند شما را اخراج کند.

این مسئله بدترین اتفاق برای شما، مدیر مربوطه و شرکتی است که برای آن کار می‌کنید. پس اگر می‌دانید کاری اشتباه است و باید روش دیگری در پیش بگیرید، حتماً باید آن را اعلام کنید. حال سوال اینجاست که چگونه باید این کار را انجام داد تا رئیس شما تصور نکند شما فردی منفی‌باف یا یک تهدید برای او به حساب می‌آید؟

کارشناسان معتقدند مخالفت با مدیر می‌تواند در نظر او تهدیدآمیز جلوه کند. به همین دلیل زمانی که می‌خواهید مشکل را با فردی مطرح کنید، بهتر است ببینید چرا قصد دارید با او مخالفت کنید.

اگر این مخالفت می‌تواند از وقوع اشتباهی سنگین جلوگیری کند یا ارزش بسیار زیادی به فعالیت شما اضافه کند، آنگاه می‌توانید مخالفت کنید، در غیر این صورت نیازی نیست شغل‌تان را به خطر بیندازید.

حال پس از بررسی مسئله اگر می‌خواهید به مخالفت با مدیر خود بپردازید، بهتر است نکات زیر را در نظر داشته باشید؛

ببینید که چه روشی بر تفرکات مدیرتان تاثیر بیشتری می‌گذارد؟

بهترین راه برای متقاعد کردن یک فرد، برنامه‌ریزی درست است. برای آنکه بتوانید درست برنامه‌ریزی کنید، باید ببینید که چه روشی بر ذهن مدیر شما تاثیر مثبتی می‌گذارد.

بدین منظور شما باید رفتار مدیرتان را بررسی کنید و ببینید چه روشی موجب می‌شود که او حرف شما را