روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه
۱۷ مهر ۱۴۰۱

Sun.9 Oct 2022
۱۲ ربیع‌الاول ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۲۱۰۲
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

ترمز کاهش شاخص‌ها بالاخره کشیده شد

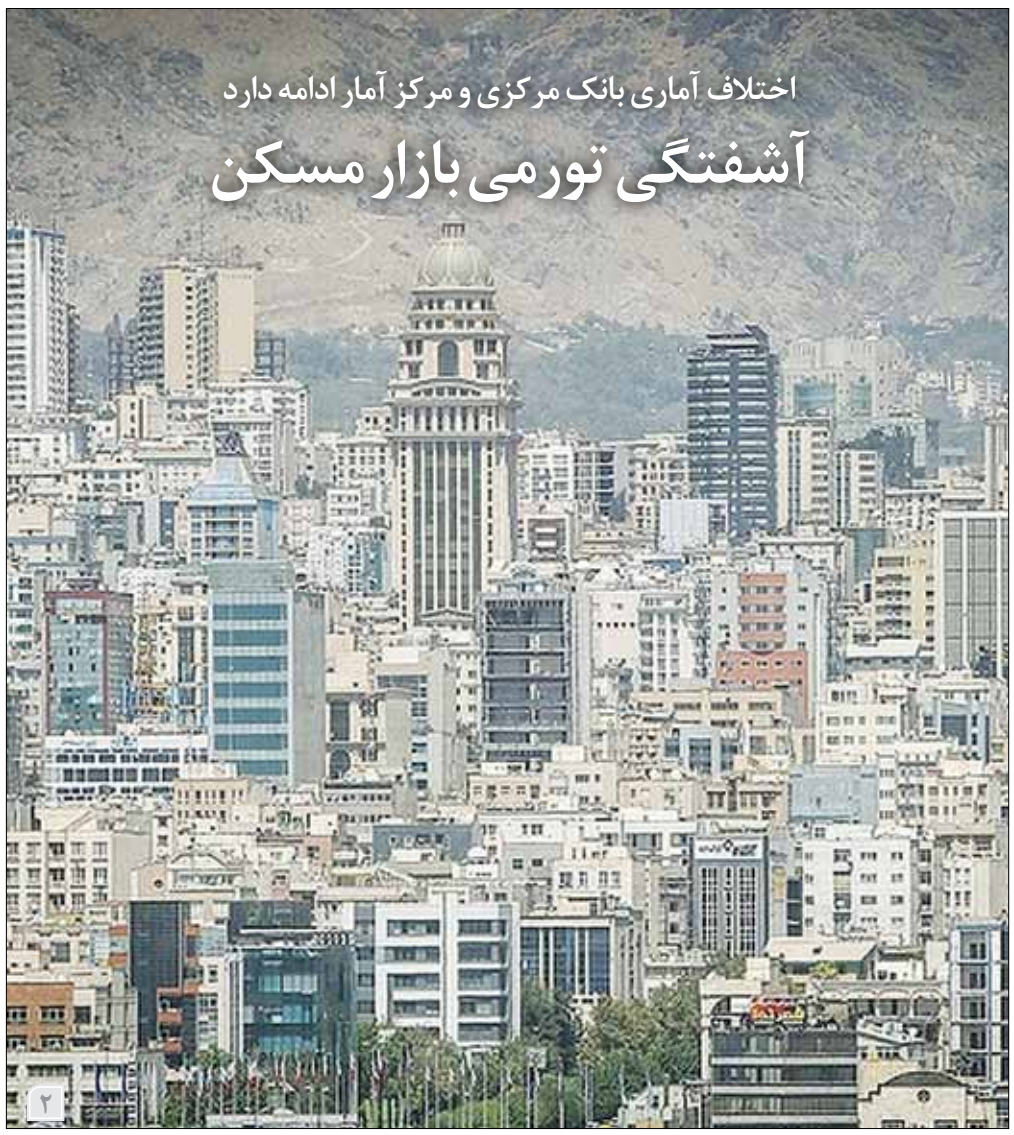
سبزپوشی بورس در نیمه مهرماه

فرصت امروز: بازار سهام که تا چندی پیش به عنوان یکی از کانون‌های جذاب سرمایه‌گذاری شناخته می‌شد، حالا به یکی از پرریسک‌ترین و پرحاشیه‌ترین بازارها تبدیل شده است و خروج دسته‌جمعی سهامداران خرد از گردونه معاملات بورسی، واقعیت محتوم این روزهای تالار شیشه‌ای را نشان می‌دهد. علاوه بر ریسک مذاکرات احیای برجام، ناآرامی‌های روزهای گذشته نیز تاثیر...

۴

اختلاف آماری بانک مرکزی و مرکز آمار ادامه دارد

آشفتگی تورمی بازار مسکن



۲

بانک جهانی پیش‌بینی رشد اقتصادی ایران را کاهش داد

۵ ریسک اقتصاد ایران در ۲۰۲۳

فرصت امروز: بانک جهانی در جدیدترین به‌روزرسانی دورنمای اقتصادی جهان، تخمین می‌زند که اقتصادهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا در سال ۲۰۲۲ به میزان ۵,۲ درصد رشد خواهند کرد که سریع‌ترین نرخ رشد از سال ۲۰۱۶ تاکنون است. البته به دلیل افزایش نااطمینانی به دنبال تبعات جنگ روسیه و اوکراین و همچنین بحران کرونا، این رشد در منطقه خاورمیانه کاملا ناهمگون و نابرابر خواهد بود و اقتصادهای واردکننده نفت و مواد غذایی برخلاف کشورهای صادرکننده نفت، آسیب زیادی خواهند دید. بانک جهانی همچنین پیش‌بینی خود از رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۲۳-۲۰۲۲ را از رقم ۳,۳ درصد به ۲,۹ درصد کاهش داد و برای سال ۲۰۲۴-۲۰۲۳ نیز...

۴

تعادل بزرگ بین دولت‌ها و بانک‌های مرکزی برقرار می‌شود

عصر جدید اقتصاد جهانی

۳

مدیریت و کسب‌وکار

اشتباهات کار تیمی در دنیای کسب و کار

کار تیمی یکی از محبوب‌ترین استراتژی‌های دنیاست. البته تا زمانی که پای اشتباهات ریز و درشت به آن باز نشده باشد. خیلی از کارآفرینان برای فرار از تحویل دیرهنگام پروژه‌ها یا حتی چالش‌های مدیریتی به این استراتژی به چشم راه نجات نگاه می‌کنند. بی‌شک همکاری با دیگران هر مشکلی که در نگاه اول شبیه هفت‌خوان رستم است را در یک چشم به هم زدن از بین می‌برد؛ انگار که از اول همه چنین مشکلی وجود نداشته است. با این حال باید حواس‌مان باشد وسط راه از مسیرمان منحرف نشویم. وگرنه نه تنها خبری از رفع مشکلات نخواهد بود، بلکه چالش‌های تازه‌ای هم به کارمان اضافه خواهد شد.

ما در روزنامه فرصت امروز قبلا درباره کار تیمی حسابی با شما گپ زده‌ایم. امروز قصد داریم شما را یک سر و گردن حرفه‌ای‌تر کنیم. همانطور که یک تیم فوتبال ممکن است با اجرای اشتباه یک تاکتیک با سر زمین...

۸

نگاه

تیک تاک چگونه دنیا را درنوردید؟

اسب تروای شبکه‌های اجتماعی

تیک‌تاک، این عمده‌فروشی ویدئوهای رقص و داب‌اسمش، زمانی تنها می‌خواست گوشه کوچکی از اینترنت را به خود اختصاص دهد. این اپلیکیشن از زمان راه‌اندازی خود در پنج سال پیش تا امروز موفق شده است دلگرمی زیادی برای بیش از یک میلیارد کاربر خود به وجود آورد و در امتداد آن، شکلی از رقابت را برای غول‌های جاافتاده شبکه‌های اجتماعی در سیلیکون ولی پدید بیاورد. با این حال، گرچه تیک‌تاک بسیاری از کاربران و تبلیغ‌دهندگان را خوشحال می‌کند، برخی دیگر بر این باورند که این اپلیکیشن جذاب، یک سویه تاریک هم دارد. بایت‌دنس، مالک تیک‌تاک در کشور چین مستقر است که دولتی بسیار علاقه‌مند به نظارت و پروپاگاندا دارد؛ یعنی جایی بسیار نگران‌کننده برای استقرار یک اپلیکیشن رسانه‌ای. با افزایش قدرت تیک‌تاک و نزدیک‌تر شدن انتخابات در آمریکا، یک توفان دوحزبی در کنگره آمریکا در حال شکل‌گیری است که تیک‌تاک را در نقش «اسب تروا» تعریف می‌کند. هم علاقه و هم نگرانی نسبت به...

۲

نرخ بهره، نقطه آغاز قدرت‌گرفتن دلار

دلار چگونه قوی شد؟

دلار به عنوان یکی از ارزشمندترین ارزهای جهان در دنیای امروز شناخته می‌شود، اما پرسش این است که دلار چطور با افزایش ارزش همراه شد و آیا این مسیر صعودی ادامه پیدا خواهد کرد یا نه؟ «اکونومیست» در پاسخ به این سوال می‌نویسد: این روزها بهترین فرصت برای گردشگران آمریکایی است تا به کشورهای اروپایی سفر کنند. دلیلش، افزایش ارزش دلار نسبت به یورو است. برابری یورو-دلار در وضعیتی قرار دارد که حتی می‌توان به ارزشمندتر شدنِ دلار نسبت به یورو هم امید داشت. البته آمریکایی‌ها می‌توانند سفر خود را به اروپا محدود نکنند، بلکه می‌توانند به کشورهای آسیایی مانند ژاپن هم بروند. دلیلش این است که دلار آمریکا در برابر ارزهایی مانند ین ژاپن هم قدرت گرفته است. در واقع، آمریکایی‌ها این روزها به هر کشوری سفر کنند، برای‌شان سفری ارزان محسوب می‌شود. دلیلش نیز قدرت گرفتن دلار است؛ چراکه از ابتدای امسال تاکنون ارزش دلار در برابر ین رشد ۱۵ درصدی، در برابر پوند رشد ۱۰ درصدی و در برابر یوآن چین هم رشد ۵ درصدی را تجربه کرده است. حال پرسش این است که دلار چطور قدرت گرفت؟

اوایل سال ۲۰۲۱ بود که دلار به پایین‌ترین سطح خود در آن زمان نسبت به پنج سال گذشته‌اش رسید. دلار در آن زمان نسبت به سایر ارزها در سبد ارزی، وضعیت مطلوبی نداشت. مهمترین دلیل کاهش ارزش دلار در آن زمان، همه‌گیری کرونا بود، اما حالا زندگی در مسیر عادی‌شدن قرار گرفته و به همراه عادی‌شدن جریان زندگی، دلار هم توانسته است ارزش خود را بازیابی کند. طی یک سال گذشته شاخص دلار نسبت به سایر ارزها در سبد ارزی، وضعیت مطلوبی داشته و در سال ۲۰۲۲ توانسته به بالاترین ارزش خود از سال ۲۰۰۲ تاکنون دست پیدا کند.

اصلی‌ترین عامل افزایش ارزش دلار، به تغییر سیاست‌های فدرال رزرو یا همان بانک مرکزی آمریکا برمی‌گردد. فدرال رزرو کاملا مصمم است که نرخ تورم را مهار کند، در نتیجه نرخ بهره را از ماه مارس تاکنون ۱,۵ درصد دیگر افزایش داده است. این انقباضی‌ترین سیاستی است که فدرال رزرو از سال ۱۹۸۰ تاکنون در پیش گرفته است. در واقع، بانک مرکزی آمریکا به یک‌باره تصمیم گرفته نرخ بهره را افزایش دهد تا جلوی افزایش نرخ تورم را بگیرد. نرخ بهره، یکی از مهمترین عوامل تعیین‌کننده برای نرخ ارز است و به سادگی می‌تواند آن را تحت تاثیر قرار دهد. در یک شرایط برابر، کشوری که نرخ بهره بالاتری دارد احتمالا ارز باارزش‌تری هم دارد. دلیلش این است که می‌تواند با نرخ بهره بالاتر، سرمایه بیشتری جذب کند و به این ترتیب، ارزش ارز رسمی‌اش هم بالا می‌رود. این همان اتفاقی است که در مورد دلار رخ داده است.

پرسش بعدی این است که چرا سایر بانک‌های مرکزی همانند بانک مرکزی آمریکا اقدام نکرده‌اند و نرخ بهره را افزایش نداده‌اند؟ پاسخ در نقطه بحران است. در مورد اروپا، تورم از محل انرژی و گاز طبیعی ناشی شده است. قیمت گاز طبیعی به دلیل بروز جنگ روسیه و اوکراین افزایش پیدا کرده است. در نتیجه اگر بانک مرکزی اروپا سیاست‌های پولی خود را تغییر دهد و سیاست انقباضی را برای افزایش نرخ بهره در پیش بگیرد الزاما نمی‌تواند تورم را مهار کند؛ چراکه تورم در بحران جنگ و کمبود عرضه گاز طبیعی ریشه دارد، اما در آمریکا قضیه فرق دارد. در این کشور، تورم از محل سیاست‌های پولی فدرال رزرو ناشی شده است؛ یعنی بسته‌هایی که بانک مرکزی آمریکا برای مهار همه‌گیری کووید-۱۹ ارائه کرده بود و با سیاست کاهش نرخ بهره همراه بود، جرقه افزایش نرخ تورم را زد. حالا آمریکا می‌تواند با افزایش نرخ بهره، جلوی افزایش نرخ تورم را بگیرد. به همین خاطر است که آمریکا ارز قدرتمندتری هم دارد.

علاوه بر اینها، دلار به عنوان یک دارایی امن در جهان شناخته می‌شود. طبق اعلام بانک استاندارد چارترد، ۴۵ درصد از قدرت اخیر دلار به این خاطر است که به عنوان یک دارایی امن مورد استفاده سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرد. به این ترتیب، دلار توانسته است از دو جهت، حمایت لازم را برای افزایش ارزش دریافت کند و به یک ارز قدرتمند تبدیل شود، اما آیا این مسیر رشد ادامه‌دار خواهد بود؟ واقعیت این است که اگر فدرال رزرو همچنان به افزایش نرخ بهره ادامه دهد و در این زمینه جلوتر از سایر بانک‌های مرکزی جهان باشد، احتمالا باز هم ارزش دلار افزایش پیدا خواهد کرد. به علاوه، اگر بحران اقتصادی رخ بدهد، از آنجا که دلار به عنوان یک دارایی امن شناخته می‌شود، احتمالا باز هم با افزایش تقاضا روبه‌رو خواهد شد و این امر در نهایت افزایش ارزش آن را به دنبال خواهد شد. در نهایت می‌توان گفت که دلار در آینده هم احتمالا مسیر صعودی خود را ادامه خواهد داد.

درباره مشاغل عجیب اما پردرآمدی که آینده مالی ما را شکل می‌دهند

۴ شغل مالی جالب برای آینده

پول و مدیریت منابع مالی در دنیای دیجیتال و بسیار مجازی امروز، شرایط جدیدی را تجربه می‌کند و به همین جهت، تعجبی ندارد که شاهد تغییرات اساسی در مشاغل مالی نیز باشیم. وقتی تکنولوژی بر تمام امور شغلی تسلط پیدا می‌کند، نگرانی از ناآشنایی با مشاغل جدید هم ممکن است بر انسان‌ها تاثیر بگذارد. «وال استریت ژورنال» در یک گزارش جالب به معرفی چهار شغل مهم و جدید در فضای مالی پرداخته است. این مشاغل عجیب اما پردرآمدی که به احتمال خیلی زیاد، آینده مالی ما را شکل می‌دهند، شامل هکر مقیم، ارزیاب NFT، مامور تکنولوژی مالی (فین‌تک) و ناظر بر روبوت مالی است.

* هکر مقیم: از زمان قدیم تا همین اواخر، بانک‌ها برای نگهداری از سرمایه مردم همیشه از نیروهای کارکشته امنیتی استفاده می‌کردند، اما حالا که همه چیز دیجیتال است و دزدها هم دیجیتال هستند، چطور می‌توان جلوی دزدی آنها را گرفت؟ پاسخ روسای بانک‌ها به این پرسش جالب است: هکر استخدام می‌کنیم! مدتی است که نهادهای مالی بزرگ به شرکت‌هایی پول می‌دهند تا سیستم‌شان را هک کنند و بعد براساس ضعف‌های سیستم‌شان، تلاش گسترده‌ای را برای حل آنها صورت می‌دهند. به این کار، آزمون نفوذ گفته می‌شود. «شاون مویر»، هم‌بنیانگذار شرکت «شرکای اتردیس» که دقیقا همین کار را انجام می‌دهد، می‌گوید: تغییر بزرگی که در سال‌های اخیر رخ داده این است که هکر مقیم هم استخدام می‌شود و به طور تمام مدت به دنبال نفوذ به سیستم است؛ چراکه دیگر سفارش دادن این کار به خارج از مجموعه و انجام سالانه آن برای مقابله با تهدیدهای امنیتی مجازی و دیجیتال کفایت نمی‌کند. از نظر مویر، نهادهای مالی و بانک‌ها حتی به هکرهای بسیار بیشتری در آینده نیاز پیدا می‌کنند و باید آنها را به صورت مقیم به کار بگیرند.

* ارزیاب NFT: زندگی ما بیش از پیش غرق در جهان دیجیتال و مجازی شده است و این روزها حتی در این جهان، سرمایه هم داریم. «کن تیمسیت»، مدیر شبکه بلاک‌چین کرونوس معتقد است که هرچه ما داریم به تدریج باید با ارزش دیجیتالش شناخته شود و گریزی از این کار نیست. به همین علت بوده است که مجموعه‌داران و سرمایه‌گذاران به ارزیاب‌های دیجیتال برای تعیین ارزش دارایی‌های مجازی روی آورده‌اند و این روند صدالبته در آینده بیشتر هم خواهد شد. بسیاری از مسائل این حوزه مربوط به ان اف تی (توکن‌های غیرقابل معاوضه) است که به عنوان ووچر اصالت کالاهای مجازی در بلاک‌چین به کار می‌رود و ارزیاب‌های این حوزه در آینده اهمیت بیشتری پیدا خواهند کرد.

* مامور تکنولوژی مالی (فین‌تک): چه اتفاقی می‌افتد اگر بخش خدمات مالی یک کسب و کار آنلاین، برای خودش برو و بیایی پیدا کند؟ در چنین شرایطی به مامور عالی تکنولوژی مالی نیاز پیدا می‌کنید. این روزها بخش تکنولوژی مالی، بخش مهمی از عملکرد هر کسب و کاری است و تقاضا برای خدمات این حوزه دارد بالا و بالاتر می‌رود. شرکت‌های فعال در این حوزه، یک کار جالب انجام می‌دهند و آن هم این است که بسته‌ای از محصولات مالی را که برای نیازهای مالی هر شرکت به خصوص موثر و مفید است، به آن شرکت ارائه می‌دهند. از جمله آنها می‌توان به تکنولوژی‌های پرداختی، انتقالی، لیست حقوقی و موارد مشابه اشاره کرد. شاید فکر کنید اینکه یک کار متعارف است؛ اما واقعیت این است که تکنولوژی‌های مالی با سرعت باورنکردنی در حال توسعه و به روز شدن هستند و بنابراین شک نکنید که با توجه به این بخش، برد می‌کنید.

* ناظر بر روبوت مالی: همه آدم‌ها به تدریج برای مدیریت پورتفولیوی مجازی‌شان (شامل ان اف تی و سایر دارایی‌ها) به نوعی از مشاور مالی جدید نیاز پیدا خواهند کرد. «برتراند پرز»، مدیرعامل بنیاد وب۳ مستقر در سوییس معتقد است که وب دارد به سمت غیرمرکزی شدن پیش می‌رود. بنابراین استفاده از روبوت در امور مالی حتما در آینده اهمیت بسیار بیشتری پیدا خواهد کرد. استفاده از این نوع روبوت‌ها البته خالی از مداخله انسانی نیست و بنابراین یک ناظر ماهر هم باید بر این امر نظارت کند. از نظر پرز، هوش مصنوعی می‌تواند در قیاس با انسان، کنترل بیشتری بر روی مدیریت دارایی‌های مجازی داشته باشد و مشاوره‌های تجاری نیز ارائه بدهد، اما قرار نیست انسان‌ها کاملا از تصویر خارج شوند؛ بلکه وظیفه خطیرتری برعهده آنها قرار می‌گیرد و آن این است که آنها باید حواس‌شان به روبوت و تصمیم‌گیری‌هایش باشد تا از منطقی‌بودن پیشنهادهای مالی روبوت اطمینان حاصل شود. به عبارت دیگر، ناظر بر روبوت مالی باید اختیارات زیادی داشته باشد؛ چراکه مسئولیت تصمیم‌گیری‌های مالی در نهایت بر دوش او خواهد بود. او همچنین باید از رعایت قوانین مالی در جریان تصمیم‌گیری‌های روبوتی نیز اطمینان حاصل کند. این کار پراهمیت و البته پر از هیجان، همکاری با یک روبوت است و البته از سوی دیگر، ارتباط نزدیکی نیز با مشتریان و متقاضیان خدمات مالی خواهد داشت.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

نگـــاه

تیک تاک چگونه دنیا را درنوردید؟

اسب تروای شبکه‌های اجتماعی

تیک‌تاک، این عمده‌فروشـــی ویدئوهای رقص و داب‌اســـمش، زمانی تنها می‌خواست گوشه کوچکی از اینترنت را به خود اختصاص دهد. این اپلیکیشن از زمان راه‌اندازی خود در پنج سال پیش تا امروز موفق شده است دلگرمی زیادی برای بیش از یک میلیارد کاربر خود به وجود آورد و در امتداد آن، شـــکلی از رقابت را برای غول‌های جاافتاده شبکه‌های اجتماعی در ســـیلیکون ولی پدید بیاورد. با این حال، گرچه تیک‌تاک بســـیاری از کاربران و تبلیغ‌دهندگان را خوشحال می‌کند، برخی دیگر بـــر این باورند که این اپلیکیشـــن جذاب، یک ســـویه تاریک هم دارد. بایت‌دنس، مالک تیک‌تاک در کشور چین مستقر است که دولتی بسیار علاقه‌مند به نظارت و پروپاگاندا دارد؛ یعنی جایی بســـیار نگران‌کننده برای اســـتقرار یک اپلیکیشـــن رســـانه‌ای. با افزایش قدرت تیک‌تاک و نزدیک‌تر شـــدن انتخابات در آمریکا، یـــک توفان دوحزبی در کنگره آمریکا در حال شکل‌گیری است که تیک‌تاک را در نقش «اسب تروا» تعریف می‌کند. هم علاقه و هم نگرانی نســـبت به تیک‌تاک، مسئله‌ای موجه است. این اپلیکیشن توانسته کل دنیای شبکه‌های اجتماعی را به چالش بکشـــد. با این حال اگر به درستی بررسی نشود، می‌تواند بیانگر ریسکی امنیتی برای دشمنان حزب کمونیست چین باشد. پیدا کردن راهی برای عملکرد امن تیک‌تاک در کشـــورهای غربی، آزمونی خواهد بود برای این مســـئله که آیا کســـب‌وکارها و اینترنت جهانی می‌توانند سلامت خود را در دوره زوال روابط آمریکا و چین حفظ کنند یا نه.

در زیر رابط ساده تیک‌تاک، یک هوش مصنوعی بسیار پیچیده قرار دارد که به شکل ترسناکی پیشرفته است. توانایی این هوش مصنوعی برای فهمیدن علایق مردم به تیک‌تاک کمک کرد تا بتواند با ســـرعتی دو برابر فیس‌بوک به یک میلیارد کاربر اولیه خود دسترسی پیدا کند. در آمریکا کاربران به طور میانگین ۵۰ درصد زمان بیشـــتری نسبت به اینســـتاگرام می‌گذرانند. انتظار می‌رود درآمد تیک‌تاک در سال ۲۰۲۲ میلادی به ۱۲ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۴ میلادی به ۲۳ میلیارد دلار برســـد، یعنی با یوتیوب به سطحی برابر برسد. تولیدکنندگان محتوای جواب به سرعت جذب تیک‌تاک می‌شوند و بسیاری از قدیمی‌ها هم به این اپلیکیشن رو آورده‌اند.

تاثیر این اپلیکیشـــن بر بازار رقابت، بســـیار زیاد بوده است. در سال ۲۰۲۰ گروه مبارزه با تراســـت‌های اقتصادی از فیس‌بوک شکایت کرد؛ زیرا طبق ادعای این گروه، فیس‌بوک ســـلطه کاملی به بازار شبکه‌های اجتماعـــی پیدا کرده بـــود. امروزه چنین نگرانی‌هایـــی معنای خاصی ندارند؛ چراکه شـــرکت متا آسیب‌های فراوانی دیده و در پی دنباله‌روی از تیک‌تاک و رقابت با این شرکت است. در واقع، آمریکایی که همیشه چین را به کپی‌کاری متهم می‌کرد، حالا در سوی کپی‌کار قرار گرفته اســـت. با این حال، نگرانی‌های مربوط بـــه مالکیت چینی تیک‌تاک از قدیم وجود داشـــته و ترامپ سعی فراوانی کرد که بایت‌دنس را مجبور به فروش کســـب‌وکار آمریکایی تیک‌تاک به یک مالک داخلی کند، اما در این راه موفق نشد. امروزه ابعاد تیک‌تاک تقریبا دو برابر دوران ترامپ است.

مشـــهورترین مخاطره تیک‌تاک، حریم خصوصی است. دولت چین، این حق را برای خود قائل است که در هر زمان هر داده‌ای که لازم دارد از بنگاه‌هایی که در این کشور مستقر هستند، تقاضا کند. گرچه عمده کاربران تیک‌تاک هیچ مشکلی با این ماجرا ندارند که حزب کمونیست چین، رقص آنها را تحلیل کند، اما مجموعه ویدئوهای این اپلیکیشـــن می‌تواند در ساختن پایگاه داده‌ای برای تشخیص صدا و چهره که یکی از پروژه‌های جاری دولت چین است، به کار بیاید. البته به احتمال زیاد در رابطه با این نگرانی، مقداری اغراق هم صورت گرفته اســـت. عمده این اطلاعات را می‌توان از ســـطح کاربری خود این اپلیکیشـــن هم به دست آورد، مخصوصا در مورد آمریکایی‌هایی که حفاظت قانونی خوبی در مسئله داده ندارند.

یکی دیگر از مســـائل کمتر دیده شده تیک‌تاک، این است که دولت چین می‌تواند تاثیر زیادی روی این مســـئله بگذارد که صدها میلیون کاربر خارجی این شبکه چه چیزهایی را مشاهده می‌کنند. تیک‌تاک در حـــال حاضر، فراتر از یک پلتفرم تفریحی عمل کرده و در حال تبدیل شـــدن به یک جایگاه انتشـــار خبر است. اگر این اپلیکیشن را باز کنید به ســـرعت در میان آهنگ‌ها و رقص‌هـــا، تصاویر اعتراضات در غرب را هم می‌بینید. یک‌چهارم کاربران آمریکایی، تیک‌تاک را به عنوان منبع خبری در نظر می‌گیرند. در کشـــورهایی که رسانه‌های خبری جریان اصلی قدرت کمتری دارند، این نسبت به ۵۰ درصد هم می‌رسد.

شـــبکه اجتماعی تیک‌تاک را می‌توان ســـلطان محتواهـــای وایرال دانســـت. محتواهایی که به ســـرعت ویروس در فضـــای آنلاین پخش می‌شوند و توجه زیادی به خود جلب می‌کنند. قدرت نفوذ و اثرگذاری این شـــبکه اجتماعی به قدری است که بسیاری از کاربران نوجوان این پلتفرم توانســـته‌اند در یک شـــب میلیون‌ها کاربر جذب کرده و به یک ســـتاره شبکه‌های اجتماعی تبدیل شوند؛ طبیعتا در پی کسب چنین طیف گســـترده‌ای از مخاطبان، میلیون‌ها دلار پول نیز به جیب زده و زندگی آنها یکباره دگرگون شـــده اســـت. محبوبیت تیک‌تاک با چنان رشدی همراه بوده که بسیاری از غول‌های دنیای تکنولوژی انگشت به دهان مانده‌اند و برای ایجاد امکانی مشابه آنچه این پلتفرم به کاربرانش عرضه می‌کند، دســـت به کار شـــده‌اند. نفوذ بالای این اپ چینی، پای آن را به دنیای سیاســـت نیز باز کرده و اخبار جدال تیک‌تاک با دونالد ترامپ، مدت‌ها بحث داغ رسانه‌های تکنولوژی بود.

این اپلیکیشن چینی با ایده اشتراک‌گذاری ویدئوهای کوتاه به خوبی توانسته نظر مخاطبان کم‌ســـن و سال را جلب کند و به پردانلودترین اپلیکیشـــن شـــبکه اجتماعی در جهان تبدیل شـــود. تا ســـال ۲۰۲۱ میلادی، این عنوان در اختیار فیس‌بوک بود، اما ورود تیک‌تاک به بازار اپلیکیشـــن‌های موبایلی، زنگ خطر را برای فیس‌بوک به صدا درآورد و طولی نکشید این اپ به محبوبیتی فراتر از انتظارها دست یافت. البته پاندمی کرونا و محدود شدن سرگرمی‌های افراد نیز در این رشد بی‌سابقه بی‌تاثیر نبوده‌اند. شهرت تیک‌تاک در سال‌های اخیر بیشتر معطوف به بخش ســـرگرمی و ویدئوهای چالشی آن است. در این ویدئوهای کوتاه ۹ تـــا ۱۵ ثانیه‌ای عموما یک کاربر با انجـــام یک کار عجیب یا جالب، کاربران دیگـــر را به انجام آن حرکت و اشـــتراک‌گذاری ویدئوهای آن در این پلتفرم دعوت می‌کند و همین در جلب توجهات به این شـــبکه اجتماعی بسیار موثر بوده است. جالب آنکه نفوذ بالای تیک‌تاک در بین نسل جوان، بر دنیای محتواهای سرگرم‌کننده قدیمی‌تر مانند موسیقی و فیلم نیز بی‌تاثیر نبوده، به‌طوری که به کارگیری یک موسیقی در یک ویدئوی پربیننده تیک‌تاک، به سرعت توجه کاربران را به آن موسیقی و گروه تهیه‌کننده‌اش جلب کرده و آنها را به ثروت می‌رساند.

بانک جهانی پیش‌بینی رشد اقتصادی ایران را کاهش داد

۵ ریسک اقتصاد ایران در ۲۰۲۳

فرصت امروز: بانک جهانی در جدیدترین به‌روزرسانی دورنمای اقتصادی جهـــان، تخمین می‌زند که اقتصادهای منطقه خاورمیانه و شـــمال آفریقا در ســـال ۲۰۲۲ به میزان ۵٫۲ درصد رشـــد خواهند کرد که ســـریع‌ترین نرخ رشـــد از ســـال ۲۰۱۶ تاکنون است. البته به دلیل افزایش ناطمینانی بـــه دنبال تبعات جنگ روســـیه و اوکراین و همچنین بحـــران کرونا، این رشد در منطقه خاورمیانه کاملا ناهمگون و نابرابر خواهد بود و اقتصادهای واردکننده نفت و مواد غذایی برخلاف کشورهای صادرکننده نفت، آسیب زیادی خواهند دید.

بانک جهانی همچنین پیش‌بینی خود از رشـــد اقتصادی ایران در سال ۲۰۲۳-۲۰۲۲ را از رقـــم ۳٫۳ درصـــد بـــه ۲٫۹ درصد کاهـــش داد و برای سال ۲۰۲۴-۲۰۲۳ نیز رشد ۲٫۲ درصدی را پیش‌بینی کرد. طبق برآورد بانک جهانی، در حالی پیش‌بینی رشد تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۲۴-۲۰۲۳ از رقم ۲٫۵ درصد به ۲٫۲ درصد کاهش یافته که برای سال ۲۰۲۵-۲۰۲۴ نیـــز این رقم از ۲٫۱ درصد به ۱٫۹ درصد تقلیل پیدا کرده اســـت. تشـــدید چالش‌های اقلیمی و ادامه تورم بالا می‌تواند ریسک‌هایی را برای این چشـــم‌انداز ایجاد کند. از همین رو، رشـــد اقتصادی ایران در میان‌مدت به دلیل فشـــارهای تورمی و ادامه تحریم‌ها نسبتا اندک خواهد بود، اما اگر تحریم‌های اقتصادی برداشـــته شوند، چشم‌انداز رشد می‌تواند تا حد زیادی تقویت شود. به گفته این نهاد بین‌المللی، رشد اقتصاد ایران همچنان تحت تاثیر بخش خدمات و نفت باقی خواهد ماند و در حالی که افزایش قیمت نفت موجب افزایش درآمد و کاهش فشـــارهای مالی شده است، همزمان افزایش قیمت‌ها در بازارهای جهانی، هزینه واردات و تورم را افزایش داده است.

نگاه بانک جهانی به اقتصاد ۲۰۲۳

شوک‌های خارجی همچون تحریم‌ها و نوسان قیمتی کالاهای پایه، رکود یک دهه‌ای اقتصاد ایران را به دنبال داشـــت که در سال ۲۰۲۰-۲۰۱۹ به پایان رسید. کاهش قابل‌توجه صادرات نفت به دنبال بازگشت تحریم‌های آمریکا در سال ۲۰۱۸، فشار زیادی به شرایط مالی دولت وارد کرد و تورم را برای چهار سال متوالی به بالای ۴۰ درصد رساند. پایداری تورم بالا، قدرت خرید خانوارها را به میزان زیادی کاهش داده و همزمان ایجاد اشتغال برای جوانان تحصیلکرده تازه‌وارد به بازار کار کافی نبوده است.

به واســـطه بهبود بخش خدمات پس از کرونـــا و افزایش فعالیت بخش نفت، رشد اقتصادی در دو سال گذشته بهبود یافته است. فعالیت اقتصادی کشـــور نیز با تحریم‌ها سازگار شده اســـت؛ از جمله اینکه با کاهش ارزش پول ملی، کالاهای تجاری تولید داخلی به لحاظ قیمتی قابلیت رقابت پیدا کرده‌اند. از ســـوی دیگر، کاهش صادرات نفت موجب شـــده فرآوری نفت خام و هیدروکربن‌ها افزایش یابد که به عنوان محصولات پتروشیمی صادر می‌شـــوند. در شـــرایط تحریمی، تجارت ایران بیشتر به سمت کشورهای همسایه و چین چرخیده است و ارزهای دوجانبه، تهاتر و دیگر کانال‌های پرداخت غیرمســـتقیم به طور فزاینده‌ای برای تسویه معاملات بین‌المللی مورد استفاده قرار می‌گیرند؛ چراکه اکثر دارایی‌های خارجی ایران به علت تحریم‌ها غیرقابل‌دســـترس هســـتند. دولت برای کاهش اثر تورم بر رفاه، پرداخت‌های نقدی را افزایش داده، ولی این مســـئله نیز به فشارهای مالی افزوده است؛ چراکه مداخلات به اندازه کافی هدفمند نبوده‌اند.

ایران همچنین با چالش‌های تغییرات اقلیمی از جمله خشکسالی شدید مواجه اســـت که تولید محصولات کشـــاورزی را در زمانی که قیمت‌های جهانـــی غذا و ناامنی غذایی درحال افزایش اســـت، محـــدود می‌کند. در شـــرایطی که افزایش قیمت نفت به دلیل بهبود تقاضای جهانی و جنگ اوکراین، درآمدهای صادرات نفت ایران را افزایش داده، رشـــد قیمت‌ها در بازارهای جهانی به ویژه مواد غذایی، هزینه واردات را افزایش داده اســـت. این افزایش محدودیت‌های بیشـــتری برای شرایط مالی دولت ایجاد کرده اســـت؛ چراکه یارانه مستقیم قیمت غذا حتی پیش از افزایش قیمت‌های اخیر به حدود ۵ درصد تولید ناخالص داخلی رسیده بود.

مواجهه رشد نفت و هزینه واردات

اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۲-۲۰۲۱ تا حدود ۴٫۴ درصد رشد داشته و این در حالی اســـت که بانک جهانی در گزارش پیشین خود، این میزان را ۴٫۷ درصـــد پیش‌بینی کرده بود. رشـــد ۳٫۹ درصدی تولید ناخالص داخلی بدون نفت ایران عمدتا ناشی از رشد ۶٫۵ درصدی بخش خدمات بوده اســـت؛ چراکه فعالیت اقتصادی تقریبا به پیش از همه‌گیری کرونا بازگشـــته و بهبود در تقاضای جهانی نیـــز تولید ناخالص داخلی نفت را تا ۱۰ درصد افزایش داده اســـت. فعالیت صنعتـــی غیرنفتی نیز به طور متوســـط تا ۱٫۱ درصد رشد داشـــته که متأثر از افزایش هزینه نهاده‌ها، قطع شـــدن انرژی و کاهش قدرت خرید بوده اســـت. تولید کشـــاورزی هم به دنبال خشکسالی شـــدید، کاهش تا ۲٫۶ درصدی را تجربه کرده اســـت. در ســـمت تقاضا نیز مصرف دولتی به دنبال افزایش درآمدهای نفتی، ۸٫۳ درصد رشد داشته و مصرف خصوصی هم رشد ۳٫۹ درصدی را تجربه کرده اســـت. نهایتا رشـــد ۲۴٫۱ درصدی واردات بر رشـــد ۵٫۲ درصدی صادرات کشـــور غلبه کرده و سرمایه‌گذاری نیز با رکود مواجه شده است.

با وجود رشـــد اخیر در تولید ناخالص داخلی، اشـــتغال ایران همچنان پایین‌تر از پیش از همه‌گیری کروناســـت و زنان و جوانان کمتری در بازار کار حضور دارند. افت ۳٫۸ درصدی نرخ مشـــارکت نیروی کار نســـبت به پیش از کرونا (ماه‌های آوریل تا ژوئن ۲۰۱۹) نرخ بیکاری را به ۹٫۲ درصد در ســـه ماهه نخست ۲۰۲۳-۲۰۲۲ کاهش داده است. در حالی که بهبود درآمدهای نفتی به کاهش فشـــارهای مالی در سال ۲۰۲۲-۲۰۲۱ کمک کرده است، کسری مالی در سال ۲۰۲۳-۲۰۲۲ همچنان قابل توجه است. در چهار ماه ابتدایی این ســـال (آوریل تا ژوئیه ۲۰۲۲) درآمدهای نفتی تا بیش از ۴۰۰ درصد افزایش داشـــته اســـت. انتظار می‌رود در صورت باقی مانـــدن تحریم‌ها، رشـــد تولید ناخالص داخلی ایـــران در میان‌مدت اندک باشد. همچنین انتظار می‌رود کاهش تقاضای جهانی و رقابت جدید ناشی از صـــادرات نفت تخفیفی روســـیه به چین نیز توســـعه بخش نفت ایران را کاهـــش دهد. تقاضای داخلی نیز به دلیل اثـــر منفی تورم بر مصرف و سرمایه‌گذاری تحت تاثیر قرار خواهد گرفت. بدین ترتیب طبق پیش‌بینی بانک جهانی، گرچه تحت تاثیر میانگین ۹۰ دلاری قیمت نفت در هر بشکه و افزایش صادرات غیرنفتی، تراز حســـاب جاری در طول دوره چشم‌انداز مـــازاد باقی خواهد ماند؛ با این وجـــود، افزایش هزینه واردات، این مازاد را محدود می‌کند.

ریسک‌های پنجگانه اقتصاد ایران

گرچـــه تراز مالی از افزایـــش تدریجی صادرات نفت ســـود خواهد برد، ولی انتظار می‌رود کســـری بودجه بالاتر از سطح قبل از کرونا باقی بماند. همچنین پیش‌بینی می‌شـــود انتظارات تورمی، فشـــارهای ارزی و جبران کســـری از طریق چاپ پول، تورم را همچنـــان بالا نگه دارد. بانک جهانی بر همین اســـاس، پیش‌بینی تورم در ســـال ۲۰۲۳-۲۰۲۲ را از رقم ۵۱٫۲ درصد به ۵۴٫۸ درصد افزایش داده و تورم ســـال ۲۰۲۴-۲۰۲۳ را از ۴۳٫۶ درصد به ۴۴٫۲ درصد و تورم سال ۲۰۲۵-۲۰۲۴ را از ۳۶٫۵ درصد به ۳۹ درصد رســـانده است. با این وجود اما همچنان خطرات قابل‌توجهی پیش روی این چشـــم‌انداز اقتصادی قرار دارد که تشدید چالش‌های آب‌وهوایی همچون ســـیلاب‌ها، ریزگردها و خشکســـالی و همچنین کمبود انرژی از جمله آنهاســـت. این چالش‌ها به همراه فشـــارهای تورمـــی اخیر می‌تواند فشارها بر اقشار آسیب‌پذیر را افزایش دهد و پتانسیل تنش‌های اجتماعی ایجاد کند، به‌ویژه که رشد اقتصادی نسبتا اندک ایران، فرصت‌های شغلی محدودی ایجاد می‌کند. ســـایر ریســـک‌های کاهنده نیز مربوط به شیوع مجدد کرونا، کاهش بیشتر تقاضای جهانی و افزایش تنش‌های ژئوپلیتیک در صـــورت شکســـت خوردن مذاکرات برجام هســـتند. با ایـــن حال، اگر تحریم‌های اقتصادی برداشته شوند، چشم‌انداز رشد اقتصادی می‌تواند به طور قابل‌توجهی افزایش یابد. افزایش قیمت‌های نفت نیز می‌تواند ترازهای مالی و خارجی را بهبود بخشد.

بـــا وجـــود این، درآمدهـــای نفتی تنها بـــه ۶۱ درصد هـــدف بودجه‌ای رســـیده‌اند و تحقق درآمدهای مالیاتی نیز ۸۱ درصد بوده که نشان‌دهنده لزوم تامین مالی اضافی دولت اســـت. همچنین صورتحساب دستمزدهای بالاتر و تعدیل پرداخت‌های بازنشســـتگی و سایر پرداخت‌ها برای کاهش تاثیر تورم بالا، فشار بیشتری بر کسری بودجه وارد کرده است. دولت در مـــه ۲۰۲۲ به دنبال افزایش هزینه واردات مواد غذایی، سوبســـید نرخ ارز برای واردات گندم را حذف کرد، قیمت ســـایر کالاهای اساسی را افزایش داد و پرداخت‌های نقدی دیگری در نظر گرفت. این اقدامات بر فشارهای تورمی موجود افزود و باعث شـــد قیمت‌هـــای مصرف‌کننده و قیمت مواد غذایی تا ۱۲٫۲ درصد و ۲۶٫۹ درصد در ماه ژوئن افزایش یابد. از آن زمان، تورم کل و تورم هسته در ماه اوت (به طور سالانه) به ۵۲٫۲ درصد و ۴۲٫۶ درصـــد افزایش یافت. تورم البته در مناطق روســـتایی و دهک‌های پایین درآمدی، بالاتر بوده است.

اختلاف آماری بانک مرکزی و مرکز آمار ادامه دارد

آشفتگی تورمی بازار مسکن

در حالـــی که گـــزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مســـکن تهران در شهریورماه، از کاهش شیب تورمی این بازار حکایت دارد، مرکز آمار ایران در گزارش جدید خود، این موضوع را رد کرده و از تداوم شتاب رشد قیمت در بازار مســـکن شـــهر تهران خبر داده اســـت. بانک مرکزی که از ابتدای دهه ۹۰، آمار مربوط به بازار مســـکن تهران را منتشر می‌کند، در گزارش اخیر خود، میزان تغییر میانگین قیمت مســـکن تهران در شـــهریورماه را ۱٫۱درصد اعلام کرده است، اما مرکز آمار از دیگر سو، تورم مسکن تهران در شهریور را سه برابر بالاتر از مقدار بانک مرکزی محاسبه کرده و از رشد ۳٫۳ درصدی میانگین قیمت مسکن پایتخت در این ماه خبر داده است.

طبـــق اعلام مرکز آمار ایران، در شـــهریورماه ۱۴۰۱ تورم ماهانه قیمت آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران ۳٫۳ درصد بوده که مقدار آن نسبت به ماه قبل، ۱٫۵ درصد بیشـــتر شده اســـت. بررسی داده‌های مرکز آمار ایران نشان می‌دهد در شهریورماه، شاخص قیمت آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران به عدد ۱۵۹٫۷ واحد رسیده که نسبت به ابتدای سال ۱۳۹۵، رشد حدود ۹۵۶ درصدی را نشـــان می‌دهد؛ در حالی که شاخص اعلام شده از سوی بانک مرکزی برای شهریورماه امسال نسبت به ابتدای سال ۱۳۹۵، حاکی از رشد ۹۸۰ درصدی است.

آنطور که مرکز آمار گزارش داده، در شـــهریورماه امسال میانگین وزنی قیمت مســـکن شـــهر تهران به ۴۶ میلیون و ۱۱۱ هزار تومان رسیده که نسبت به شهریور پارسال (تورم نقطه‌به‌نقطه)، ۴۵٫۷ درصد افزایش نشان می‌دهـــد. این عدد ۱٫۷ واحد درصد بیشـــتر از تورم نقطه‌به‌نقطه مســـکن تهران در مردادماه اســـت و بر صعودی بودن روند تورم بازار مسکن دلالت دارد. میانگین قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی شهر تهران در شهریور پارسال، ۳۱ میلیون و ۶۴۸ هزار تومان بوده و شهروندان تهرانی برای خرید یک واحد آپارتمان ۷۵متری متناســـب با الگوی مصرف با قیمت میانگین پایتخت باید ۲ میلیون و ۳۷۴ میلیون تومان هزینه می‌کردند؛ حال آنکه در شهریور امسال قیمت همین آپارتمان ۷۵متری با قیمت میانگین تهران به ۳ میلیارد و ۴۵۸ میلیون تومان رسیده و عملا یک خانوار تهرانی برای خرید چنین آپارتمانی باید یک میلیارد و ۸۵۰ میلیون تومان پول بیشتری بپردازد.

آمارها در ســـطح کلان از آشفتگی تورمی بازار مسکن حکایت دارند. از آنجا که بخش مهمی از هزینه مسکن به زمین مربوط می‌شود و زمین در طول دهه‌های گذشته در قالب یک کالای سرمایه‌ای قابل‌واگذاری به‌شدت درگیر سفته‌بازی و سوداگری شده، عملا قیمت مسکن از این محل نیز با تورم مواجه شـــده است. در این وضعیت، تخریب ساختمان‌های نه‌چندان قدیمی و احداث سازه‌های مسکونی با تراکم بالاتر در آنها به‌شدت سودآور است و بدین ترتیب نه‌تنها بخش قابل‌توجهی از تولید ناخالص داخلی برای کسب سود سازنده‌ها نابود می‌شود، بلکه زمینه‌ای برای گران‌سازی پیوسته مسکن نیز به‌وجود می‌آورد. از سوی دیگر، بخش دوم هزینه تولید مسکن مستقیما به بهای نهاده‌های ساختمانی مربوط می‌شود که رشد قیمت آنها بر اثر تنش‌های اقتصادی ناگزیر است، اما نکته اینجاست که تغییر قیمت نهاده‌های ســـاختمانی با همان نســـبتی که روی احداث ساختمان نوساز اثرگذار اســـت، برای قیمت‌گذاری واحدهـــای دارای عمر بالاتر نیز مدنظر قرار می‌گیرد؛ به طوری که در جریان تغییر هزینه‌های ساخت عملا قیمت واحدهای مسکونی موجود با معیار ارزش جایگزینی سنجیده می‌شود. روی دیگر این سکه، بالاتر رفتن قیمت واحدهای نوساز در مقایسه با واحدهای مســـکونی موجود است که یک دور تسلســـل گرانی در بازار مسکن ایجاد می‌کند و نتیجه آن در بازار کاملا مشهود است.

براســـاس آمارها در بهار ۱۴۰۱، ساخت و ساز در پایتخت به پایین‌ترین میزان خود در ۱۸ ســـال اخیر رســـید. به گفته کارشناســـان، این سقوط تاریخی تولید مسکن بیش از هر چیز، متأثر از جهش دوباره قیمت مسکن در ابتدای امسال اســـت که باعث ناطمینانی انبوه‌سازان و سرمایه‌گذاران ســـاختمانی نســـبت به آینده و انصراف از ادامه فعالیت در بازار بالادســـت مسکن شده است. گرچه در سال گذشته، تیراژ ساخت مسکن در تهران به کف تاریخی خود رسید، اما آمار جدید از پروانه‌های ساختمانی صادرشده در بهار امسال حکایت از آن دارد که تیراژ تولید مسکن در تهران نسبت به کف تاریخی پارسال ۴۲ درصد دیگر سقوط کرده است.

تعادل بزرگ بین دولت‌ها و بانک‌های مرکزی برقرار می‌شود

عصر جدید اقتصاد جهانی

فرصت امروز: هفته‌نامه «اکونومیست» در سرمقاله این هفته خود با طرح این پرسش که «بعدش چه؟»، از ظهور نظم نوینی در اقتصاد جهانی خبر می‌دهد و می‌نویسد: عصر جدیدی از اقتصاد کلان در حال ظهور است که فرصت‌ها و تهدیدها را به همراه دارد. به نوشته «اکونومیست»، ماه‌هاست که آشفتگی در بازارهای مالی موج می‌زند و شواهد فزاینده‌ای از اضطراب در اقتصاد جهانی وجود دارد. ممکن است تصور کنید که این علائم صرفا نشانگر بازار نزولی و رکود قریب‌الوقوعی در آینده است، اما همانطور که گزارش ویژه «اکونومیست» در این هفته نشان می‌دهد، این نشانه‌ها ظهور رویکردی نوین در اقتصاد جهانی را نشان می‌دهد؛ تغییری که ممکن است به اندازه قدرت گرفتن کینزگرایی پس از جنگ جهانی دوم و چرخش به سمت بازارهای آزاد یا به اندازه جهانی شدن در دهه ۱۹۹۰ شگرف باشد. شروع این دوره جدید، این نوید را می‌دهد که جوامع ثروتمند ممکن است از دام رشد پایین دهه ۲۰۱۰ عبور کرده و با مشکلات بزرگی همانند پیری و تغییرات آب‌وهوایی مقابله کنند، اما این موضوع علاوه بر فرصت‌هایی که به وجود می‌آورد، خطرات حادی از هرج‌ومرج مالی گرفته تا بانک‌های مرکزی معیوب و مخارج عمومی افسارگسیخته نیز به همراه دارد.

رکود در بازارها به اندازه‌ای است که برای یک نسل دیده نشده است. تورم جهانی برای اولین‌بار در ۴۰ سال گذشته دورقمی شده است. فدرال رزرو هرچند دیر واکنش نشان داد، اما اکنون نرخ‌های بهره را با بیشترین سرعت از دهه ۱۹۸۰ افزایش می‌دهد؛ در حالی که دلار در قوی‌ترین حالت خود در دو دهه گذشته است و این باعث بروز هرج‌ومرج در خارج از آمریکا شده است. اگر سبد سرمایه‌گذاری یا مستمری دارید، وضعیت امسال وحشتناک بوده است. سهام جهانی ۲۵ درصد بر حسب دلار کاهش یافته است که نشان‌دهنده بدترین سال مالی حداقل از دهه ۱۹۸۰ است. اوراق قرضه دولتی نیز بدترین سال خود از ۱۹۴۹ را پشت سر می‌گذرانند. در کنار زیان حدود ۴۰ تریلیون دلاری، این تصور مبهم وجود دارد که با عقب‌نشینی فرآیند جهانی شدن و شکسته شدن سیستم انرژی پس از تهاجم روسیه به اوکراین، نظم نوین جهانی در حال شکل‌گیری است.

از نگاه «اکونومیست»، رویدادهای کنونی همگی از پایان قطعی عصر آرامش اقتصادی در دهه ۲۰۱۰ خبر می‌دهند. پس از بحران مالی سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۰۷، عملکرد اقتصادهای ثروتمند دچار ضعف شد. سرمایه‌گذاری شرکت‌های خصوصی حتی در شرکت‌هایی که سودهای هنگفتی داشتند، کاهش یافت. دولت‌ها نیز در مقابل نتوانستند کاری از پیش ببرند. سهام سرمایه عمومی در سراسر جهان به عنوان سهمی از تولید ناخالص داخلی افت کرد و رشد اقتصادی کند و تورم پایین بود. در شرایطی که بخش‌های خصوصی و دولتی فعالیت چندانی انجام نمی‌دادند، بانک‌های مرکزی تنها بازیگران فعال اقتصادی بودند. آنها نرخ‌های بهره را پایین نگه داشتند و حجم عظیمی از اوراق قرضه را خریداری کردند، به این ترتیب، دامنه دسترسی خود را بیش از پیش در اقتصاد گسترش دادند.

در آستانه همه‌گیری کرونا، دارایی‌های مالی بانک‌های مرکزی آمریکا، اروپا و ژاپن به رقم خیره‌کننده ۱۵ تریلیون دلاری رسیده بود. محرک‌های بالای دولتی و کمک‌های مالی، الگوهای موقتی منحرف‌شده تقاضای مصرف‌کننده و درهم‌تنیدگی‌های زنجیره تامین ناشی از قرنطینه، چالش‌هایی بودند که به واسطه همه‌گیری ایجاد و منجر به اتفاقاتی شدند که بحران تورمی امروزی را شکل داد. انگیزه تورمی نیز به دلیل بحران انرژی تقویت شده است؛ چراکه بازارهای غربی از روسیه و عربستان سعودی، بزرگ‌ترین صادرکنندگان سوخت‌های فسیلی محروم مانده‌اند. در مواجهه با مشکل جدی تورم، فدرال رزرو در حال حاضر نرخ بهره را از حداکثر ۰,۲۵ درصدی به ۳,۲۵ درصد افزایش داده است و انتظار می‌رود تا اوایل ۲۰۲۳ آن را به ۴,۵ درصد برساند. بحران در بازارهای اعتباری نیز ملموس است؛ صندوق‌های سرمایه‌گذاری از جمله طرح‌های بازنشستگی، در پرتفوی دارایی‌های غیرنقدی انباشته‌شده با زیان مواجه هستند.

عملکرد خزانه‌داری نامنظم‌تر شده است و این در حالی است که شرکت‌های انرژی اروپایی با درخواست‌های وثیقه‌ای سنگین در صندوق‌های سرمایه‌گذاری خود مواجه شده‌اند. بازار اوراق قرضه بریتانیا نیز به واسطه ریسک صندوق‌های بازنشستگی این کشور، دچار هرج‌ومرج شده است. اگر بازارها نتوانند به درستی کار کنند و مانع جریان اعتباری شوند، بانک‌های مرکزی ممکن است وارد عمل شوند. در حال حاضر، بانک انگلستان دوباره شروع به خرید اوراق قرضه کرده و در مقابل برای افزایش نرخ‌های بهره تمایلی نشان نمی‌دهد. باور اینکه بانک‌های مرکزی، عزم لازم برای ادامه سیاست‌های انقباضی را ندارند، نشان از پیش‌بینی ترسناک دیگری دارد: اینکه جهان با تورم افسارگسیخته به دهه ۱۹۷۰ باز خواهد گشت. این پیش‌بینی به همان اندازه که نمی‌تواند هشداری واقعی باشد، دچار بزرگنمایی نیز هست. بیشتر تخمین زده می‌شود تورم در آمریکا از ۸ درصد فعلی به ۴ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش یابد؛ زیرا قیمت انرژی افزایش و نرخ‌های بهره کاهش خواهند یافت. در حالی که احتمال تورم ۲۰ درصدی بسیار اندک است، سوالی که مطرح می‌شود این است که آیا دولت‌ها و بانک‌های مرکزی هرگز می‌توانند تورم را به سطح ۲ درصدی برگردانند؟

با افزایش مخارج و سرمایه‌گذاری دولتی، تغییر بزرگی نسبت به تعادل دهه ۲۰۱۰ در شرف وقوع است. شهروندان سالخورده به مراقبت‌های درمانی بیشتری نیاز دارند و اروپا و ژاپن برای مقابله با تهدیدهای روسیه و چین، متحمل هزینه‌های دفاعی بیشتری خواهند شد. تغییرات اقلیمی و تلاش برای حفظ امنیت، سرمایه‌گذاری دولتی در انرژی را افزایش خواهد داد و تنش‌های ژئوپلیتیک موجب می‌شود دولت‌ها بیشتر در زمینه سیاست‌های صنعتی هزینه کنند. حتی در صورت افزایش سرمایه‌گذاری، کماکان سنگینی هرم جمعیتی، باری بر دوش اقتصادهای ثروتمند خواهد بود. با افزایش سن، افراد بیشتر پس‌انداز می‌کنند و مازاد پس‌انداز به کاهش نرخ بهره واقعی منجر خواهد شد. در نتیجه ترند اساسی در دهه‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۳۰ مربوط به نرخ‌های بهره واقعی پایین در دولت‌های بزرگ‌تر خواهد بود.

چنین مسئله‌ای برای بانک‌های مرکزی، معضل حادی محسوب می‌شود و برای رسیدن به هدف نرخ تورم تقریبا ۲ درصدی ممکن است موجب بروز رکود شوند. در چنین وضعیتی انتظار می‌رود جامعه متحمل هزینه‌های انسانی زیادی به شکل از دست دادن شغل و واکنش شدید سیاسی شود. علاوه‌بر این، اگر اقتصاد دچار شرایط رکودی شود و به دام رشد کم و نرخ پایین دهه ۲۰۱۰ بازگردد، بانک‌های مرکزی ممکن است ابزار لازم برای بهبود را نداشته باشند. در حال حاضر امید در یافتن راه‌حل دیگری است که می‌تواند شامل حذف اهداف تورم ۲ درصدی دهه‌های اخیر و افزایش آن تا حوالی ۴ درصد باشد.

به احتمال زیاد، زمانی که فدرال رزرو بررسی استراتژی مورد نیاز سال ۲۰۲۴ را آغاز کند، اهداف تورمی ۴ درصدی در آن فهرست قرار خواهد گرفت. به عقیده «اکونومیست»، هرچند که تصور فرصت‌ها و خطرات عصر جدید در اقتصاد جهان، دلهره‌آور باشد، زمان آن فرا رسیده است که تغییرات و پیامدهای آن برای شهروندان و مشاغل سنجیده شوند. بزرگ‌ترین اشتباه اقتصادی این است که فرض کنیم نظم فعلی جهان برای همیشه دوام خواهد داشت، چنانکه هرگز چنین نبوده و چنین نخواهد ماند.

بانک نامه

پادشاه رمزارزها به سطح ۱۹ هزار دلار رسید

بیت‌کوین در آستانه سقوط

به نظر می‌رسد بیت‌کوین در حال سقوط است؛ زیرا گزارش مشاغل ایالات متحده، سیگنال‌های افزایش بیشتر نرخ بهره فدرال رزرو را نشان می‌دهد. به گزارش کوین، ماه اکتبر از لحاظ تاریخی، ماه تغییرات قیمتی مثبت برای بیت‌کوین (BTC) بوده است، با این حال، با پایان یافتن اولین هفته کامل ماه اکتبر، بیت‌کوین از ۲۰ هزار و ۱۴۶ دلار به ۱۹ هزار و ۵۵۰ دلار در پایان روز جمعه کاهش یافت که نشان‌دهنده کاهش ۳ درصدی نسبت به روز قبل از آن است. چندین سکه اصلی از جمله سولانا، دوج کوین، آوالانچ و لایت کوین نیز بین ۳درصد تا ۴درصد ضرر کردند؛ زیرا ارزش بازار کریپتو به زیر یک تریلیون دلار رسیده است.

در میان ۱۰ ارز دیجیتال بزرگ، ریپل و کاردانو تحت کمترین آسیب قرار گرفتند که به ترتیب ۰,۶ درصد و ۰,۸ درصد کاهش را ثبت کردند. اتریوم، دومین ارز دیجیتال بزرگ از نظر ارزش بازار نیز ۱,۲ درصد کاهش یافت. این تغییرات جدید پس از انتشار گزارش شغلی وزارت کار ایالات متحده در سپتامبر رخ می‌دهد که بیان می‌کند اقتصاد آمریکا ۲۶۳ هزار شغل جدید اضافه کرده و نرخ بیکاری با کاهش ۰,۲ درصدی به ۳,۵ درصد رسیده است. اگرچه رشد مشاغل در مقایسه با افزایش ۳۱۵ هزار نفری در ماه آگوست کاهش یافته است که کمترین افزایش ماهانه از آوریل ۲۰۲۱ را نشان می‌دهد، اما اقتصاد ایالات متحده همچنان قوی است و این قدرت احتمالا تشدید سیاست‌های پولی تهاجمی‌تر را پیش از نشست بعدی فدرال رزرو در ماه نوامبر افزایش می‌دهد. بازدهی خزانه‌داری ایالات متحده نیز پس از انتشار داده‌ها در مقایسه با سهامی که در روز جمعه با کاهش باز شد، جهش کرد.

مجموع ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتالی در حال حاضر، ۹۴۶,۲۴ میلیارد دلار برآورد می‌شود که این رقم نسبت به روز قبل ۱,۲۱ درصد کمتر شده است. در حال حاضر، ۳۹,۵۶ درصد کل بازار ارزهای دیجیتالی در اختیار بیت‌کوین است که در یک روز ۰,۴۶ درصد کاهش داشته است. حجم کل بازار ارزهای دیجیتال در ۲۴ ساعت گذشته ۵۱.۹۹ میلیارد دلار است که ۴,۸۵ درصد کاهش داشته است. حجم کل در امور مالی غیرمتمرکز در حال حاضر ۳,۱۲ میلیارد دلار است که ۶ درصد از کل حجم ۲۴ ساعته بازار ارزهای دیجیتال است. حجم تمام سکه‌های پایدار اکنون ۴۷,۲۸ میلیارد دلار است که ۹۰,۹۳ درصد از کل حجم ۲۴ ساعته بازار ارزهای دیجیتال است.

بانک مرکزی اروپا:

تورم بالا تا ۳ سال ماندگار است

بانک مرکزی اروپا می‌گوید که تورم برای سه سال آینده بدون تغییر است. به گزارش بیزنس، بانک مرکزی اروپا روز جمعه اعلام کرد که میانگین انتظار تورم برای ۱۲ ماه آینده و متوسط انتظار برای تورم سه سال آینده بدون تغییر به ترتیب در ۵ درصد و ۳ درصد باقی خواهد ماند؛ این در حالی است که انتظارات برای رشد درآمد اسمی و مخارج ۱۲ ماه آینده همچنین رشد اقتصادی در همین دوره افزایش یافته است. مطابق با انتظارات بالاتر برای شرایط اقتصادی، انتظارات برای نرخ بیکاری ۱۲ ماه آینده به ۱۱,۹ درصد کاهش یافت. در مورد مسکن و دسترسی به اعتبار، مصرف‌کنندگان انتظارات خود را برای رشد قیمت مسکن در ۱۲ ماه آینده به ۳,۴ درصد افزایش دادند؛ در حالی که شاهد افزایش انتظارات برای نرخ بهره وام مسکن به ۴,۴ درصد بودند.

فراخوان تجدید مناقصه عمومی زیرسازی و آسفالت معابر دهیاری کودزر

نوبت اول

دهیاری کودزر

دهیاری کودزر درنظردارد تجدید مناقصه عمومی زیرسازی و آسفالت معابر را به استناد شماره مصوبه ۱۵ و مورخ ۱۴۰۱.۰۲.۳۱ به شماره فراخوان ۲۰۰۱۰۹۵۳۷۳۰۰۰۰۰۳ با فرایند ارجاع کار به مبلغ ۳۴۳,۳۹۴,۳۵۲ ریال را ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه ازدریافت اسنادمناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها ازطریق درگاه سامانه الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهدشد و لازم است مناقصه گران درصورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام درسایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی راجهت شرکت درمناقصه محقق سازند، تاریخ انتشار مناقصه درسامانه ۱۴۰۱.۰۷.۱۷ می باشد. ضمنا مناقصه دارای تفاهم نامه تحویل قیر رایگان از بنیاد مسکن انقلاب اسلامی شهرستان اراک به شماره تفاهم نامه د- ۱۰- ۵۴ مورخ ۱۴۰۱.۰۱.۲۶ می باشد. و همچنین هزینه انتشار آگهی با برنده مناقصه می باشد.

آخرین مهلت زمان دریافت دانلود اسنادمناقصه ازسایت: روز شنبه ۱۴۰۱.۰۷.۲۳

آخرین مهلت زمان ارائه پیشنهاد : روز چهارشنبه ۱۴۰۱.۰۸.۰۴

مهلت بازگشایی پاکت ها: روز پنجشنبه ساعت ده صبح ۱۴۰۱.۰۸.۰۵

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسنادمناقصه و ارائه پاکت های الف: استان مرکزی، شهرستان اراک، دهیاری کودزر تلفن ۰۹۱۸۹۵۵۲۳۶۷ اقای اکبری

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱.۰۷.۱۷ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱.۰۷.۲۶

دهیاری کودزر

۷۷۸

آگهی اعلام رای موات

اداره کل راه وشهرسازی استان مرکزی

براساس رای شماره ۱ مورخ ۱۳۶۵/۱۰/۱۵ کمیسیون ماده ۱۲ قانون زمین شهری مصوب ۶۶/۶/۲۲ پلاکهای ثبتی ۴۳ اصلی موسوم به نوکک ۴۶ اصلی موسوم به قاضی آباد و ۶۴۶ فرعی از ۸۳ اصلی موسوم به آق کهریز همگی واقع دربخش ۵ شهرستان ساوه به آدرس شمال کمربندی شهر غرق آباد موات تشخیص داده شده است.

باتوجه به مصوبه ۱۳۷۰/۱۱/۰۳ مجمع محترم تشخیص مصلحت نظام به اطلاع کلیه مالکین قانونی و سایر دارندگان حقوقی قانونی پلاک مذکور می رساند چنانچه به نظریه فوق الذکر اعتراض دارند می توانند ظرف مدت ۳ ماه ازتاریخ انتشار نوبت دوم آگهی اعتراض خود را به حوزه قضایی شهرمحل وقوع ملک تسلیم نمایند. درصورت عدم وصول اعتراض درمهلت تعیین شده نظریه فوق الاشعار قطعی و لازم الاجراست.

اداره کل راه وشهرسازی استان مرکزی

۷۷۹

آگهی مناقصه عمومی (نوبت اول) – چاپ اول

شهرداری بابل

شهرداری بابل در نظر دارد پروژه های زیر را با مشخصات و شرایط کلی از طریق مناقصه عمومی به اشخاص حقیقی وحقوقی واجد شرایط واگذار نماید :

پروژه	برآورد اولیه (ریال)	سپرده شرکت در مناقصه(ریال)	صلاحیت	مبنای برآورد	مدت اجرا
احداث جدول کانیوو،جدول نهر،جوی وسط و لوله گذاری جهت جمع آوری آبهای سطحی شهاب نیا،حر ۲۱ و ۲۳ و خیابان ثباتی	۱۷/۷۹۷/۴۰۷/۲۱۵	۸۸۹/۸۸۰/۰۰۰	راه یا ابنیه	فهرست بهای تجمیع شده راه و باند سال ۱۴۰۱	۴ ماه
تهیه و حمل سنگ کوهی جهت مصرف سنگ شکن کارخانه آسفالت شهرداری بابل	۲۴/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰	–	مقطوع	۴ ماه
طرح جابجایی شبکه برق-فاز دوم کمربندی شرقی،حدفاصل میدان فاضل تا پست بابل ۴	۱۷/۱۳۹/۴۱۷/۷۱۱	۸۵۷/۰۰۰/۰۰۰	نیرو	فهرست بهای رشته توزیع برق،خطوط هوایی انتقال و فوق توزیع برق،ابنیه ۱۴۰۱	۳ ماه
ترمیم و پایدار سازی محل رانش جاده سایت انجیلسی	۱۴/۰۸۸/۵۶۳/۸۳۹	۷۰۵/۰۰۰/۰۰۰	راه یا ابنیه	فهرست بهای رشته راهداری سال ۱۴۰۱	۲ ماه

لذا متقاضیان محترم می توانند از ساعت ۸ صبح روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۷ تا ساعت ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۷ با مراجعه به سامانه ستاد، اسناد را دریافت و پس از بررسی، پیشنهاد خود را به همراه ضمانت نامه بانکی به مبلغ مندرج در جدول فوق و یا فیش واریزی به همین مبلغ به حساب ۰۱۰۵۷۰۷۰۳۹۰۰۷ نزد بانک ملی واریز و به همراه برگه پیشنهاد قیمت از ساعت ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۷ لغایت ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۰۷ به سامانه ستاد ارسال نمایند.

آخرین مهلت تحویل پیشنهاد ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۰۷ می باشد.

بازگشایی پاکات رسیده در تاریخ ۱۴۰۱/۰۸/۰۷ روز شنبه راس ساعت ۱۲ می باشد.

به پیشنهادات مبهم و مخدوش و فاقد سپرده ترتیب اثرداده نخواهد شد.

تلفن تماس جهت اخذ اطلاعات ۳۵۱۵۶۲۲۵ -۰۱۱ می باشد.

http://www.babolcity.ir

مهدی کیانی امیری – شهردار بابل

۷۸۱

بورس‌نامه

در نشستی با حقوقی‌های بازار سرمایه اعلام شد

درخواست وزیر اقتصاد از مدیران بورس

راهکارهای میان‌مدت و بلندمدت حمایت از بازار سرمایه در نشست تخصصی وزیر اقتصاد با رئیس سازمان بورس و مدیران شرکت‌های بزرگ بورسی در وزارت اقتصاد بررسی شد. سیداحسان خاندوزی روز گذشته در نشست با مدیران هلدینگ‌های بورسی و فعالان بازار سرمایه با تاکید بر ضرورت اتخاذ راهکارهای بلندمدت برای حمایت از بازار سرمایه گفت: گرچه شرایط جهانی و عوامل خارجی بر وضعیت بازار سرمایه موثر است، اما مدیریت عوامل داخلی با نگاه بلندمدت نیز باید معطوف به حمایت از بازار باشد. او با اشاره به نگاه مثبت و حمایت رئیس جمهور از راهکارهای حمایتی از بازار سرمایه یادآور شد: برای نمونه موضوع اصلاح اساسنامه پالایشی و دارا یکم و همچنین موضوع واریزی‌ها به صندوق تثبیت بازار با گردش کاری سریع به سرانجام رسید. طبق اعلام وزارت اقتصاد، وزیر اقتصاد از مدیران بورسی خواست تا پیشنهادات خود برای راهکارهای اصلاحی بازار سرمایه به صورت میان‌مدت و بلندمدت را به صورت فهرستی در اختیار دولت قرار دهند تا تدوین لایحه بودجه با نگاه به این پیشنهادات در همکاری بین ارکان دولت تدوین شود و نظارت پیشینی درباره عواملی صورت گیرد که امکان تاثیرگذاری بر بازار سرمایه را دارد. همچنین در این جلسه هلدینگ‌ها با اشاره به گزارش مثبت شرکت‌ها و روند رو به رشد سودآوری شرکت‌های بورسی با اختصاص منابعی جهت انتشار اوراق اختیار تبعی و حمایت از سهم‌های خود در بازار موافقت کردند.

براساس اطلاعیه جدید بورس کالا

زمان تسویه لحظه‌ای بازار آتی کاهش می‌یابد

بورس کالا از کاهش زمان تسویه لحظه‌ای در قراردادهای آتی از روز سه‌شنبه ۱۹ مهرماه خبر داد. به گزارش کالاخبر، براساس جدیدترین اطلاعیه مدیریت بازارهای مشتقه و صندوق‌های کالایی، تسویه لحظه‌ای قراردادهای آتی از روز سه‌شنبه هفته جاری ۱۹ مهرماه در روزهای معاملاتی شنبه تا پنجشنبه به صورت ۱۵ دقیقه یک‌بار انجام خواهد شد.

۳۹۲ میلیارد اوراق گواهی سپرده در بورس کالا معامله شد

بازار گواهی سپرده در هفته دوم مهر، شاهد دست به دست شدن بیش از ۱۳ میلیون و ۷۱۱ هزار ورقه بهادار مبتنی بر کالا به ارزش بیش از ۳۹۲ میلیارد تومان بود که نسبت به هفته قبل از آن با افزایش ۸۳ درصدی در حجم و ۲۲۷ درصدی در ارزش همراه بود. سکه از لحاظ ارزش و سیمان از لحاظ حجم، برتر از سایر دارایی‌ها، در مقام نخست ایستاد. به گزارش کالاخبر، در بازار گواهی سپرده کالایی بورس کالای ایران در هفته‌ای که گذشت، ۱۳ میلیون و ۷۱۱ هزار و ۴۷ ورقه بهادار مبتنی بر کالا به ارزش بیش از ۳۹۲ میلیارد تومان دست به دست شد. ارزش معاملات هفته منتهی به ۸ مهر، نزدیک ۱۲۰ میلیارد تومان برای ۷ میلیون و ۵۱۱ هزار و ۱۹ ورقه بهادار مبتنی بر کالا بود. در جریان معاملات هفته گذشته در بازار مالی بورس کالا، یک میلیون و ۶۵۷ هزار و ۳۰۰ اوراق گواهی سپرده سکه طلا در حالی دست به دست شد که این دارایی پایه ارزش نزدیک ۲۵۲ میلیارد تومان را ثبت کرد. اوراق مبتنی بر طلا با کسب سهم ۶۴ درصدی در ارزش معاملات، جایگاه نخست و با سهم ۱۲ درصدی در حجم معاملات، رتبه سوم بازار را پس از سیمان و زعفران از آن خود کرد. سیمان با ثبت معامله ۸ میلیون و ۸۶۶ هزار گواهی سپرده، رتبه نخست را از نظر حجم از آن خود کرد و ارزش معاملات این دارایی بیش از ۶ میلیارد و ۷۴۸ میلیون تومان شد. سهم این دارایی از حجم کل معاملات ۶۵ درصد بود و از لحاظ حجم در جایگاه نخست ایستاد. در هفته منتهی به ۱۵ مهرماه، ۲ میلیون و ۷۰۷ هزار و ۱۴۸ گواهی سپرده زعفران نیز به ارزش نزدیک ۹۲ میلیارد و ۵۷۷ میلیون تومان دست به دست شد که این دارایی پایه، رتبه دوم در حجم و ارزش معاملات را به خود اختصاص داد. سهم زعفران از حجم کل معاملات ۲۰ درصد و از ارزش کل معاملات ۲۴ درصد برآورد شد. ارزش معاملات ۴۸۰ هزار و ۵۷۴ گواهی سپرده شیشه نیز به رقم ۴۱ میلیارد تومان نزدیک شد و این دارایی توانست مقام سوم را از لحاظ ارزش بعد از سکه و زعفران از آن خود کند. این دارایی پایه، سهم ۱۰ درصدی را از لحاظ ارزش کل معاملات از آن خود کرد.

یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

رونق مسکن با راه‌اندازی صندوق املاک

به گفته یک کارشناس بازار سرمایه، تاکنون جای صندوق املاک و مستغلات در سبد سرمایه‌گذاری سهامداران خالی بود که با توجه به موافقت سازمان بورس در تاسیس این صندوق می‌توان انتظار داشت با عرضه آن در فرابورس منتظر استقبال سرمایه‌گذاران از این صندوق باشیم.

نیما میرزایی به مجوز تاسیس املاک و مستغلات اشاره کرد و به ایرنا، گفت: بحث سرمایه‌گذاری در املاک یکی از روش‌های جذاب سرمایه‌گذاری در دنیا بوده و در ایران با توجه به نگاه اجتماعی که در مورد ملک وجود دارد، این جذابیت دوچندان است. او استفاده از این ابزار را یک اتفاق بزرگ و مبارک دانست و تاکید کرد: چنین تصوری وجود دارد که با استفاده از این ابزار بخش قابل توجهی از سرمایه‌گذاران در این حوزه فعال می‌شوند؛ چراکه با خرید از این صندوق و تنوع بخشی در پرتفوی، ضمن کاهش ریسک معاملات، قادر به دریافت بازدهی متعادل در شرایط مختلف خواهند بود. میرزایی به مزایای استفاده از این صندوق اشاره کرد و افزود: خریداران می‌توانند با مبالغ بسیار کمتر خرید کنند که در واقعیت این موضوع پیش از این عملا غیرممکن یا با دشواری زیادی همراه بود. علاوه بر آن، بحث دریافت اجاره است که سرمایه‌گذاری در این صندوق را مولد می‌کند و متناسب با متراژی که خرید انجام شده،خریدار می‌تواند اجاره دریافت کند، این مزیت از جمله مسائلی است که می‌تواند سبب افزایش جذابیت این صندوق‌ها شود. به عقیده این تحلیلگر مسائل اقتصادی، با راه‌اندازی صندوق املاک و مستغلات کشور، روش‌های سنتی درخصوص خرید و فروش املاک به‌روزتر و کاهش هزینه‌ها با مدیریت بهتری انجام می‌شود. ریسک‌هایی که در روش‌های سنتی درخصوص خرید و فروش‌ها سرمایه‌گذاران متحمل می‌شدند نسبت به نوع خریدی که داشتند مثل صحت‌سنجی املاک، هزینه، زمان زیاد و... در این صندوق کاهش پیدا کرده و به صفر می‌رسد. میرزایی در پایان بیان داشت: به نظر می‌رسد این اقدام یک تغییر پارادایم در زمینه معاملات املاک است، زیرا استفاده از این ابزار یک نقطه شروعی است که می‌تواند در سال‌های آینده گسترش پیدا کند و روش سنتی را با همه مخاطراتش به مرور تغییر دهد و مورد استقبال سرمایه‌گذاران هم قرار بگیرد.

ترمز کاهش شاخص‌ها بالاخره کشیده شد

سبزپوشی بورس در نیمه مهرماه

فرصت امروز: بازار سهام که تا چندی پیش به عنوان یکی از کانون‌های جذاب سرمایه‌گذاری شناخته می‌شد، حالا به یکی از پرریسک‌ترین و پرحاشیه‌ترین بازارها تبدیل شده است و خروج دسته‌جمعی سهامداران خرد از گردونه معاملات بورسی، واقعیت محتوم این روزهای تالار شیشه‌ای را نشان می‌دهد. علاوه بر ریسک مذاکرات احیای برجام، ناآرامی‌های روزهای گذشته نیز تاثیر منفی بر اقتصاد ایران و بورس تهران گذاشته و بر رکود فرسایشی بازار سهام دامن زده است. با توجه به اینکه سهامداران بورسی در ماه‌های اخیر با تعدد سیگنال‌های منفی از فضای اقتصادی و غیراقتصادی مواجه شده و انتظارات آنها از سرمایه‌گذاری در بازار سهام برآورده نشده است، همانند قبل نمی‌توانند به تالار شیشه‌ای اعتماد کنند و به نظر می‌رسد که سهامداران و بورس‌بازان در این روزها، استراتژی خروج را جایگزین استراتژی احتیاط کرده‌اند.

پس از هفته تماما منفی بورس تهران که بازدهی منفی ۲,۴۳ درصدی را برای دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای و بازدهی منفی ۳,۱ درصدی را برای نماگر هم‌وزن بازار طی هفته گذشته به دنبال داشت، بالاخره در اولین روز از هفته سوم مهرماه، ترمز کاهش شاخص‌ها کشیده شد و تالار شیشه‌ای در نیمه مهرماه سبزپوش شد. در جریان معاملات روز گذشته شاخص کل بورس تهران با رشد ۰,۲۲ درصدی و شاخص کل هم‌وزن با رشد ۰,۳۴ درصدی مواجه شد تا برخلاف افت دسته‌جمعی شاخص‌ها در روزهای اخیر، حالا شاهد رشد دسته‌جمعی نماگرهای بورسی باشیم.

تاثیر ناآرامی‌ها بر نوسان بورس

بورس را اتاق شیشه‌ای اقتصاد می‌دانند و طبیعی است که ناآرامی‌های اجتماعی، تاثیری منفی بر عملکرد این بازار خواهد داشت. در این خصوص، یک کارشناس اقتصادی با اشاره به تاثیر اتفاقات اخیر بر روند معاملات بورس بر این باور است که به طور قطع ادامه اغتشاشات یا افزایش دامنه آن در کشور، با تاثیر منفی بر روند معاملات بازار سهام همراه خواهد بود؛ چراکه سرمایه و پول مانند کبوتری می‌ماند که با کوچک‌ترین صدا و حرکت تغییر محل می‌دهد و به جایی می‌رود که آرامش بر آن حاکم باشد. بنابراین اغتشاشات اثر خود را بر بازار سهام گذاشت و نمی‌توان گفت که اتفاقات اخیر بر روند معاملات بورس تاثیرگذار نبوده است.

یوسف کاووسی سپس به دیگر عامل اثرگذار بر روند این روزهای معاملات بورس اشاره می‌کند و به ایرنا، می‌گوید: بازار چشم‌انتظار لغو تحریم‌ها است و روند بازار در روزی که خبر مثبت از مذاکرات منتشر می‌شود، متفاوت با روزی است که اخبار منفی در بازار منعکس می‌شود. به عقیده کاووسی، این مسائل جزو عواملی هستند که در کنار یکدیگر بر روند معاملات بورس موثر خواهند بود. درست است که اغتشاشات در چند روز گذشته بر افت معاملات بورس موثر بود، اما نمی‌توان افت و نوسانات اخیر بازار را به تنهایی به اغتشاشات ربط داد. اغتشاشات در کنار تاثیرگذاری بر معاملات بورس و نیز ایجاد ترس در بین سهامداران، با اثراتی در دیگر بازارهای کسب و کار همراه بود و ارزیابی‌های انجام شده حاکی از کاهش تقاضا در بازارهای مصرفی است.

او بر اثر تداوم اغتشاشات بر اقتصاد کشور تاکید می‌کند و توضیح می‌دهد: در صورت تداوم اغتشاشات در کشور به مراتب معاملات بورس با نوسان همراه می‌شود. زمانی که یک سرمایه‌گذار به دنبال ورود به یک بازار است ضمن بررسی جزییات آن بازار، افق سه سال آینده بازار مورد نظر را ارزیابی می‌کند و در نهایت تصمیم به ورود سرمایه به آن بازار می‌گیرد. افرادی که به دنبال نوسان‌گیری از بورس هستند، توجهی به اتفاقات مهم کشور مانند اغتشاشات ندارند اما افرادی که سهامدار و سرمایه‌گذار واقعی هستند، در جایی که ناامنی سیاسی و اقتصادی وجود داشته باشد، اقدام به سرمایه‌گذاری در آن بازار نمی‌کنند.

این تحلیلگر بورس در پایان با اشاره به بلاتکلیفی مذاکرات وین می‌گوید: یکی از عوامل مهمی که طی ماه‌های گذشته مانع از رشد بورس شد، بلاتکلیفی در مسئله‌ای مانند برجام بود؛ زیرا نگاه سرمایه‌گذاران برای تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری بازارهای مختلف نسبت به توافق یا عدم توافق برجام متفاوت است. با توجه به چنین مسائلی به طور قطع ادامه اغتشاشات یا افزایش دامنه آن در کشور، با تاثیر منفی بر روند معاملات بازار سهام همراه خواهد بود.

ترمز صعود بورس کشیده شد

با اینکه بازار سهام اولین روز از هفته سوم مهرماه را با روند صعودی آغاز کرد و شاخص کل بورس تهران سبزپوش شد، اما در میانه‌های معاملات روز گذشته، از شدت این صعود کاسته شد و شاخص کل در ساعات پایانی معاملات در مسیر نزولی قدم برداشت. در جریان معاملات روز شنبه ۱۶ مهرماه، شاخص کل بورس با ۲ هزار و ۸۶۸ واحد افزایش معادل ۰,۲۲ درصد به سطح یک میلیون و ۳۱۶ هزار واحد و شاخص کل هم‌وزن با یک هزار و ۲۹۸ واحد معادل ۰,۳۴ درصد افزایش به تراز ۳۸۱ هزار و ۶۴۸ واحد رسید. در روز گذشته بیش از ۴ میلیارد و ۲۹۹ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۲ هزار و ۳۷۹ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد.

شرکت پالایش نفت اصفهان با یک هزار و ۳۶۵ واحد، شرکت پالایش نفت بندرعباس با یک هزار و ۷۲واحد، شرکت ایران خودرو با ۱۷۶ واحد، شرکت سایپا با ۱۶۶ واحد و شرکت بورس کالای ایران با ۱۱۹ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل اما شرکت فجر انرژی خلیج فارس با ۳۳۷ واحد، شرکت معدنی و صنعتی گل گهر با ۲۱۳ واحد، شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۱۳۰ واحد، شرکت معدنی و صنعتی چادرملو با ۹۵ واحد و شرکت مبین انرژی خلیج فارس با ۹۱ واحد با تاثیر منفی بر رشد شاخص کل همراه شدند. گروه خودرو نیز در معاملات این روز با ۲۹ هزار و ۷۰ معامله به ارزش یک هزار و ۷۸ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسی ایستاد. همچنین به ترتیب گروه فرآورده‌های نفتی با ۱۴ هزار و ۲۲۲ معامله به ارزش یک هزار و ۴۲۳ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۱۵ هزار و ۹۲ معامله به ارزش ۸۸۷ میلیارد ریال، گروه فلزات اساسی با ۱۴ هزار و ۶۴۱ معامله به ارزش ۷۲۳ میلیارد ریال و گروه بانک‌ها با ۹ هزار و ۳۵۹ معامله به ارزش ۶۴۹ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس با افزایش ۴۲ واحدی به رقم ۱۷ هزار و ۹۶۲ واحد رسید. در این بازار بیش از ۲ میلیارد و ۶۸۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۸ هزار و ۹۳ میلیارد ریال دادوستد شد. شرکت پالایش نفت لاوان با ۱۲ واحد، شرکت پالایش نفت شیراز با ۸,۵ واحد، شرکت صنعتی مینو با ۷,۲ واحد، شرکت فرابورس ایران با ۵,۴ واحد و شرکت پویا زرکان آق دره با ۲,۶ واحد تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند. همچنین شرکت آهن و فولاد ارفع غدیر ایرانیان با ۱۲ واحد، بیمه پاسارگاد با ۵ واحد، شرکت پلیمر آریا ساسول با ۳,۸ واحد، شرکت سنگ آهن گهر زمین و شرکت فولاد هرمزگان جنوب با ۲,۳ واحد با تاثیر منفی بر رشد شاخص همراه شدند.

قیمت دلار به ۳۲ هزار و ۷۰۰ تومان رسید

سکه همچنان در کانال ۱۵ میلیونی

قیمت سکه در حالی همچنان در کانال ۱۵ میلیون تومان معامله می‌شود که نیم سکه ۸ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان و ربع سکه ۵ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان قیمت دارد. قیمت هر سکه گرمی هم به ۳ میلیون و ۱۰۰ هزارتومان رسیده است. افزایش قیمت سکه در حالی در هفته گذشته به ثبت رسید که برخی گزارش‌ها از تمایل بیشتر متقاضیان خرید طلا و سکه در بازار خبر داده‌اند. به نظر می‌رسد امیدها به افزایش بیشتر قیمت‌ها، خریداران را در بازار سکه و طلا به تحرک واداشته است. آمارهای ثبت شده از نرخ سکه در دوره‌های گذشته نشان می‌دهد که قیمت سکه پیش از این در سال ۱۳۹۹ تا رقم ۱۵ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان افزایش یافته بود. همچنین در نیمه خردادماه امسال قیمت سکه در کانال ۱۵ میلیون تومان نوسان داشت. هرچند رسانه‌ها از احتمال کاهش قیمت با افت قیمت هر انس طلا در بازارهای جهانی خبر می‌دهند، اما بعید به نظر می‌رسد قیمت دلار با توجه به وضعیت مذاکرات احیای برجام و همچنین دشواری دسترسی به منابع ارزی ناشی از فروش نفت، به آسانی کاهش پیدا کند. با اینکه خبر آزادسازی ۷میلیارد دلار از منابع ارزی بلوکه شده ایران در کره جنوبی طی هفته گذشته منتشر شد، اما نتوانست روند افزایش قیمت دلار و به دنبال آن، قیمت طلا و سکه را متوقف کند.

در همین حال، بانک مرکزی متوسط قیمت فروش سکه تمام بهار آزادی طرح جدید و قدیم در بازار تهران را طی پنج ماه ابتدای امسال اعلام کرد که براساس آن، قیمت سکه طرح جدید و قدیم نسبت به مدت مشابه پارسال به‌ترتیب ۳۲,۷ درصد و ۳۴,۹ درصد افزایش داشته است. طبق اعلام بانک مرکزی، در پایان مرداد امسال متوسط قیمت فروش یک سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم در بازار آزاد شهر تهران به ۱۳ میلیون و ۸۰۹ هزار تومان رسید که در مقایسه با ماه قبل، ۴,۱ درصد کاهش و نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۲۷,۲ درصد افزایش داشته است. همچنین حداقل و حداکثر نرخ فروش سکه مذکور در این ماه به‌ترتیب ۱۲ میلیون و ۴۵۸ هزار تومان و ۱۴ میلیون و ۲۶۵ هزار تومان اعلام شده است. علاوه بر این، در مردادماه ۱۴۰۱ متوسط قیمت فروش یک سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار آزاد شهر تهران، ۱۴ میلیون و ۵۰۷ هزار تومان بود که در مقایسه با ماه قبل، ۴,۱ درصد کاهش و نسبت به ماه مشابه سال قبل با ۲۸,۱ درصد افزایش مواجه شده است. البته حداقل و حداکثر نرخ فروش سکه مذکور در ماه یادشده به‌ترتیب ۱۳ میلیون تومان و ۱۴ میلیون و ۹۶۶ هزار تومان بوده است. بنابراین در پنج ماهه اول امسال متوسط قیمت فروش یک سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم و جدید به‌ترتیب به ۱۳ میلیون و ۷۴۴ هزار تومان و ۱۴ میلیون و ۳۱۹ هزار تومان رسید که نسبت به دوره مشابه سال قبل به‌ترتیب رشد ۳۲,۷ درصدی و ۳۴,۹ درصدی را نشان می‌دهد. از سوی دیگر، قیمت دلار در بازار آزاد تهران در حال حاضر در کانال ۳۲ هزار تومانی قرار دارد. روز گذشته قیمت هر دلار در بازار توافقی ۳۱ هزار و ۵۵۰ تومان کشف شد، اما قیمت آن در بازار آزاد به ۳۲ هزار و ۷۷۰ تومان رسید. از اواخر خردادماه امسال بانک مرکزی برای ساماندهی بازار ارز و در تعامل با کانون صرافی‌ها، صرافی‌های معتبر و صادرکنندگان، بازار توافقی عرضه و تقاضا را راه‌اندازی کرد. سپس امکان معاملات توافقی ارز در صرافی‌ها و بازار متشکل ارزی نیز فراهم شد. این بازار در ماه‌های اخیر موجب تأمین تقاضاهای خرد مردم شده و به معیار قیمت‌گذاری ارز تبدیل شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در روز شنبه قیمت دلار در بازار توافقی به قیمت ۳۱ هزار و ۵۵۰ تومان رسید و به‌محض بازگشایی بازار، ۶۰ هزار دلار با این قیمت معامله شد. در پنجشنبه هفته گذشته و پیش از تعطیلی بازار ارز، قیمت دلار توافقی به ۳۱ هزار و ۵۰۰ تومان رسیده بود و دیروز قیمت بازگشایی آن ۰,۱۶ درصد افزایش پیدا کرد. البته تا زمان تنظیم این گزارش، بررسی فهرست صرافی‌های عرضه‌کننده ارز توافقی در کانون صرافان حاکی از آن است که این ارز در دامنه نوسان ۳۱ هزار و ۳۰۰ تومان تا ۳۲ هزار تومان در حال معامله است. در بازار طلا نیز هر گرم طلای ۱۸ عیار یک‌میلیون و ۳۸۵ هزار و ۷۰۰ تومان معامله شد که ۳ هزار و ۳۰۰ تومان معادل ۰,۲۴ درصد بالاتر از آخرین قیمت‌های هفته گذشته است؛ این در حالی است قیمت جهانی هر اونس طلا با ۰,۰۱ درصد کاهش به هزار و ۶۹۵ سنت رسید. این رشد اندک قیمت طلا در بازار ناشی از افزایش قیمت دلار بوده است. همچنین هر سکه بهار آزادی طرح جدید با کاهش ۱۴ هزار تومانی، ۱۵ میلیون و ۶۵ هزار تومان معامله شد. سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز با کاهش ۱۶۰ هزار تومانی ۱۴ میلیون و ۹۸ هزار تومان، نیم‌سکه با ۵۰ هزار تومان کاهش ۸ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان، ربع‌سکه با کاهش ۵۰ هزار تومانی با رقم ۵ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز با ۴۰ هزار تومان کاهش با رقم ۳ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان معامله شد.

راهکارهایی برای دریافت محتوای تولیدی کاربران در دنیای بازاریابی

به قلم: کوین پین
کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

استفاده از محتوای تولیدی کاربران در دنیای بازاریابی امر تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها مایل به استفاده از محتوای تولیدی کاربران و طرفدارهای برندشان در عرصه بازاریابی هستند. در این میان نیز همیشه برندهای بزرگ شانس بهتری برای تعامل با مخاطب هدف دارند. درست به همین دلیل شمار بسیار بیشتری از محتوای تولیدی کاربران برای چنین برندهایی در دسترس قرار دارد. بدون شک برندهای کوچک و محلی نیز مایل به استفاده از استراتژی محتوای تولیدی کاربران هستند. این امر می‌تواند تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف داشته و هزینه‌های بازاریابی را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. نکته مهم اینکه شما برای اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف باید به طور مداوم اقدام به استفاده از استراتژی‌های تازه کنید، در غیر این صورت شاید کمتر کاربری نسبت به ارائه یا تولید محتوا پیرامون برند شما روی خوش نشان دهد. وقتی کاربران در پیرامون یک برند استفاده از محتوای تولیدی کاربران را مشاهده می‌کنند، واکنش بسیار بهتری به آن کسب و کار و محصولاتش خواهند داشت. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها یک نشانه عالی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشد. در این صورت شما به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایط‌تان را پیدا می‌کنید.

متاسفانه بسیاری از برندها در دنیای امروز توانایی یا قدرت لازم برای ترغیب کاربران به سوی تولید محتوا درباره برندشان را ندارند. این امر نه تنها دردسرهای زیادی برای یک برند به همراه دارد، بلکه بار مالی گسترده‌ای نیز به همراه خواهد داشت. درست به همین دلیل در مقاله کنونی ما به دنبال یک راهکار ساده و تاثیرگذار برای ترغیب کاربران به سوی تولید محتوا پیرامون برندها هستیم. این امر می‌تواند جذابیت از دست رفته برند شما را بازیابی کرده و شرایط‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه دهید. در این رابطه برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بسیاری از شرایط‌شان را توسعه داده و با استفاده از محتوای تولیدی کاربران اعتباری دوباره پیدا می‌کنند. اگر شما هم دوست دارید در میان برندهای بزرگ و حرفه‌ای باشید، می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر استفاده از شیوه‌های متفاوت را در دستور کار قرار دهید. ما در ادامه قصد داریم برخی از مهمترین نکات برای ترغیب کاربران به سوی تولید محتوا پیرامون برندها را مورد بررسی قرار دهیم.

درخواست برای بازخورد کاربران

بسیاری از مردم درباره برندها کنجکاوی پایان‌ناپذیری دارند. این امر می‌تواند شامل ارزیابی دقیق عملکرد برندها و حتی مقایسه آنها با هم باشد. در این صورت شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان تازه به طور مداوم به بازخوردهای کاربران در شبکه‌های اجتماعی نیاز خواهید داشت. این بازخوردها به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و فرصت‌تان در این میان را افزایش می‌دهد.

امروزه بسیاری از برندها چشم‌انداز متمایزی از مشتریان‌شان دارند. درست به همین دلیل نیز در بسیاری از اوقات فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یا بهینه‌سازی رابطه‌شان با مشتریان پیدا نمی‌کنند. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با شیوه‌ای حرفه‌ای هستید، می‌توانید از همان ابتدا از کاربران یا مشتریان وفادار برندتان درباره بازخوردشان نسبت به فعالیت‌های مختلف کسب و کار خود درخواست نمایید. این درخواست‌ها به طور معمول برای مشتریان بی‌نهایت جذاب و هیجان‌انگیز است.

وقتی شما بازخوردهای اولیه مشتریان را دریافت کردید، در واقع یک نقشه راه برای طراحی شیوه‌ای تازه به منظور رفع اشتباهات گذشته در دنیای بازاریابی را خواهید داشت. این امر می‌تواند برای شما هزینه‌های بسیار زیادی به همراه داشته و توانایی‌تان را نیز در این میان به طور چشمگیری افزایش دهد.

پس از اینکه مشتریان برند شما واکنش صریحی نسبت به فعالیت‌تان در دنیای بازاریابی نشان دادند، شما می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن امیدوار به تولید محتوا پیرامون کسب و کارتان از سوی آنها باشید. این امر نه تنها درباره برند شما، بلکه هر برندی که راه و روشی مشابه را در پیش گیرد مصداق دارد. مشتریان وقتی سطح تعامل بالایی با یک برند پیدا می‌کنند، به طور معمول تمایل‌شان برای همکاری با برند مورد نظر به طور چشمگیری افزایش پیدا خواهد کرد. شما در این صورت می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف عمل نمایید. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها فقط با یک تکنیک ساده توانایی تاثیرگذاری بر روی دامنه وسیعی از مشتریان را پیدا می‌کنند. بنابراین شما لازم نیست برای دریافت محتوای تولیدی کاربران یا ترغیب آنها به این سوی خیلی خودتان را به زحمت اندازید. تنها نکته مهم و تاثیرگذار در این رابطه تلاش برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای خلاقانه است.

ایجاد هشتگ‌های مناسب

ایجاد هشتگ‌های مناسب یکی دیگر از راهکارهای تاثیرگذار برای تعامل با مخاطب هدف محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطب هدف‌شان برنامه‌های بسیار متنوعی دارند. این امر نه تنها برای برندهای بزرگ، بلکه برندهای کوچک نیز مهم خواهد بود. شما باید همیشه در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بهترین شیوه‌ها سود ببرید. این امر می‌تواند شامل ایجاد یک هشتگ کاربردی نیز شود. بسیاری از برندها برای فعالیت بازاریابی یک هشتگ یا چند نمونه مشخص دارند. شما با این کار به سادگی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید.

وقتی کاربران مایل به استفاده از محتوای برند شما هستند و در جواب تمایل شان برای تولید محتوا پیرامون شما افزایش پیدا می‌کند، باید یک راهکار ارتباطی سریع داشته باشند، در غیر این صورت خیلی زود انگیزه‌شان کاهش پیدا می‌کند. یک هشتگ مناسب می‌تواند ساده‌ترین راهکار تعاملی میان برند شما و مشتریان باشد. به این ترتیب دیگر نیازی به طی مراحل بسیار طولانی یا حتی ارسال محتوا در قالب ایمیل برای شما نیست. بسیاری از برندها امروزه به ساده‌ترین شکل ممکن با یک هشتگ هزاران محتوای تولیدی کاربران در طول روز دریافت می‌کنند. این یعنی دسترسی به یک منبع مهم و معتبر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف. یادتان باشد هرچه محتوای دریافتی شما بیشتر می‌شود، باید معیارهای سختگیرانه‌تری برای انتخاب بهترین نمونه‌ها داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود. در آن صورت دیگر هیچ فرصتی برای بهینه‌سازی شرایط‌تان در بازار پیش روی شما نخواهد بود.

برگزاری مسابقات در اینستاگرام

برگزاری مسابقات در اینستاگرام یکی از روش‌های پرطرفدار و بسیار جذاب برای بازاریابی محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها نیاز به تعامل نزدیک با مخاطب هدف دارند. البته در دنیای شلوغ اینستاگرام بسیاری از برندها هرگز فرصتی برای دیده شدن پیدا نمی‌کنند. دلیل این امر نیز کاملا روشن است. اگر مشتریان شما سرگرم محتوای جذاب‌تر و کاربردی‌تر باشند، هرگز به شما توجه نخواهند کرد. در این میان یک مسابقه جذاب می‌تواند انگیزه‌های آنها را به طور چشمگیری افزایش دهد. درست به همین دلیل شما باید به طور مداوم حواس‌تان به این بخش از فعالیت‌تان باشد.

بسیاری از برندها امروزه از مسابقات جذاب در اینستاگرام برای جلب نظر مخاطب هدف سود می‌برند. این امر بسیاری از برندها را بدل به موتورهای ایجاد مسابقات خلاقانه کرده است. با این حساب اگر شما مایل به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، می‌توانید یکی از همین نمونه مسابقات را طراحی کنید.

یادتان باشد برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف مسابقات شما باید دارای مراحل جذاب و همچنین جایزه‌های معتبر باشد، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی شما قرار نگیرد. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها به مثابه یک امر بی‌نهایت غم‌انگیز محسوب شود. اگر برند شما در این میان خیلی راحت از برندهای بزرگ برای برگزاری مسابقات الگوبرداری کند، مسیر بسیار ساده‌تری برای اثرگذاری بر روی آنها خواهد داشت.

یادتان باشد شما برای دریافت محتوای تولیدی کاربران در مسابقه‌تان باید همه تلاش خود را انجام دهید. این امر می‌تواند شامل تعیین مراحل مسابقه بر مدار تولید محتوا از سوی شرکت‌کنندگان باشد. در نهایت نیز باید یکی از محصولات ارزنده برندتان را به عنوان جایزه به مشتریان بدهید، در غیر این صورت شاید کمتر کسی مایل به شرکت در مسابقه برند شما گردد.

گوش دادن به گفت و گوی مشتریان

بسیاری از مشتریان درباره برندها در شبکه‌های اجتماعی اظهارنظر می‌کنند. این امر در پلتفرم‌هایی مثل توییتر با شدت بسیار بالایی جریان دارد. کاربران به طور معمول در قالب توییت نظرشان پیرامون رویدادهای مختلف را بیان می‌کنند. در این میان وضعیت برندها یا کیفیت عملکردشان امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور جدی دنبال نمایید.

گوش دادن به مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند ایده بسیار خوبی برای آگاهی از نظرات آنها باشد. این امر شما را به منبعی مستقیم از نظرات مشتریان درباره برندتان وصل می‌کند. به این ترتیب دیگر نیازی به نگرانی نسبت به تغییر رفتار خرید یا حتی سلیقه مشتریان نیست، چراکه شما همیشه به عنوان اولین نفر از این تغییرات باخبر خواهید شد. این امر می‌تواند در بلندمدت شانس شما را به طور چشمگیری در بازار توسعه دهد. در این صورت دیگر نیازی به نگرانی نسبت به نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای امروز بازاریابی نیست.

یادتان باشد شناخت شما از مخاطب هدف‌تان امر بی‌نهایت مهمی محسوب می‌شود. این نکته می‌تواند تمام تلاش‌های شما در دنیای بازاریابی را تحت تاثیر قرار داده و وضعیت‌تان را نیز متحول سازد. درست به همین خاطر اگر شما به دنبال تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی کاربران هستید، باید همیشه نیم نگاهی به تغییر روش فعالیت‌شان در بازار داشته باشید. این امر می‌تواند شما را در مدت زمانی کوتاه بدل به یکی از برندهای پرطرفدار در بازار نماید.

یادتان باشد گوش دادن به گفت و گوی مخاطب هدف در فضای آنلاین باید با اجازه کامل آنها صورت گیرد، در غیر این صورت شاید نارضایتی‌های عمیقی از نحوه فعالیت برندتان را به دنبال داشته و توانایی شما را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. درست به همین خاطر باید همیشه در راستای گردآوری اطلاعات از اجازه رسمی آنها استفاده کنید. همچنین پس از گردآوری اطلاعات می‌توانید به سادگی با مخاطب هدف درباره آنها صحبت کرده و شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را امتحان کنید. این امر شما را بدل به یکی از برندهای دوست داشتنی در بازار خواهد کرد.

یکی از مشکلات برندها در زمینه جلب نظر کاربران مربوط به استفاده از شیوه‌های درست برای دریافت چنین محتوایی است. اگر شما گفت و گوهای کاربران را به طور دقیق زیر نظر داشته باشید، به سادگی امکان فهم و درک نقطه مناسب شروع گفت و گو را خواهید داشت. این امر شما را بدل به یکی از برندهای جذاب در دنیای بازاریابی خواهد کرد.

همکاری با اینفلوئنسرها

همکاری با اینفلوئنسرها می‌تواند اتفاق بسیار مهمی برای برند شما باشد. این امر کاربران را به سوی توجه بیشتر به برند شما و همچنین تولید محتوا درباره‌تان سوق می‌دهد. یکی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای امروز مربوط به توجه مداوم به آنهاست. از آنجایی که بسیاری از کاربران علاقه بالایی به اینفلوئنسرها در دنیای امروز دارند، شما می‌توانید با اطمینان خاطر بسیار بالا برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان از چنین افرادی سود ببرید.

امروزه به طور معمول اینفلوئنسرها تمایل بالایی برای همکاری با برندها دارند. همین امر نیز شرایط را برای اجرای این همکاری بسیار ساده می‌سازد. تنها نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از شرایط همکاری مناسب است. این امر به معنای عقد یک قرارداد رسمی و تعیین میزان پرداختی از سوی شما و شیوه تولید محتوا از سوی فرد موردنظر است.

اگر همکاری میان شما و اینفلوئنسرها به طور حرفه‌ای دنبال شود، شما به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید. این امر می‌تواند برای شما دردسرهای زیادی را از پیش پای شما کم کرده و حتی شرایط‌تان را نیز به شدت توسعه دهد. یادتان باشد برندها در دنیای امروز برای بسیاری از کارهای‌شان نیاز به ارزیابی وضعیت مشتریان دارند. همکاری با اینفلوئنسرها به شما کمک می‌کند تا جذابیت برندتان برای مشتریان را محک زده و آن را توسعه دهید. نتیجه امر اینکه مشتریان با تمرکز بر روی نحوه متفاوت فعالیت برند شما می‌توانند تجربه‌ای لذت بخش از تعامل با برندتان را به دست بیاورند. این امر به سادگی هرچه تمام‌تر شما را در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد.

درگیر کردن کارمندان شرکت

کارمندان یک شرکت به طور معمول بهترین گروه برای تولید محتوا درباره آن کسب و کار محسوب می‌شوند. این دسته از افراد درگیری مستمری با مشتریان داشته و به خوبی از نقطه نظرات آنها آگاهی دارند. درست به همین دلیل شما برای اثرگذاری بر روی مشتریان باید یک راست سراغ این دسته از افراد بروید. بسیاری از مردم وقتی کارمندان خوشحال یک برند را مشاهده می‌کنند، نظرشان درباره کل آن کسب و کار عوض می‌شود. بنابراین شما باید تلاش کنید مشتریان بهترین وجهه از برندتان را مشاهده نمایند، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نکنید.

کارمندان شرکت شما در صورتی که مایل به تولید محتوا پیرامون برندتان باشد، به سادگی توانایی جلب نظر مشتریان را نیز دارند. درست به همین دلیل شما باید خودتان را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن آماده سازید. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و وضعیت‌تان را نیز متحول سازد. درست به همین خاطر باید هرچه در توان دارید برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف در این میان صرف کنید، در غیر این صورت هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی شرایط‌تان پیدا نمی‌کنید. همکاری با مخاطب هدف در زمینه بازاریابی می‌تواند امری دشوار باشد. با این حال کارمندان برند شما توانایی ساده‌سازی این فرآیند را دارند. درست به همین خاطر باید همیشه خودتان را برای همکاری با آنها آماده نگه دارید، در غیر این صورت شاید هزینه بسیار سنگینی برای بازاریابی پرداخت کنید. این امر می‌تواند شرایط شما را به طور چشمگیری تحت تاثیر قرار دهد. درست به همین دلیل توصیه ما برای شما تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با شروع کار از کارمندان شرکت است. یادتان باشد در دنیای امروز هر فردی شیوه خاصی برای کار کردن در یک شرکت دارد. شما باید از دیدگاه‌های مختلف کارمندان‌تان برای روایت جذاب و متنوع از وضعیت شرکت سود ببرید. این امر می‌تواند جذابیت کار شما را به طور چشگیری افزایش داده و موقعیت‌تان در بازار را نیز تقویت نماید.

بی‌تردید امروزه کارمندان نیز انتظارات‌شان از برندها به مانند مشتریان بالا رفته است. در این راستا شما باید توجه ویژه‌ای به کارمندان‌تان داشته باشید. این امر می‌تواند کمک ویژه‌ای به شما کرده و موقعیت‌تان را نیز به شکل استثنایی تغییر دهد. وقتی کاربران شاهد روابط خوب و عالی میان شما و کارمندان‌تان باشند، علاقه‌شان برای همکاری با برند شما به طور ناخودآگاه بیشتر می‌شود. این امر می‌تواند در بخش‌های مختلفی از فعالیت برندتان خودش را نشان دهد. درست به همین دلیل باید همیشه همکاری با کارمندان برای بهینه‌سازی موقعیت برند را در خاطر داشته باشید. استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله می‌تواند شروع خوبی برای کار شما در راستای بازاریابی بهتر با کمک محتوای تولیدی کاربران باشد.

منبع: socialpilot.co

رهبری

راهنمای قدم به قدم برای کارآفرینان

چطور خودمان را یک رهبر تجاری حرفه‌ای نشان دهیم؟

نویسنده: علی آل‌علی

مردم در زندگی‌شان به بعضی آدم‌ها بیشتر از بقیه اعتماد دارند. مثلا اگر قرار باشد همین امروز یک کفش ورزشی بخرید، احتمالا هر چقدر فروشندگان بیشتر برای شما درباره مزایای یک کفش حرف بزنند، انگیزه‌تان برای خرید آن کمتر می‌شود. هرچه باشد این روزها کمتر کسی به حرف فروشندگان اعتماد کامل دارد. در عوض وقتی پای یکی از دوستان‌تان وسط باشد، سراپا گوش خواهید شد؛ چراکه دوستان و به طور کلی شخصیت‌های حقیقی معمولا به آدم دروغ نمی‌گویند. به علاوه، آنها نفعی از خرید ما هم نمی‌برند. پس توصیه آنها کاملا از سر دلسوزی خواهد بود؛ دقیقا مثل مربی کهنه‌کاری که هرچه در چنته دارد برای موفقیت شاگردانش رو می‌کند.

اگرچه در بازار مردم بیشتر از همه به دوستان و آشنایان‌شان اعتماد دارند، اما کارآفرینانی هم هستند که طوری دل مشتریان را برده‌اند که همه به حرف‌های‌شان گوش می‌دهند. بی‌شک در بین دوستان شما هم چنین کارآفرینانی به چشم می‌خورند. انگار که این دسته از افراد نه تنها شهرت مثبتی در بازار دارند، بلکه دقیقا ذهن مخاطب‌شان را می‌خوانند. شاید فکر کنید این دسته از کارآفرینان فقط بی‌نهایت خوش‌شانس هستند یا نوعی استعداد ذاتی دارند. قبول دارم این طرز فکر جذاب به نظر می‌رسد، اما در روزنامه فرصت امروز اصلا جایی ندارد. ما معتقدیم هر مهارتی در دنیای کسب و کار یادگرفتنی است؛ حتی اگر تبدیل شدن به یک رهبر تجاری باشد!

بی‌شک رهبران تجاری بسیار زیادی در چهار گوشه دنیا با هزار و یک آرزو مشغول فعالیت هستند. با این حال فقط تعداد انگشت‌شماری از آنها تبدیل به اسطوره‌های تکرارنشدنی می‌شوند. اینکه آدم چطور خودش را یک رهبر تجاری حرفه‌ای نشان دهد، مسئله‌ای کاملا سوای از داشتن مهارت‌های مورد نیاز این کار است. همانطور که یک مهاجم فوتبال هر چقدر هم که گلزن باشد باید سری هم در دنیای تبلیغات داشته باشد تا محبوب همه طرفداران شود، شما هم باید چند تا تکنیک درجه یک برای معرفی خودتان به عنوان یک رهبر تجاری همه فن حریف دم دست داشته باشید. فکر می‌کنم الان دیگر متوجه شده باشید هدف ما در این مقاله چیست. درست حدس زدید، زیر و رو کردن تکنیک‌های مختلف برای معرفی خودمان به عنوان یک رهبر تجاری حرفه‌ای. اگر شما هم دوست دارید چنین شهرتی برای خودتان داشته باشید، هیچ جوره این مقاله را از دست ندهید.

وبلاگ‌نویسی مداوم: حضور در جایی که مشتریان انتظارش را دارند

اگر همین الان از شما بپرسیم یک کارآفرین حرفه‌ای را کجا می‌شود پیدا کرد، چه جوابی خواهید داشت؟ احتمالا دفتر شرکت‌های بزرگی مثل گوگل یا فیس‌بوک گزینه‌های خوبی خواهد بود. با این حال در دنیای دیجیتال دیگر کمتر کسی سختی حضور در شرکت‌های مختلف برای پیدا کردن هدفش را به جان می‌خرد. این روزها همه چیز در دنیای آنلاین جریان دارد و اگر شما یاد نگیرید با این ترند کنار بیایید، خیلی زود از لیگ قهرمانان کسب و کار حذف می‌شوید. هرچه باشد کسی در بازارهای رقابتی با شما شوخی ندارد و یک اشتباه کافی است تا برای همیشه از پشت پنجره خانه‌تان به تحولات بازار کسب و کار نگاه کنید؛ به همین راحتی.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم در دنیای دیجیتال امروزی آدم‌های حرفه‌ای بیشتر در وبلاگ‌های تخصصی پیدا می‌شوند. کافی است یک جست‌وجوی کوچک در گوگل داشته باشید تا با کلی از این آدم‌ها آشنا شوید. از آنجایی که ما اصلا دوست ندارید حس و حال مقاله‌مان شبیه کلاس‌های درس بی‌روح شود، در اینجا یک مثال تر و تمیز برای‌تان کنار گذاشته‌ایم. بی‌شک خیلی از مردم دنیا عاشق ماشین‌های روز دنیا هستند. در این بین بعضی‌ها حتی اتومبیل‌های معمولی‌شان را هم طوری تیونینگ می‌کنند که انگار همین فردا در پیست مسابقه با شوماخر مسابقه دارند. اگر شما هم از همین آدم‌ها هستید، احتمالا بارها و بارها در گوگل دنبال راهکارهایی برای تقویت خودروی‌تان بوده‌اید، وبلاگ «مکانیک شما» یا به عبارت دقیق‌تر YourMechanic.com همان چیزی است که سال‌هاست دنبالش می‌گشتید. در این وبلاگ علاوه بر کلی مطلب آموزنده درباره خودروهای مختلف، روش‌های ساده و عملی برای تقویت آنها نیز پیدا می‌شود. اجازه دهید با هم روراست باشیم، این وبلاگ در واقع از طرف ماشین بازهای حرفه‌ای و بعضی از مکانیک‌های درجه یک دنیا اداره می‌شود. به همین خاطر محبوبیت حیرت‌انگیزش در دنیا اصلا جای تعجب ندارد. خب وقتی چند تا ماشین باز قهار توانسته‌اند با یک وبلاگ حسابی خودشان را به عنوان متخصص‌های این حوزه معرفی کنند، چرا شما نتوانید همین کار را با عرصه کاری‌تان انجام دهید؟

خیلی از کارآفرینان اطلاعات دست اولی از حوزه کاری‌شان دارند. با این حال کمتر کسی در این میان حوصله اطلاع‌رسانی به دیگران در این رابطه را دارند. اگر شما هم جزو کارآفرینان درونگرا هستید، باید کمی خودتان را تغییر دهید؛ چراکه قرار نیست بازار بی‌انتهای کسب و کار برای شما تغییر کند. فرمول ویژه ما در این میان کمی تغییر در راستای وبلاگ‌نویسی است. نشان دهید از عرصه کسب و کار چه چیزهایی بلد هستید و چطور می‌توانید از آن برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب‌تان استفاده کنید. چنین حرکت‌هایی خیلی زود از شما یک پا رهبر تجاری حرفه‌ای خواهد ساخت که اتفاقا همه مردم دنیا او را می‌شناسند. یادتان نرود تا شما در بازار شروع به اظهارنظر نکنید، هیچ‌کس اعتبارتان را قبول نمی‌کند. پس همین امروز دست به قلم شده و وبلاگ‌نویسی را شروع کنید.

پروموت محتوا ممنوع: رهبران تجاری دنبال تبلیغات نیستند!

آیا تا به حال ایلان ماسک یا وارن بافت را در حال ضبط ویدئوی تبلیغاتی یا حتی پروموت کردن محتوای بازاریابی دیده‌اید؟ بی‌شک اگر بعضی از آدم‌های پیگیر چنین نمونه‌هایی پیدا کنند، تعدادش از انگشتان یک دست هم تجاوز نمی‌کند. هرچه باشد این رهبران تجاری آنقدر در بازار اعتبار دارند که نیاز به پروموت محتوا نداشته باشند. نکته مهم دقیقا همین‌جاست، شما نباید خودتان را به ابزار تبلیغات محدود کنید. رهبران تجاری واقعی در قلب مخاطب خانه دارند نه در صنعت بی‌ثبات تبلیغات.

ادامه در صفحه آخر

اصول تعیین بودجه برای کسب و کارهای کوچک

نویسنده: علی آل‌علی

زمانی که یک تیم فوتبال برای فصل پیش رو آماده می‌شود، اولین کار تعیین یک بودجه دقیق است. خرید بازیکن، نوسازی استادیوم ورزشی و از همه مهمتر هماهنگی برای برگزاری بازی‌های تدارکاتی بدون پول فقط در حد رویاهایی دست نیافتنی باقی می‌مانند. اگر کسب و کارها را مثل تیم‌های فوتبال در نظر بگیریم، تعیین بودجه فرق بین قهرمان‌های آخر فصل با تیم‌های معمولی را رقم می‌زند. بی‌شک برندهای بزرگی مثل آمازون یا مرسدس بنز همیشه بودجه‌های دقیقی برای خودشان تعریف می‌کنند. مشکل معمولا از جایی شروع می‌شود که پای کسب و کارهای کوچک به بحث باز گردد. تجربه به ما ثابت کرده خیلی از کارآفرینان در ابتدای راه حتی به تعیین بودجه فکر هم نمی‌کنند. پژوهش موسسه کلاچ (Clutch) نیز چنین تجربه‌ای را تایید می‌کند؛ چراکه براساس مطالعه این موسسه ۴۶ درصد از کسب و کارهای کوچک اصلا چیزی به اسم بودجه ندارند. ماجرا ترسناک شد، نه؟

اگر شما هم از آن دست کارآفرینانی هستید که اعتقاد چندانی به تعیین بودجه ندارند، باید قبل از هر کاری کمی درباره مزایای بودجه‌بندی با هم گپ بزنیم. مهمترین مزیت تعیین بودجه تضمین امنیت برند است. بی‌شک همه ما در طول زندگی کلی برند ورشکسته به پست‌مان خورده است. منظور ما همان برندهایی است که ماه‌های اول با توپ پر وارد میدان شدند و کلی ولخرجی هم کردند، اما به یک سال نکشیده کاخ آرزوهای‌شان روی سر مشتریان خراب شد. اجازه دهید با هم روراست باشیم، هیچ‌کس در بازار دلش به حال شما نسوخته است. پس اگر نتوانید برنامه دقیقی برای توسعه برندتان داشته باشید، سه سوته از بازار کنار گذاشته خواهید شد؛ آن هم از طرف مشتریانی عصبانی که حتی حوصله دیدن‌تان را هم ندارند! ما در روزنامه فرصت امروز همیشه اولین توصیه‌مان به صاحبان کسب و کار تعیین بودجه‌های دقیق است. برای همین در مقاله کنونی سراغ اصول این کار رفته‌ایم. اگر شما هم دوست دارید دستی به سر و گوش برندتان بکشید، این مقاله مقدمه خوبی برای یک بودجه‌بندی بی‌عیب و نقص خواهد بود. پس در ادامه با ما همراه باشید تا ماجراجویی‌مان را شروع کنیم.

تفکیک حساب مالی کسب و کار از زندگی شخصی: گام اول در تعیین بودجه

آدم در زندگی شخصی‌اش هزاران برنامه مختلف برای خودش دارد که در زندگی حرفه‌ای اصلا نباید درباره‌شان فکر کرد، چه برسد به اینکه عملیاتی‌شان کنیم. متاسفانه خیلی از کارآفرینان اصلا توجهی به تفاوت‌های بین زندگی روزمره و کسب و کار حرفه‌ای ندارند. نتیجه‌اش هم اغلب اوقات در استفاده از یک حساب واحد برای تمام کارها نمایان می‌شود. شما را نمی‌دانم، ولی من که حتی با فکر کردن به استفاده از یک حساب برای خرید خانه و رسیدگی به کارهای برند مو به تنم سیخ می‌شود. هرچه باشد حساب و کتاب برندها باید خیلی دقیق‌تر از این حرف‌ها باشد. وگرنه هر لحظه ممکن است سقف آرزوها روی سرتان خراب شود.

یادتان باشد اداره مالیات برخورد متفاوتی با حساب‌های شخصی و تجاری دارد. وقتی شما فقط و فقط از یک حساب برای هر دو کار استفاده می‌کنید، عملا مالیات بیشتری در پایان سال روی دست‌تان باقی می‌ماند. کافی است یک سر کوتاه به نزدیک‌ترین شعبه بانک‌تان بزنید تا مثل آب خوردن یک حساب شخصی و یک تجاری برای خودتان باز کنید. اینطوری دیگر خبری از مالیات‌های سنگین حتی روی خرج‌های روزمره خانواده‌تان نخواهد بود.

وقتی یک شرکت با مشکلات مالی عمیق رو به رو می‌شود، معمولا تمام حساب‌های تجاری‌اش مسدود خواهد شد. اینطوری اگر شما پس‌انداز شخصی‌تان هم در این حساب باشد، دیگر امکان برداشتش را نخواهید داشت. بی‌شک هیچ کارآفرین باهوشی دوست ندارد پس‌انداز همه زندگی‌اش یک شبه به باد برود. پس برای امنیت سرمایه‌تان هم که شده به فکر ایجاد حساب‌های جداگانه باشید. نکته جالب اینکه بعضی از مدیران برای سهولت کار بخش‌های مختلف برند عملا هر دپارتمان را با یک حساب بانکی مجزا بررسی می‌کنند. اینطوری دیگر بودجه بخش‌های مختلف شرکت قاطی نمی‌شود؛ به همین سادگی.

پس‌انداز برای روز مبادا: خطر همین نزدیکی‌هاست!

در دنیایی که بزرگترین کارآفرینان هم بارها و بارها شکست می‌خورند، تصور اینکه شما شکست‌ناپذیر هستید خیلی دور از واقعیت خواهد بود. اگر از دوستداران قانون مورفی باشید، خیلی خوب می‌دانید در این قانون شکست یک امر کاملا قطعی است. به زبان خودمانی، هیچ راه فراری از شکست وجود ندارد. امیدوارم مقدمه تیر و تار ما خیلی ناامیدتان نکرده باشد؛ چراکه همیشه راه‌هایی برای مدیریت شکست وجود دارد. درست است که همه در طول زندگی‌شان شکست می‌خورند، اما قرار نیست شما دست روی دست بگذارید تا با یک شکست معمولی برندتان به کتاب تاریخ نقل مکان کند.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم یکی از اصول اساسی برای تعیین بودجه کسب و کارهای کوچک توجه به روز مباداست. شاید الان همه چیز مثل ساعت دقیق کار کند و هر ماه کلی درآمد به حساب‌تان واریز شود، اما قرار نیست همیشه در روی همین پاشنه بگردد. دیر یا زود سر و کله چالش‌های بزرگ پیدا می‌شود که اتفاقا نیاز به بودجه‌های خاص دارد. آن وقت اگر شما خودتان را برای شرایط بحرانی آماده نکرده باشید خیلی زود کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

ایجاد یک حساب بانکی سوا برای پس‌انداز بخشی از درآمدهای شرکت اصلا کار سختی نیست. با این حال وقتی پای پس‌انداز واقعی وسط باشد، همه کارآفرینان دست و دل‌شان می‌لرزد. هرچه باشد سرمایه‌گذاری بیشتر بر روی فعالیت برند همیشه ایده خوبی است که به این سادگی‌ها نمی‌شود از کنارش عبور کرد. اگر شما هم علاقه‌ای به پس‌انداز برای روز مبادا ندارید، کافی است یک سناریو احتمالی را در ذهن‌تان مرور کنید. ماجرا شبیه کلاس‌های فیلم‌نامه‌نویسی شد، نه؟

ما در اینجا قصد نداریم یک سناریوی علمی- تخیلی برای‌تان تعریف کنیم. کافی است کمی تجربه کرونا و تاثیرش روی کسب و کارها را مرور کنید تا حساب کار دست‌تان بیاید. وقتی کرونا همه برندها را به مرز ورشکستگی رساند، خیلی از برندها اصلا باورشان هم نمی‌شد که یکهو از عرش به فرش رسیده‌اند. در این بین فقط کارآفرینانی که از قبل بودجه اضطراری داشتند، جان سالم از مهلکه به در بردند. باور کنید یا نه، بقیه برندها حتی دیگر اسم‌شان هم در بازار به گوش نمی‌خورد!

توصیه ما در این بخش کاملا روشن است؛ شما باید همیشه بخشی از درآمد برندتان را برای روز مبادا پس‌انداز کنید. فرمول طلایی ما اختصاص ۱۰ درصد از سود خالص شرکت در هر ماه برای واریز به چنین حساب ویژه‌ای است. به علاوه، شما نباید همینطور الکی از آن حساب پول برداشت کنید؛ چراکه خیلی از کارآفرینان با بهانه‌های مختلف در یک چشم به هم زدن این حساب ویژه را خالی می‌کنند. آن وقت هنگام مواجهه با مشکلات دیگر آه در بساط نخواهند داشت. پس لطفا هر فکر و خیالی برای دستبرد به چنین حسابی را همین امروز دور بریزید.

شناسایی منابع درآمد: به وقت حساب و کتاب

وقتی یک کارگردان شروع به ساخت فیلم سینمایی می‌کند، باید همه امکانات درآمدزایی‌اش را بسنجد. اگر قرار است اسپانسرهای مختلف با این پروژه همکاری داشته باشند، باید میزان دقیق درآمد مشخص شده و سهم هر کدام از فروش گیشه نیز تعیین شود. وگرنه آخر سر مثلث کارگردان، تهیه‌کننده و اسپانسرها به جان یکدیگر خواهند افتاد. راستش را بخواهید چنین سناریویی برای کسب و کارهای کوچک هم مصداق دارد. این یعنی شما قبل از اینکه با عجله وارد دنیای کسب و کار شوید باید یک دو دو تا چهارتایی پیش خودتان کرده باشید.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه به کارآفرینان توصیه می‌کنیم همان اول کار منابع درآمدی‌شان را فهرست کنند. اگر شما در چهار تا بازار مختلف فعالیت دارید، باید این بازارها را به عنوان منابع اصلی درآمدتان لیست کنید. بعد هم محصولات مختلف‌تان را به ترتیب از پرفروش‌ترین دسته‌بندی کنید. اینطوری دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت.

بعد از اینکه غول تعیین منابع درآمدی را پشت سر گذاشتید، باید کمی هم درباره فرق بین درآمد و سود نهایی فکر کنید. ما اصلا دوست نداریم شبیه معلم‌های اقتصاد به نظر برسیم، اما برای موفقیت کسب و کارتان چاره‌ای به غیر از برگزاری یک کلاس کوتاه نداریم. در علم اقتصاد درآمد به همه پول‌هایی که برندتان از مشتریان یا دیگر افراد کسب می‌کند، گفته می‌شود. مثلا اگر شما صد تا لباس گرمکن در بازار بفروشید، مبلغ نهایی درآمد برندتان را مشخص می‌کند. با این حال چنین مفهومی اصلا مساوی سود نهایی نیست؛ چراکه یک کسب و کار کلی هزینه‌های جانبی هم دارد. مثلا اجاره دفتر کار را در نظر بگیرید؛ این هزینه باید از درآمد شما کم شود. وگرنه کسب و کار کوچک‌تان خیلی زود زیر دست و پای برندهای بزرگ له خواهد شد. از نظر علم اقتصاد، سود در واقع باقی مانده درآمد بعد از کم کردن هزینه‌های جاری است. اگر شما بعد از کم کردن هزینه‌های جاری هیچ باقی مانده‌ای نداشته باشید یا یک چیزی هم کم بیاورید، کسب و کارتان زیانده محسوب می‌شود و باید فاتحه‌اش را بخوانید.

یادتان باشد تعیین بودجه برای برند بدون حساب کردن سود نهایی بیشتر شبیه یک شوخی بی‌مزه است تا واقعیت. هرچه باشد شما باید پولی دست‌تان باشد تا برای آن برنامه‌ریزی کنید. تا وقتی هم که هزینه‌های جاری را از درآمد کم نکنید، بودجه‌تان فقط در حد حرف‌های خام خواهد بود. پس منتظر چه هستید؟ همین امروز دست به کار شده و حساب و کتاب برندتان را دربیاورید.

ثبت هزینه‌های یک ماه: آزمایش قبل از پرتاب اصلی!

آیا تا به حال صحنه پرتاب ماهواره‌های فضایی را دیده‌اید؟ شاید این فرآیند از قاب تلویزیون خیلی ساده و بی‌دردسر به نظر برسد، اما کافی است برای یک دقیقه هم که شده پای درد و دل تیم تحقیقاتی چنین پروژه‌هایی بنشینید. آن وقت همین پروژه‌های به ظاهر ساده برای‌تان شبیه هزارتویی پیچیده می‌شود. قبول دارم تعیین بودجه برای کسب و کارهای کوچک اصلا با پرتاب سفینه‌های فضایی قابل مقایسه نیست، اما اگر حواس‌تان نباشد شاید کارتان از آنها هم سخت‌تر شود.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه به کارآفرینان توصیه می‌کنیم قبل از اجرای برنامه بودجه‌شان یک ماه به طور آزمایشی همه هزینه‌های برند را ثبت کنند. شاید این کار از نظر شما خیلی بی‌فایده به نظر برسد، اما کار از محکم‌کاری عیب نمی‌کند. یادتان باشد در طول این یک ماه اصلا نباید روند هزینه‌های‌تان را تغییر دهید. خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند اگر در ماه آزمایشی هزینه‌های‌شان را کاهش دهند، بودجه‌شان بهتر تنظیم خواهد شد. اگر نظر ما را بخواهید، چنین کاری فقط گول زدن خودتان است. پس به جای اینکه الکی خودتان را معطل کنید، کارتان را کاملا واقعی دنبال کنید. اینطوری دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت.

بی‌شک برندهای بزرگی که یک تیم حسابداری جداگانه دارند، خیال‌شان بابت دخل و خرج راحت است. با این حال کسب و کارهای کوچک حساب‌شان سواست. شما نمی‌توانید از پس هزینه‌های حسابدار بربیایید. پس باید آستین‌ها را بالا زده و خودتان وارد میدان شوید. اینطوری حداقل خیال‌تان راحت است که هزینه اضافی روی دست برندتان باقی نمی‌ماند. توصیه ما استفاده از یک فایل اکسل برای درج هزینه‌های جاری با مشخصات دقیق است. آخر ماه هم باید همه این هزینه‌ها را با هم جمع بزنید. اینطوری یک نمای کلی از هزینه‌های ماهانه برندتان به دست می‌آید. چنین آمار مهمی در ادامه مسیر برای تعیین بودجه کاملا کاربردی خواهد بود.

جمع‌بندی همه اطلاعات: مرحله پایانی تعیین بودجه

یک تیم تئاتر بعد از ماه‌ها تمرین و روخوانی از روی نمایشنامه بالاخره در هفته‌های پایانی باید کارش را جمع‌بندی کند. هرچه باشد روی صحنه دیگر فرصت هیچ اشتباهی نیست. بنابراین شما باید قبل از اینکه کارتان به آنجا بکشد با همه اعضای نمایش اتمام حجت کنید. به طور مشابه، در دنیای کسب و کار هم بعد از اینکه شما کلی از مراحل مختلف برای تعیین بودجه را پشت سر گذاشتید، نوبت به جمع‌بندی همه نکات می‌رسد. در این بخش شما باید اطلاعاتی که درباره هزینه‌ها و منابع درآمدی دارید را روی هم گذاشته و بودجه‌تان را تعریف کنید. تا یادمان نرفته باید بگویم بودجه شما هیچ رقمه نباید از میزان درآمدتان بیشتر باشد؛ چراکه در این صورت هر ماه مجبور به قرض کردن از این و آن می‌شوید. دست آخر هم با کلی بدهی تنها می‌مانید که حتی کوچک‌ترین ایده‌ای برای پرداخت‌شان هم نخواهید داشت. از آنجایی که این روزها خیلی از کارآفرینان دوستان نزدیک در عرصه کسب و کار دارند، مشورت با آنها اصلا ایده بدی نخواهد بود. پس اگر دوستانی دارید که اتفاقا در برندهای بزرگتر مشغول کار هستند، فرصت را از دست ندهید و همین امروز با آنها ارتباط برقرار کنید. قول می‌دهم اینطوری دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت.

منابع:
/۲۸/۰۹/۲۰۲۲/https://www.wordstream.com/blog/ws
small-business-budget
step-plan--۵-https://www.freshbooks.com/blog/the
-۴-to-creating-a-balanced-business-budget#step
predict-one-time-spends

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابرای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۹۰۶۸۰۰۱۵۱۹ مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۴ کلاسه ۱۴۰۱۱۱۴۴۰۹۰۶۸۰۰۰۰۶۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین مالکانه وبلامعارض مالکیت آقای رجبعلی خمسه، به شماره شناسنامه ۸ کدملی ۴۳۹۱۷۱۸۲۳۵ صادره از قزوین فرزند قدرت اله در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۳۱۸.۶۰ مترمربع پلاک شماره ۱۵ فرعی از ۳۶ اصلی واقع درقزوین بخش ۵ حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین خریداری از علی –زهرا –لیلی- عالیه – سکینه باجلان همگی وراث محمدولی باجلان تایید ومحرزگردیده است. لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۴۰۱/۰۷/۱۷
تاریخ انتشاردوم : ۱۴۰۱/۰۸/۰۲
علی شهسواری–رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین –۶۹۵ /م الف

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابرای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۹۰۶۸۰۰۱۴۱۴ مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۰۶ کلاسه ۱۴۰۰۱۱۴۴۰۹۰۶۸۰۰۰۲۹۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین مالکانه وبلامعارض مالکیت آقای سید جواد حسینی به شماره شناسنامه ۴ کدملی ۵۹۰۹۹۳۱۹۷۰ صادره از رودبار شهرستان –ده دوشاب فرزند سید عیسی در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۵۰.۷۰ مترمربع پلاک شماره ۱۶ فرعی از ۳۶ اصلی واقع درقزوین بخش ۵ حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین خریداری مع الواسطه از مهین بانو نمازی تایید ومحرزگردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۴۰۱/۰۷/۱۷
تاریخ انتشاردوم : ۱۴۰۱/۰۸/۰۲
علی شهسواری–رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین –۶۹۵ /م الف

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۳۰۱۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم زهرا تکاپوی فرزند قاسم بشماره شناسنامه ۸۵۳ صادره از ری در ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۶۳/۶۱ متر مربع پلاک ۹۶۲ فرعی از ۱۰۰ اصلی واقع در عمرآباد بخش حوزه ثبت ملک ورامین خریداری از رستم شیرکوند محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۷/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۸/۰۲
۲۹۵ م الف — رئیس ثبت اسناد و املاک – محمود داودی
۷۷۶

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۶۱۵۸ مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای شهرام حبیبی فرزند بهرام به شماره شناسنامه ۱۱۹۰ صادره از مشهد در قریه پیربازار در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۷۶. ۵۳۸ متر مربع پلاک فرعی ۱۱۲۲ از اصلی ۶۵ مفروز مجزی از پلاک ۲۹ از اصلی ۶۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای محمد علی منفردی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۷/۱۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۸/۰۲
۱۳۹۵ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت – سعید بدوی
۷۷۷

مفقودی

کلیه مدارک سواری بنز ۲۴۰ مدل ۲۰۰۳ برنگ سفید روغنی به شماره شاسی WDB۲I۱۰۶۱۱A۱۹۶۰۶۴ و شماره موتور ۰۲۹۴۹۳۱۱۱۲۸۰۳ به شماره انتظامی ۸۴۴ ص ۴۴ ایران ۷۹ بنام حجت محمدیان مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.
شهرستان قزوین

با اجرای مجموعه ضوابط طرح طبقه بندی و ارزشیابی مشاغل شرکت های تابعه وزارت نیرو صورت می گیرد؛

سازماندهی و ارزیابی کارکنان از طریق روش های علمی و فنی

اصفهان – قاسم اسد: با اجرای مجموع ضوابط طرح طبقه بندی و ارزشیابی مشاغل شرکت های تابعه وزارت نیرو ، سازمان دهی، ارزیابی، ترفیـــع و آموزش کارکنان از طریق روش های علمی و فنی صورت می گیرد. مدیر امور کارکنان شرکت آب وفاضلاب استان اصفهان به تشریح فرایند طرح طبقه بندی مشـــاغل پرداخت و اظهار داشت: هر شغل با توجه به مشـــخصه‌های خود، محدوده وظایف معینی دارد و فرد شاغل در آن جایگاه، دستمزدی متناسب با حیطه‌ی فعالیت‌هایش و همچنین مواردی همچون میزان تحصیلات مورد نیاز برای استخدام در یک شغل، توانایی‌های لازم برای برعهده گرفتن مسئولیت‌های آن دریافت می کند که این فرایند، طبقه بندی مشاغل نام دارد. احمد رضا پور قاسمی با بیان اینکه یکی از مهم‌ترین اهداف طرح طبقه بندی مشاغل، ارائه دستمزد متناسب با میزان تخصص، دانش و سابقه کاری افراد است عنوان کرد: هدف دیگر از طرح طبقه بندی مشاغل، ایجاد یک فرایند استاندارد برای استخدام افراد است، به گونه ای که نظم و هماهنگی بیشتری در بین نیروهای اســـتخدامی به وجود بیاید. وی با بیان اینکه در طبقه بندی مشاغل، هر فرد با توجه به میزان تخصص، تحصیل، تجربه و سابقه کار، در یک جایگاه خاص شـــغلی دســـته‌بندی می‌شود، اعلام کرد: میزان حقوق تمام افراد هم‌پایه با یک میزان تخصص و تجربه، یکسان خواهد شد. علاوه بر این، در طرح طبقه بندی مشاغل ،شرایط احراز شغلی هر جایگاه کاری نیز به‌خوبی تعیین خواهد شد. مدیر امور کارکنان و رفاه شـــرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با بیان اینکه طبقه بندی شغلی شـــامل تمام جزئیاتی می‌شود که باید برای یک جایگاه شغلی ، تعیین شـــود اعلام کرد: این طرح حوزه کاری و شرح کامل هر جایگاه شغلی

را تعیین می کند و با اســـتفاده از آن، افراد از میزان مزد، مزایا و ســـایر موارد مهم موجود در شغل‌شـــان مطلع خواهند شد و احراز شغل برای هر جایگاه تعیین و وظایف، مسئولیت‌ها، حوزه اختیارات هر فرد شاغل در یک جایگاه شـــغلی خاص،مشخص می شود . پور قاسمی در ادامه به دستورالعمل اجرایی طبقه بندی مشاغل پرداخت و بیان داشت: این دستورالعمل شامل موارد مختلفی هم‌چون نحوه ارزیابی مشاغل، نحوه اجرای طرح طبقه بندی ، قوانین ارتقا و جابه‌جایی افراد در جایگاه‌های شغلی گوناگون، میزان پرداخت مزایا و تمام جزئیات دیگر طرح است که بر طبق ماده ۴۸ و ۴۹ قانون کار انجام می‌شود. وی افزود: سوابق تجربی و میزان مهارت فرد در صورت عدم وجود تحصیلات مورد نیاز و نیز هر سال فعالیت و افزایش تجربه فرد، باعث ارتقای جایگاه شغلی و ضریب کاری او خواهد شد. این موارد، برخی از مهم‌ترین نکات است که به‌عنوان دســـتورالعمل طبقه بندی مشاغل در نظر گرفته شده است. مدیر امور کارکنان و رفاه شرکت آب وفاضلاب استان اصفهان افزود: وزارت نیرو با هدف ارتقای کارآمدی سرمایه انسانی با تاکید بر شایسته سالاری و ایجاد زمینه های لازم به منظور افزایش راندمان سیســـتم و ارتقای بهره وری با رعایت ماده ۴۹ قانون کارجمهوری اســـلامی ایران با همکاری وزارت تعاون و کار امور اجتماعی نسبت به بازنگری و اصلاح طرح طبقه بندی و ارزشیابی مشاغل اقدام نمود به طوریکه این طرح از تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۰۱ در شرکت های تابعه وزارت نیرو لازم الاجراست. پور قاسمی تصریح کرد: به دنبال اجرای مفاد طرح طبقه بندی و ارزشیابی مشاغل کلیه ضوابط طرح قبلی ، بخشـــنامه ها و آیین نامه های مربوط به حقوق و مزایای کارکنان و رویه ها و عرف قبلی و موارد مغایر لغو می شـــود ودر کمیته طبقه بندی مشاغل همه فعالیت‌های مرتبط با تغییر گروه، شغل، وظایف و...، تنها پس از کسب تایید از این کمیته اجرایی می‌شود. وی اعلام کرد: تاکنون بیش از ۲۷۰۰ حکم کارگزینی در قالب این طرح برای کارکنان صادر شده است، این درحالیست که با اجرای این طرح برخی مولفه ها و امتیازات تشکیل دهنده حقوق و مزایای کارکنان و نحوه محاسبه آن تغییرات اساسی داشـــته است اما حقوق و مزایای هیچ یک از کارکنان کاهش نداشـــته و امتیازات مربوط به افزایش حقوق ســـالیانه کارکنان محاسبه و سپس احکام مربوطه صادر گردیده است. مدیر امور کارکنان و رفاه شـــرکت آب وفاضلاب استان اصفهان با اشاره به پیشینه طبقه بندی مشاغل در کشور اظهار داشت: پیشینه طبقه بندی مشاغل در ایران به سال ۱۳۰۱ باز می‌گردد و در سال ۱۳۲۵، آئین‌نامه طبقه‌بندی مشاغل همراه با اولین قانون کار تصویب شد. در سال‌های بعد و به مرور، قوانین آن نیز تکمیل شد و به یک قانون کلی تبدیل گردید.

چشم‌انداز فولاد سنگان در صنعت فولاد

مشهد – ابراهیم بای : مدیرعامل شرکت فولاد سنگان به چشم‌انداز این شـــرکت در اجرای پروژه‌های توسعه‌ای اشـــاره کرد و گفت: فولاد سنگان با توجه به چشم‌انداز شرکت، از بزرگ‌ترین صنایع معدنی شمال شرق کشور، با توانایی تولید اقتصادی حداقل ۶ میلیون تن گندله و پنج میلیون تن کنســـانتره تا افق ۱۴۰۴ خواهد بود که توجه ویژه به اجرا و بهره‌برداری از پروژه‌های توسعه‌ای، این شرکت را تبدیل به مجموعه‌ای از کارخانه‌ها خواهد کرد که نتیجه آن را در توسعه همه جانبه از یک سو و تعهد در مشارکت‌های اقتصادی در راستای توسعه متوازن و همه جانبه منطقه از ســـوی دیگر شاهد خواهیم بود، بدون شک بهره‌برداری از این طرح‌ها، منجر به سودآوری مضاعفی برای شرکت خواهد شد.

علی امرایی ضمن اشاره به اولویت‌های این شرکت در اجرای طرح‌های توســـعه‌ای، اذعان کرد : اولویت شـــرکت فولاد ســـنگان در طرح‌های توســـعه‌ای، اســـتفاده از توان و ظرفیت‌های موجود داخلی، مبتنی بر فناوری‌های روز دنیا است و طبق برنامه‌ریزی صورت گرفته، استفاده از پتانسیل شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی در دستور کار قرار گرفته است، ضمن اینکه با بهره‌برداری از پروژه‌های مذکور، شاهد اشتغال‌زایی حدود دو هزار نفر به صورت مستقیم و شش هزار نفر به صورت غیر مستقیم خواهیم بود که نویدبخش اشـــتغال مولد و کاهش بیکاری در این خطه

از کشـــور است و بدون شک سرمایه‌گذاری و ایجاد کارخانجات مذکور، موجب افزایش میزان سطوح درآمدی در این شرکت خواهد بود.

وی در ارتباط بـــا بهره‌گیری از نیروهای متخصص داخلی در اجرای طرح‌های توسعه‌ای، تاکید کرد: شرکت صنایع معدنی فولاد سنگان در کوران تحریم‌ها با اتکا به مهندسان و متخصصان داخلی و بدون حضور کارشناسان خارجی، عظیم‌ترین پروژه کنسانتره‌سازی در شرق کشور به ظرفیت پنج میلیون تن را مورد بهره‌برداری قرار داد، این افتخارآفرینی مهندسان جوان داخلی در چهارمین جشنواره ملی حاتم(حمایت از تولید ملی) با محوریت اجرای موفق پروژه‌های عظیم ملی با اســـتفاده از توان متخصصان داخلی عنوان برتر را به دست آورد و موفق به کسب تقدیرنامه ملی شد، این مهم فولاد سنگان را در ردیف کارخانجاتی قرار داده است کـــه با تولید و حمایت از تولید داخلی، افتخـــار آفرینی کرده و به حق می‌توان این شرکت را فرزند تحریم دانست که با اعتماد به جوانان ایرانی، توانستند پروژه عظیمی را به بهره‌برداری برسانند. بدون شک شرکت با پیروی از فرمایشات مقام معظم رهبری در عینیت‌بخشی به شعار سال یعنی «تولید، دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین» از هیچ تلاشی در این زمینه دریغ نخواهد کرد و به امید خدا در ساخت پروژه‌های توسعه‌ای، با تکیه بر توان داخلی اقدام می‌کند. امرایی در پایان ضمن تاکید بر مقوله آموزش، یادآور شد: شرکت فولاد ســـنگان در حوزه آموزش و جانشین‌پروی، با تشکیل هسته دانشـــی، سنگ بنای مدیریت اســـتعدادها در سازمان و جانشـــین‌پروری را بنا کرده اســـت و با توجه به سیستم نظام‌مند و سیاســـت‌های ابلاغی صورت گرفته از سوی فولاد مبارکه در خصوص جذب و آموزش نیروی انســـانی، این شرکت نیز مطابق با استانداردها و گردشکارهای موجود پس از برگزاری آزمون و همچنین آموزش‌های تئوری و عملی، مراحل جذب ، گزینش و به کارگیری از نیروی انسانی مورد نیاز را انجام خواهد داد.

مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب:

پروژه های تولیدی یا مرتبط با تولید نفت و گاز با اهمیت ویژه بررسی و به موقع به سرانجام برسد

اهواز – شـــبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب اهتمام بیشـــتر مدیران و روســـای شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان برای به هنگام کردن و به سرانجام رساندن پروژه های تولیدی یا مرتبط با تولید نفت و گاز را خواستار شد . مهندس علیرضا دانشی که در جلسه پیش بینی بهره دهی ۶ ماهه دوم ســـالجاری و ۵ ســـال آینده چاه ها و در جمع مدیران شـــرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدســـلیمان و به صورت ویدئو کنفرانس با مدیران و کارشناسان فنی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب ســـخن می گفت افزود : برنامه ریزی ها به گونه ای باشـــد که میادین غیرفعال در شرکت مسجدسلیمان مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفته و با تدوین یک اســـتراتژی و برنامه ریزی دقیق در جهت فعال ســـازی و بهره برداری از آنها حرکت نماییم . وی با اشـــاره به متفاوت بودن برخی برنامه ریزی ها ، خواستار جدیت بخشی به امور شد و اظهار داشت: بایستی با استفاده از واقعیت های میدانی ، در ادبیات رفتار کاری

تغییر ایجاد کرده و سرعت اجرای پروژه ها شتاب بیشتری پیدا کند تا از اتلاف منابع جلوگیری به عمل آید . مهندس دانشی با ذکر اینکه شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شـــرکت هـــای تابع آن یک بنگاه بزرگ اقتصادی هستند که نقش بزرگی در اقتصاد کشور ایفا می کنند گفت : ضرورت دارد برنامه ریزی ها و طراحی تأسیسات به صورت منسجم و یکپارچه با این نگاه و هدف در جهت رسیدن به بیشترین دستاورد سوق یابند. مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به نقش این شرکت در حوزه مسئولیت های اجتماعی و افزایش سطح رضایت مندی شهروندان و ذی نفعان اظهار داشت: اگر می خواهیم به عنوان یک صنعت پیشرو در منطقه اثرگذار باشیم، باید در بحث های زیرساختی به توسعه محیط های پیرامونی صنعت نفت توجه جدی تری داشـــته باشیم . وی با عنوان اینکه خواست و اراده ی مدیران صنعت نفت به عنوان بخشی از دولت خدمتگزار کسب رضایت مندی عمومی است اظهار داشت: نگاه و هدفمان توسعه ی زیرساخت های اجتماعی و اثربخشـــی عمقی خدمات اســـت، از این رو به دنبال آن هستیم با شناســـایی ظرفیت ها، آنها را به عنوان پروژه هایی برای ارایه خدمات مســـئولیت اجتماعی تعریف و تصویب نماییم تا رضایت حداکثری شهروندان حاصل گردد .

سرپرست اداره کل دامپزشکی استان مرکزی خبرداد:

هفت میلیون و ۶۰۰ هزار دام سبک و سنگین در استان مرکزی علیه انواع بیماری‌های دامی ایمن سازی شد

اراک – فرناز امیدی: سرپرست اداره کل دامپزشکی استان مرکزی گفت: هفت میلیون و ۶۰۰ هزار دام ســـبک و ســـنگین از چهاردهم مهرماه ســـال گذشته تاکنون علیه انواع بیماری‌های دامی و مشترک بین انسان و دام ایمن سازی شد. محمد فتاحی در نشست با خبرنگاران استان مرکزی به مناسبت گرامیداشت روز ملی دامپزشکی، افزود: در این مدت ۲۱۳ هزار راس دام علیه بیماری تب مالت و بیش از ۲۱ هزار و ۵۰۰ قلاده سگ علیه بیماری مشـــترک هاری ایمن سازی شدند. وی ادامـــه داد: در ایـــن بازه زمانی ۲ هزار و ۸۰۰ بازدید در راســـتای اجرای طرح مراقبت از بیماری های دامی از اماکن دامی و دامداری‌های اســـتان انجام و عملیات مبارزه با بیمـــاری های انگلی نیز بر روی ۲۷ هزار و ۵۰۰ راس دام انجام شد. سرپرست اداره کل دامپزشکی استان مرکزی خاطرنشـــان کرد: تست ســـل نیز در این مدت برای مبارزه با شیوع احتمالی این بیماری بر روی ۳۱ هزار و ۴۰۰ راس دام انجام شد. فتاحی یاد آور شد: ۳۵ میلیون جوجه‌ریزی در این مدت در واحدهای پرورش طیور انجام شد و ۲۶ میلیون بازدید نیز در راستای پیشگیری از انواع بیماری های طیور از جمله برونشیت، نیوکاسل و آنفلوآنزای فوق حاد پرندگان از واحدهای مرغداری استان مرکزی انجام شد. وی ادامه داد: ۲۳ هزار و ۳۹۸ نمونه‌برداری از چهاردهم مهرماه ســـال گذشـــته تاکنون از واحدهای مرغداری، تالاب ها و آبگیرهای استان مرکزی انجام

و موردی از بیماری آنفلوآنزای فوق حاد پرندگان در اســـتان مشاهده نشد. سرپرســـت اداره کل دامپزشکی استان مرکزی گفت: ۲۹۴ هزار راس دام در این مدت درکشتارگاه‌های استان کشتار و با کشتار این دام ها ۱۲ میلیون و ۹۶۴ هزار کیلوگرم گوشـــت تولید شده است. فتاحی افزود: در طول یک سال گذشته یک هزار و ۲۳ راس لاشه دام به دلیل بیماری در کشتارگاه‌های استان مرکزی ضبط و از چرخه مصرف خارج شده است. سرپرست اداره کل دامپزشکی استان مرکزی خاطرنشان کرد: ۳۴ میلیون و ۱۴۳ هزار قطعه طیور نیز در این مدت در کشتارهای استان کشتار و ۵۱ میلیون و ۷۵ هزار کیلوگرم گوشت مرغ تولید شد. فتاحی افزود: همچنین در یک ســـال گذشته۳۶۳ هزار و ۳۵۸ قطعه طیور به دلیل برخی بیماری ها ضبط و از چرخه خارج شده است. وی از افزایش ۱۰۰ درصدی صادرات فرآورده‌های خام دامی استان مرکزی در مدت یک سال گذشته خبرداد و خاطرنشان کرد: ۵۶۴ هزار قطعه ماهی زینتی، ۳۱۲ هزار عدد تخم مرغ خوراکی و ۵۶۸ هزار عدد تخم مرغ نطفه‌دار گوشـــتی در این مدت با نظارت این اداره کل به خارج از کشور صادر شد. سرپرست اداره کل دامپزشکی استان مرکزی اظهار داشت: ۱۳۰ هزار کیلوگرم مرغ منجمد، ۳ میلیون و ۸۰۰ هزار کیلوگرم خوراک و مکمل آبزیان، ۱۸ هزار و ۷۰۰ کیلوگرم عســـل و ۴۱۹ هزار کیلوگرم آلایش مرغ و ۲۹۸ هزار کیلوگرم پودر گوشـــت نیز در مدت یک سال گذشته با نظارت اداره کل دامپزشکی استان به خارج از کشور صادر شد. سرپرســـت اداره کل دامپزشکی استان مرکزی خاطرنشان کرد: بهره برداری از ســـامانه رصد و پایش واکسن‌های دام و طیور در اســـتان، افزایش ۵۱ درصدی پوشش واکسیناسیون دام‌های سبک و سنگین، رصد و پایش و کنترل آنفلوآنزای فوق حاد پرندگان در استان مرکزی، واکسیناسیون ۶ میلیون و ۲۰۰ هزار قطعه طیور علیه بیماری آنفلوآنزای فوق حاد پرندگان و تولید ۶۴ هزارتن گوشت سفید و قرمز از جمله مهمترین اقدامات شاخص اداره کل دامپزشکی استان مرکزی در مدت یک سال گذشته بوده است.

یکی از معضلات اصلی در مشهد، وجود نقاط حادثه‌خیز و گره‌های ترافیکی است

مشهد – ابراهیم بای : شـــهردار مشهد گفت: یکی از مسائلی که در مشهد وجود دارد، نقاط حادثه‌خیز و گره‌های ترافیکی است که همه آن‌ها احصا شـــده و برای آن برنامه مطالعاتی دقیقی آماده شده است.

ســـید عبدالله ارجائی در حاشیه مراســـم کلنگ‌زنی دوربرگردان غیرهمسطح شهید میرزایی اظهار کرد: یکی از مسائلی که در مشهد وجود دارد، نقاط حادثه‌خیز و گره‌های ترافیکی است که همه آن‌ها احصا شده و برای آن برنامه مطالعاتی دقیقی آماده شده است.

وی افزود: یکی از نقاط حادثه‌خیز دوربرگردان همسطحی است که مابین میدان امام حسین(ع) و میدان فجر قرار دارد و منجر به ایجاد ترافیک و حوادث جرحی و فوتی زیادی شـــده که امیدواریم با این پروژه ظرف مدت زمان معقولی به بهره‌برداری برسد.

شهردار مشهد بیان کرد: از جمله مزایای این پروژه کاهش زمان اتلاف وقت مردم، کاهش ترافیـــک و حوادث راهنمایی و رانندگی است.

ارجائی درخصوص اجرای دیگر پروژه‌های شـــهری تا پایان سال خاطرنشان کرد: از جمله این پروژه‌ها می‌توان به کلنگ‌زنی پل دهرود و تعریض رسالت اشاره کرد.

اخبار

دیدار معاون استاندار و فرمانده سپاه قم با شهردار و رئیس شورای شهر قم با موضوع کنگره ملی شهدای استان

قم – خبرنگار فرصت امروز: معاون سیاســـی و امنیتی اســـتانداری قم و فرمانده ســـپاه امام علی بن ابیطالب(ع) با رئیس شورای اسلامی شهر و شهردار قم دیدار و گفت‌وگو کردند. احمد حاجی‌زاده معاون سیاسی و امنیتی استانداری قم، سردار محمدرضا موحد فرمانده سپاه امام علی بن ابیطالب(ع) قم با حضور در شهرداری قم، با دکتر حسین اسلامی رئیس شورای اسلامی شهر قم و دکتر سیدمرتضی سقائیان نژاد شهردار قم دیدار و گفت‌وگو کردند. در قالب این دیدار معاون استاندار و فرمانده سپاه استان از برنامه‌های متنوع و گسترده شهرداری قم برای برگزاری سلسله برنامه‌های مرتبط با دومین کنگره ملی شهدای استان قدردانی و نسبت به برگزاری باشکوه این رویداد بزرگ ملی تأکید کردند. شهردار قم نیز در این دیدار با بیان اینکه مجموعه مدیریت شهری دغدغه ترویج فرهنگ ایثار و شهادت را دارد، بر همکاری بخش‌های مختلف مجموعه شهرداری با کنگره ملی شهدای استان تأکید کرد.

شهردار رشت خبر داد :

طی یک هفته کل اعتبارات پسماند جذب شد

رشت – خبرنگار فرصت امروز: ســـید امیر حسین علوی شهردار رشت گفت: هزار میلیارد ریال از اعتبارات تخصیصی سفر ریاست محترم جمهوری و وزیر کشور در بخش اعتبارات دولتی پسماند طی یک هفته جذب شد.

به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شـــهرداری رشت - صبح امروز یکشـــنبه ۱۰ مهر ماه ۱۴۰۱ سید امیر حسین علوی شهردار رشت آخرین اقدامات و رایزنیهای شهرداری برای جذب اعتبارات پروژه‌های مدیریت پسماند را تشریح کرد و اظهار داشت: هزار میلیارد ریال از اعتبارات تخصیصی سفر ریاست محترم جمهوری و وزیر کشور در بخش اعتبارات دولتی پسماند طی یک هفته جذب شد. شهردار رشت با تاکید بر اینکه اعتبارات پسماند با تدابیر استاندار محترم گیلان و برنامه‌ریزیهای مدیران شهرداری جذب شده است، تصریح کرد: شهرداری رشت برای جذب دیگر اعتبارات تمام تلاش خود را به کار می‌گیرد و در جهت احقاق حق مردم فهیم رشت و سراوان از هیچ کوششی مضایقه نخواهد کرد.

سید امیر حسین علوی اذعان کرد: تسریع در روند اجرای پروژه‌های پسماند در بخشهای اورهال شرکت کودآلی، احداث سوله‌های جدید، نصب تجهیزات، بهسازی لندفیل سراوان، احداث زباله سوز، راه‌اندازی تصفیه خانه شیرابه و امثالهم همزمان با افزایش رایزنیها جهت جذب دیگر اعتبارات این بخش به شکل ویژه در دستور کار شهرداری رشت قرار دارد و مدیریت شهری سعی دارد با سرعت بخشیدن به فعالیتها، روند ساماندهی معضل پسماند را به نحو مطلوبی پیش ببرد.

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر برتر استانی شد

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر از برتری روابط عمومی این شرکت بین دیگر دستگاه‌های اجرایی و ادارات اســـتان خبر داد و اظهار داشت: بر اساس ارزیابی‌ها و شاخص‌های مورد نظر در ۲۰ محور، روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر در بین تمام روابط عمومی ادارات، شرکت‌ها و دستگاه‌های اجرایی استان بوشهر برتر معرفی شده است. ابوالحسن عالی با قدردانی مدیر روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان و دیگر کارکنان به ویژه در حوزه تهیه و انتشـــار اخبار خاطر نشان کرد: روابط عمومی شـــرکت آب و فاضلاب استان بوشهر با کسب بالاترین امتیاز حائز رتبه نخست در بین دستگاه‌های اجرایی شد. وی محورهای یاد شده را مورد اشاره قرار دادو تصریح کرد: حضور مسئولان در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، برگزاری تورهای رسانه‌ای، برقراری ارتباط مدیر عامل و معاونین با مردم، حضور فعال در رسانه‌ها و تعامل بیشتر با اصحاب رسانه و نشست‌های خبری و انتشار خبر از جمله شاخص‌های ارزیابی عملکرد روابط عمومی است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر حضور فعال در فضای مجازی، برگزاری میز تعامل با دستگاه‌های همسو، میز پاسخگو با ارباب رجوع و مخاطب و بروزرسانی اخبار و مطالب سایت را از دیگر محورهای ارزیابی عملکرد یاد کرد. وی نقش و اهمیت روابط عمومی را مورد اشاره قرار داد و افزود: فعالان عرصه روابط عمومی پیش‌قراولان آگاهی بخشی جامعه هستند که نقش مهمی در تنویر افکار عمومی بر عهده دارند

محمود کشاورز:

گازرسانی به روستاهای زردلان گرمسیر و سردسیر در ۳ فاز در حال اجرا است

ایلام – هدی منصوری: مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام با اشاره به اینکه طرح گازرسانی به روستاهای زردلان گرمسیر و سردسیر در ۳ فاز اجرایی می‌شود، گفت: در این ۳ فاز تعداد ۳۱ روستای زردلان گرمسیر و سردسیر در دستور کار گازرسانی قرار گرفته است. محمود کشاورز در جلسه با فرماندار شهرستان هلیلان افزود: در فاز اول روستاهای بهاره‌دول، روبره، تورم، کله‌گه، سرچلوسگان علیا و سفلی، بیشی، پیازآباد، پیامن‌علیا و سفلی، سول‌آباد، بن‌جوب پیامن، سرویان، گولاب، بانقلا، چاله‌چاله، کپرگه، دم‌زرد، شهنیار و کشور گازدار می‌شوند که هم اکنون پیمانکار در حال اجرای کار بوده و کار گازرسانی به این روستاها هم‌اکنون ۴۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارد. وی اظهار داشت: پیمانکار گازرسانی به روستاهای زردلان سردسیر شامل پاتخت، شاهران، سیرکانه، گلدره، میدر علیا و سفلی، چنار آباد، باغ، چاله‌خشک در قالب فاز دوم انتخاب شده و هم اکنون در حال انجام کارهای قبل از اجرا و تجهیز کارگاه می باشد. مدیرعامل شرکت گاز استان تصریح کرد: در اواخر شهریور ماه سال جاری برای گازرسانی به ۲ روستای ورمله و داربید، پیمانکار انتخاب و در حال انعقاد قراردارد می‌باشد که در قالب فاز سوم عملیات اجرایی گازرسانی به روستاهای باقیمانده هلیلان انجام خواهد شد. کشاورز با بیان اینکه شهرستان هلیلان دارای یک شـــهر و ۶۳ روســـتا می باشد، گفت: از این تعداد یک شهر و ۳۲ روستا از نعمت گاز طبیعی برخوردار هستند و ۳۱ روستای دیگر در دست اجرا است. مدیرعامل شرکت گاز استان با اشاره به اینکه در حال حاضر ۱۰۰ درصد جمعیت شهری و ۸۱ درصد جمعیت روستایی این شهرستان از نعمت گاز برخوردار هستند، افزود: با گازرسانی به این تعداد روستا ضریب نفوذ گازرسانی در مناطق شهری و روستایی هلیلان ۱۰۰ درصد خواهد شد. کشاورز با بیان اینکه در صورت نداشتن معارضین محلی، تلاش می‌شود این ۳۱ روستای باقیمانده امسال و سال آینده گازدار شوند، اظهار داشت: تلاش می‌شود در کمترین زمان‌ممکن این تعداد روستا گازدار شوند تا گامی در راستای محرومیت زدایی منطقه برداشته شود. همچنین فرماندار شهرستان هلیلان از تلاش و پیگیری مسئولان شرکت گاز استان در عملیات گازرسانی به روستاهای محروم زردلان گرمسیر و سردسیر قدردانی کرد. کورش عیوضی با بیان اینکه انتظار می‌رود که پیمانکاران همزمان در چند اکیپ کار گازرسانی را انجام دهند، افزود: پروژه گازرسانی به مناطق مختلف زردلان باید تحت نظارت کارشناسان مربوط و طبق برنامه زمانبندی تعریف شده به اتمام برسد تا شاهد رضایتمندی آحاد مختلف مردم باشیم. وی اظهار داشت: فرمانداری شهرستان و بخشداری جزمان برای رفع مشکلات معارضین محلی آمادگی کامل دارد و در این زمینه جای هیچگونه نگرانی نیست. فرماندار هلیلان از تلاش مجموعه شرکت گاز استان برای گازرسانی به مناطق شهری و روستایی این شهرستان قدردانی کرد و اظهار داشت: خدمات شرکت گاز استان در اقصی‌نقاط این شهرستان برای جامعه هدف قابل لمس است.

مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان:

حجم گاز دریافتی استان در ۶ ماهه سال جاری افزون بر یک میلیارد و ۷۱۶ میلیون‌مترمکعب

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: علی طالبی مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان بابیان خبر فوق از دریافت بیش از یک میلیارد و ۷۱۶ میلیون مترمکعب گاز در فاصله زمانی ابتدای فروردین تا پایان شهریورماه سال ۱۴۰۱ در استان گلستان خبر داد.وی افزود: این میزان مربوط به بخش‌های مختلف گازرسانی اعم از بخش خانگی، تجاری، صنعتی، نیروگاه، کارخانه سیمان و جایگاه‌های سوخت CNG می‌باشد که در ۶ ماهه سال دریافت و به مصرف رسیده است. طالبی تصریح کرد: در همین راستا در مدت‌زمان اشاره‌شده حجم گاز دریافتی در بخش‌های خانگی، تجاری و صنعتی (دیافراگمی)، بیش از ۷۰۱ میلیون و ۵۳۷ هزار مترمکعب و بخش‌های نیروگاه، کارخانه سیمان و جایگاه‌های CNG استان نیز نزدیک به یک میلیارد ۱۵ میلیون مترمکعب بوده است. وی افزود: در مدت مشابه سال گذشته حجم دریافتی گاز استان گلستان در کلیه بخش‌های مصرف، افزون بر یک میلیارد و ۶۳۱ میلیون مترمکعب بوده است که از این میزان سهم بخش خانگی، تجاری و صنعتی (دیافراگمی) افزون بر ۵۵۰ میلیون مترمکعب می‌باشد.مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان افزود: سیاست دولت کاهش مصرف سوخت‌های مایع و جایگزین کردن گاز طبیعی بجای این سوخت‌ها می‌باشد که خوشبختانه این امر به‌صورت مطلوبی محقق شده و در حال حاضر با تلاش صورت گرفته در سطح استان توانستیم تمامی ۳۵ شهر استان، ۹۲۷ روستا، نزدیک به ۱۰۸۲ واحد صنعتی عمده و همچنین ۶۵ جایگاه CNG را گازرسانی نمائیم.

حضور بانوان گاز گلستان در همایش نقش بانوان در دفاع مقدس و جنگ نرم امروز

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: با هماهنگی حوزه مقاومت شهید بهشتی بسیج ادارات کل سپاه استان گلستان ، همایش نقش بانوان در دفاع مقدس و جنگ نرم امروز در محل سالن اجتماعات شرکت گاز برگزار گردید. دراین همایش که با حضور مسئول امور بانوان حوزه مقاومت بسیج شهید بهشتی ادارات کل سپاه استان و تعدادی از بانوان بسیجی ادارات کل و شرکت گاز برگزار شد ،دکتر حسینی جبلی مدرس و مشاور درحوزه و دانشگاه به عنوان سخنران همایش ، درخصوص اهمیت نقش بی بدیل و قابل تحسین بانوان در دوران ۸ سال دفاع مقدس ، هوشیاری اقشار مختلف جامعه بویژه بانوان در زمینه جنگ نرم امروز و مقابله با ترفندها و برنامه های مختلف دشمن در این حوزه و موارد مرتبط دیگر مطالبی ارائه نمود.

چطور خودمان را یک رهبر تجاری حرفه‌ای نشان دهیم؟

وقتی شما همیشه از قاب تلویزیون یا محتوای پروموت شده با مخاطب‌تان حرف می‌زنید، تصویر باورپذیری از خودتـــان به آنها ارائه نخواهید کرد. این یعنی خیلی زود حوصله مردم ســـر رفته و دیگر حرف‌تان خریدار نخواهد داشت. قبول دارم خط کشیدن دور محتوای پروموت شده یا حتی تبلیغات کار راحتی نیست. هرچه باشد کارآفرینان این روزها کلی ابزار بازاریابی و تبلیغاتی دم دست‌شان است. بنابراین منع کردن شما از چنین ابزارهایی دقیقا مثل این است که به یک سرمربی فوتبال بگوییم همین حالا بهترین تاکتیک تیمش را عوض کند. چنین کاری زمان و انرژی بی‌نهایت زیادی لازم دارد. البته ما در روزنامه فرصت امروز هیچ وقت توانایی کارآفرینان را دست کم نمی‌گیریم. به زبان خودمانی، فقط کافی است شما کارتان برای صرف نظر از محتوای پروموت شده را شروع کنید؛ آن وقت به مرور زمان بارقه‌های موفقیت از دوردست نمایان می‌شود.

انتشار محتوای طولانی: کارآفرینان حرفه‌ای بلاگر نیستند

این روزها اینفلوئنسرها و بلاگرهای بی‌نهایت زیادی در سراسر دنیا مشغول فعالیت هستند. اتفاقا کار بعضی از آنها حســـابی گرفته و هر پست‌شـــان میلیون‌ها بازدید دارند. بی‌شک این دسته از افراد کارآفرینان موفقی هستند، اما آیا کسی آنها را رهبر تجاری حساب می‌کند؟ بی‌شک هر پاسخی به غیر از یک «نه» قرص و محکم کاملا شک‌برانگیز خواهد بود؛ چراکه اینفلوئنسرها هیچ وقت اعتبار و حتی دانش موردنیاز برای تبدیل شدن به رهبران تجاری را ندارند؛ به همین سادگی!

فرمول ما در این بخش انتشار محتوای طولانی‌تر در مقایسه با بلاگرهاست. البته منظور ما پست اینستاگرامی یا توییت‌های بی‌پایان نیست، بلکه کاملا یک فرمت متفاوت را مد نظر داریم. اجازه دهید بازهم سراغ دنیای شیرین مثال‌ها برویم. فرض کنید همین امروز کتاب به قلم استیو جابز به شما معرفی می‌کنند. بی‌شک اسم چنین کارآفرینی هم برای خرید کتاب کفایت می‌کند. هرچه باشد اینجا حرف از کارآفرینی است که سال‌های سال به عنوان رهبر تجاری در بازار مورد قبول عام و خاص بوده است. حالا اگر همین کتاب با اسم من یا شما روانه بازار شود، آیا نتیجه کار یکسان خواهد بود؟

بی‌شـــک جواب سوال بالا منفی اســـت، اما قرار نیست همیشه اوضاع اینطوری باقی بماند. حتی بزرگترین کارآفرینان دنیا هم کارشان را از یکجایی شروع کرده‌اند. خب اگر کسی را سراغ دارید که از همان بچگی یک پا رهبر تجاری بوده، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

اگر شما دوست دارید مثل یک رهبر تجاری واقعی به نظر برسید، باید دقیقا مثل یک چنین رهبری عمل کنید. اینکه شـــما به طور مداوم مثل بلاگرها در شـــبکه‌های اجتماعی محتوا تولید کنید، دست آخر از شما شخصیتی سطحی و دم دستی می‌سازد. در عوض انتشار کتاب‌های الکترونیکی یا مصاحبه‌های تخصصی با مطبوعات حوزه کســـب و کار اعتبار شـــما را افزایش خواهد داد. اشـــتباه نکنید، منظور ما در این بخش کنار گذاشتن کامل شبکه‌های اجتماعی نیست. دوست داشته باشید یا نه، این روزها مردم بیشتر از اینکه یکدیگر را در کوچه و خیابان ببینند، در شبکه‌های اجتماعی با هم ارتباط دارند. همه حرف ما توجه به سایر روش‌های تولید محتوا که اتفاقا شما را شبیه رهبران تجاری واقعی می‌کند، است.

انتشار پادکست خودتان: هر رهبر تجاری یک پادکست!

مســـیر بین خانه تا سرکار برای بعضی‌ها خسته‌کننده‌ترین اوقات روزشان را شکل می‌دهد. بی‌شک انتظار طولانی در اتوبوس یا مترو برای هیچ‌کس جذابیتی ندارد. اگر آدم‌ها یک قدرت جادویی داشتند، احتمالا اولین کاری که می‌کردند حذف همین فاصله اعصاب خُردکن بود. متاســـفانه چنین آرزویی فقط در خواب و رویا محقق می‌شود. بنابراین تنها کاری که از دست ما برمی‌آید، استفاده بهینه از این زمان مرده است. وقتی هم صحبت از زمان مرده باشد، هیچ سرگرمی جای پادکست را نخواهد گرفت. خب مگر گوش دادن به یک فایل صوتی ۳۰-۲۰ دقیقه‌ای چقدر از آدم انرژی می‌گیرد؟

فرقی ندارد شـــما به چه حوزه‌ای علاقه دارید، در هر صورت کلی پادکســـت در چهار گوشه دنیا مخصوص شما وجود دارد. کافی است سری به گوگل پادکست، اسپاتیفای یا هزاران پلتفرم محلی دیگر بزنید. آن وقت ساعت‌ها مشغول گوش دادن به پادکست‌های گوناگون می‌شوید، آن هم بدون اینکه متوجه گذر زمان باشید!

ایده ما در این بخش کاملا ســـاده و کاربردی اســـت. وقتی کلی آدم در دنیا پادکست خودشان را دارند و از این راه درآمدزایی هم می‌کنند، چرا رهبران تجاری دست روی دست بگذارند؟ هرچه باشد شما کلی تجربه و دانش کاربردی دارید که به درد دیگران می‌خورد. پس همین امروز یک میکروفون و هدفون خوب تهیه کنید تا پادکست‌تان به ماه نرسیده در پلتفرم‌های مختلف در دسترس باشد.

وقتی یک رهبر تجاری پادکست مخصوص خودش را دارد، اولین قدم‌ها برای نمایش اعتبارش را برداشته اســـت. هرچه باشـــد یک آدم عادی هیچ وقت فکر ایجاد پادکســـت تخصصی در حوزه کسب و کار به سرش نمی‌زند. به علاوه، اگر شـــما اطلاعات خوبی به مخاطب بدهید، خیلی زود پادکســـت‌تان حتی بدون یک دلار بازاریابی تبدیل وارد لیست برنامه‌های محبوب اسپاتیفای خواهد شد؛ همینقدر جذاب و هیجان‌انگیز.

تعیین حوزه‌های تخصص: رهبران تجاری آچار فرانسه نیستند!

گاهی اوقات آدم در شبکه‌های اجتماعی یا زندگی روزمره افرادی را می‌بیند که اصرار دارند رهبران تجاری بی‌نظیری هســـتند. شـــاید فکر کنید این افراد خوشی زیر دل‌شان زده، اما ماجرا به همین جا ختم نمی‌شود. خیلی از این به اصطلاح رهبران تجاری درباره هر مسئله‌ای اظهار فضل می‌کنند. انگار که باید درباره عالم و آدم نظر دهند و تازه اصرار دارند نظرشان کاملا درست است. راستش را بخواهید ما در روزنامه فرصت امروز اصـــلا به چنیـــن رهبران تجاری اعتقاد نداریم؛ چراکه رهبران تجـــاری هم مثل همه مردم دنیا تخصص‌های مشـــخصی دارند. اگر شـــما هم فکر می‌کنید باید درباره همه موضوعات نظر کارشناسی بدهید، احتمالا کل مسیر رهبری تجاری را اشتباه آمده‌اید.

شما به عنوان یک رهبر تجاری باید همیشه حوزه‌های تخصص‌تان را مشخص کنید. مثلا اگر در لینکدین عوضیت دارید، بخش بیوگرافی فقط برای شـــوخی و ســـرگرمی نیســـت. در عوض باید یک شرح حال کوتاه از خودتـــان به همراه بیان حوزه‌هـــای تخصص‌تان به مخاطب بدهید. اینطوری مردم می‌دانند شـــما در چه حوزه‌هایی سابقه اجرایی و صدالبته دانش تخصصی دارید.

یادتان باشد گاهی اوقات کاربران در شبکه‌های اجتماعی سوالات تخصصی از شما می‌پرسند که در حوزه کاری‌تان نمی‌گنجد. اگر از ما می‌شـــنوید، اصلا ســـراغ جواب دادن به این سوالات نروید؛ چراکه همه اعتبار و آبروی چند ساله‌تان را یک شبه به باد خواهید داد. در عوض می‌توانید آنها را به کسانی که دانش تخصصی این حوزه را دارند، معرفی کنید. شاید فکر کنید این اقدام کلیدی کلاس کارتان را پایین می‌آورد، اما اصلا اینطوری نیســـت. مردم در بازار همیشـــه دنبال کسانی هستند که روراست باشند. اگر شما به عنوان یک رهبر تجاری گاهی اوقات مخاطب‌تان را به کارشناس‌های دیگر معرفی کنید، رفتار حرفه‌ای را به حداکثرش رسانده‌اید. پس دفعه بعد که با سوالی خارج از چارچوب تخصص‌تان رو به رو شدید، بدون تعارف این واقعیت را با مخاطب‌تان در میان بگذارید. نتیجه چنین صداقتی محبوبیت بیشترتان در بازار خواهد بود؛ همین و بس!

منابع:
ways-to-establish-yourself-as-۶/۲۲۱۷۰/bid/۶۳۰۷/https://blog.hubspot.com/blog/tabid
an-industry-thought-leader.aspx
steps-for-becoming-an-authentic-thought-leader-۶/https://blog.influenceandco.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
یکشنبه | ۱۷ مهر ۱۴۰۱ | شماره ۲۱۰۲ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

وقتی همه‌چیز طبق برنامه پیش نمی‌رود!

اشتباهات کار تیمی در دنیای کسب و کار

نویسنده: علی آل‌علی

کار تیمی یکی از محبوب‌ترین استراتژی‌های دنیاست. البته تا زمانی که پای اشتباهات ریز و درشت به آن باز نشده باشد. خیلی از کارآفرینان برای فـــرار از تحویل دیرهنگام پروژه‌ها یا حتی چالش‌های مدیریتی به این اســـتراتژی به چشم راه نجات نگاه می‌کنند. بی‌شک همکاری با دیگران هر مشکلی که در نگاه اول شبیه هفت‌خوان رستم است را در یک چشم به هم زدن از بین می‌برد؛ انگار که از اول همه چنین مشکلی وجود نداشته اســـت. با این حال باید حواس‌مان باشد وسط راه از مســـیرمان منحرف نشویم. وگرنه نه تنها خبری از رفع مشکلات نخواهد بود، بلکه چالش‌های تازه‌ای هم به کارمان اضافه خواهد شد.

ما در روزنامه فرصت امروز قبلا درباره کار تیمی حســـابی با شما گپ زده‌ایم. امروز قصد داریم شما را یک سر و گردن حرفه‌ای‌تر کنیم. همانطور که یک تیم فوتبال ممکن اســـت با اجرای اشـــتباه یک تاکتیک با ســـر زمین بخورد، شما هم اگر شـــش دانگ حواس‌تان جمع نباشـــد خیلی زود نه تنها کار تیمی‌تان، بلکه کل تیم شـــرکت از هم می‌پاشد. اگر شما هم دوســـت دارید در دنیای کسب و کار بی‌عیب باشید، این مقاله مخصوص شماست؛ چراکه در ادامه بعضی از مهمترین اشتباهات در کار تیمی را زیر ذره بین خواهیم برد.

تعیین اهداف بیش از حد انتزاعی: رویاپردازی اضافی ممنوع!

اســـتیو جابز یکی از رهبران تجاری بود که همیشه دوست داشت دنیا را تغییر دهد. دست آخر هم با سری گوشی‌های آیفون و دیگر محصولات جانبی این کار را کرد. اگر خاطرات دوســـتان یا همـــکاران او را خوانده باشـــید، همیشـــه روی ســـخنرانی‌های جـــذاب و صدالبته رویایـــی‌اش تاکید دارند. چنین ســـخنرانی‌هایی با ترکیب اهـــداف بلندپروازانه کار در شـــرکت اپل را بدل به یک رویای دور و دراز کرد. از آن زمان تا به حـــال خیلی از کارآفرینان دنبال تقلید از اســـتیو جابز بوده‌اند. البته در این بین یک اشـــتباه مهم در کمین اســـت. اگر شـــما نتوانید اهداف رویایی را خوب برای اعضای تیم جا بیندازید، عملا همراهی هیچ‌کدام از آنها را کســـب نخواهید کرد. اینطوری باید به تنهایی بار همه را به دوش کشیده و در حسرت کار تیمی باشید.

اهدافـــی مثل تغییر دنیا، انقلاب در زندگی روزمره یا حتی شکســـت دادن بزرگترین برندهای دنیا در اولین نگاه خیلی جذاب به نظر می‌رســـد، اما وقتی پای اجرای آنها وسط باشد دیگر هیچ چیز به زیبایی قبل نیست. شما به عنوان مدیر یک برند نقشی شبیه کارگردان‌های حرفه‌ای دارید. همانطور که یک کارگردان باید صفر تا صد مسیر تهیه فیلم را برای همه اعضا روشـــن کند، شما هم باید تک تک نقاط ابهام را از بین ببریـــد. فکر می‌کنم درک این نکتـــه که ابهام‌زدایی از هدفی مثل تغییر دنیا بی‌نهایت دشوار است، کار سختی نباشد؛ مگر نه؟

نقشه راه شما در این بخش مثل روز روشن است. شما باید قبل از اینکه اهداف انتزاعی و بیش از حد رویایی جلوی پای اعضـــای تیم قرار دهید، کمی هم به فکر اجرای آنها باشـــید. اینطـــوری از روی ابرها پایین آمـــده و در دنیای واقعی قدم برخواهید داشـــت. باور کنید یا نه، کارآفرینان موفق همیشه دنبال کارهای عجیب نیستند. گاهی اوقات رفع یک مشکل ساده در زندگی روزمره تبدیل به ایده‌ای چند میلیون دلاری می‌شـــود. پس کمی هم در کنار رویاپـــردازی به فکر زندگی واقعی باشید. قول می‌دهم نتیجه کارتان بی‌نظیر از آب درآید.

معمای وظایف: وقتی هیچ‌کس نمی‌داند چه کاری باید انجام دهد

خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند همین که اســـتعدادهای برتر در دنیای کسب و کار را در شرکت‌شان جمع کنند، دیگر کار تیمی به طور خودکار انجام می‌شـــود. انگار که کارمندان حرفه‌ای مثل ربات‌های خودکار با هم هماهنگ شده و بدون نیاز به لایه مدیریتی کارشـــان را انجام می‌دهند. قبول دارم نیروی کار حرفه‌ای همیشـــه مثل ساعت دقیق کار می‌کند، اما این اصلا به معنای خداحافظی با مسئولیت‌های مدیریتی نیســـت. خب اگر اینطوری بود دیگر برندهای بزرگ زحمت استخدام و پرداخت حقوق مدیران را به خودشان نمی‌دادند. پس اگر فکر می‌کنید داشـــتن نیروی کار ماهر آخر داستان است، باید از شما بخواهیم پای‌تان را روی ترمز فشار دهید.

مـــا در روزنامـــه فرصت امروز معتقدیم داشـــتن کارمندان درجه یک فقط نیمی از مسیر برندتان را روشن می‌کند. ۵۰ درصد بعدی به تعیین دقیق نقش و وظایف هر عضو بستگی دارد. وگرنه اوضاع برندتان شبیه تیم رویایی بسکتبال آمریکا در المپیـــک ۲۰۰۴ خواهد شـــد. اگـــر از طرفدارهای ورزش بسکتبال باشـــید، خیلی خوب می‌دانید لیگ NBA با کلی بازیکن درجه یک همیشه نگاه‌ها را به خودش جلب می‌کند. در این بین تیم آمریکا در مســـابقات جهانی برای هر ســـت سه چهار تا بازیکن درجه دارد. با این حال وقتی در المپیک ۲۰۰۴ این تیم رویایی وارد مسابقات شد، در همان بازی اول به پورتو ریکو باخت. این باخت عجیب در نهایت با سوم شدن تیم در مسابقات همراه بود. نتیجه‌ای که حتی تا به امروز هم برای خیلی‌ها باورکردنی نیست. وقتی بعدها درباره دلیل آن شکســـت‌های عجیب از بازیکنان و حتی سرمربی تیم سوال شد، همه نامشخص بودن نقش و وظایف هر بازیکن را فریاد می‌زدند. به طور مشـــابه اگر در تیم کاری شـــما هم نقش و وظایف هر کارمند مشـــخص نباشد، دیر یا زود به سرنوشتی شبیه تیم رویایی مورد بحث دچار خواهید شد.

مدیران ارشـــد در هر شرکتی باید قبل از اینکه حتی پای کارمندان جدید به دفتر باز شود، نقشه وظایف را طراحی کرده باشند. اینطوری دیگر خبری از به هم ریختن وضعیت تیم‌تان یا سردرگمی اعضا نخواهد بود؛ به همین راحتی. یادتان باشد شما در تعیین نقش هر کارمند باید توانایی‌های او را هم مد نظر داشته باشید. وگرنه برنامه‌تان هرگز رنگ واقعیت را هم نخواهد دید. به هر حال هر کارمندی توانایی‌های مشـــخصی دارد. اگر فکر کرده‌اید یک شـــبه می‌توانید کسی که تا حالا یک کلمه هم درباره بازاریابی به گوشـــش نخورده تبدیل به یک مارکتر کنید، سخت دراشتباهید.

تعیین قوانین دست و پا گیر: یک کار تیمی فاجعه‌بار

انسان‌ها ماشین قانون‌سازی هستند. همانطور که در جامعه کلی قانـــون برای رعایت کردن به چشـــم می‌خـــورد، اغلب مدیران هم به محض اینکه کارشان را شروع می‌کنند شروع به تنظیـــم قوانین گوناگون می‌کنند. قبـــول دارم قانون‌های دقیق به کارمندان برای عملکرد مناســـب کمک می‌کند، اما قرار نیست دیگر شورش را دربیاوریم. خیلی وقت‌ها کارمندان عملا با قوانین بی‌نهایت دســـت و پا گیری رو به رو هســـتند که حتی اجازه نفس کشیدن هم به آنها نمی‌دهد. در چنین شرایطی نه تنها امیدی برای کار تیمی نیست، بلکه باید دور فعالیت معمولی کارمندان را هم خط کشید.

اجازه دهید قبل از اینکه مقاله‌مان خیلی انتزاعی و اعصاب خُردکن شود، از یک مثال دم دستی استفاده کنیم. مدیرعامل برند اســـتارباکس، آقای هوارد شـــولتز، از همان ابتدا اهمیت تعیین قوانین درســـت و در عین حال ساده برای شرکتش را متوجه شد. درست به همین خاطر در استارباکس، برخلاف خیلی از کافه‌های دیگر، خبری از قانون‌های عجیب نیســـت. همین که کارمندان سر وقت در محل کار حاضر شده و رفتار خوبی با مشتریان داشته باشند، کافی خواهد بود. یادتان باشد خیلی از کارآفرینان الکی تیم‌شان را به حاشیه می‌برند. شما قرار نیست صفر تا صد مسیر کارآفرینی را برای کارمندان‌تان مشـــخص کنید. راســـتش را بخواهید، کســـی هم در دنیای کسب و کار چنین انتظاری از شما ندارد. پس به جای اینکه الکی خودتان را خســـته کنید، کمی به کارمندان‌تان آزادی عمل دهید.

بی‌شک کارآفرینانی که همیشه به تعیین صفر تا صد مسیر فعالیت کارمندان عادت دارند، آزادی عمل را به مثابه عاملی مخرب بـــرای کار تیمی قلمداد می‌کنند. البته ما در روزنامه فرصـــت امروز اصلا ایـــن طوری ماجرا را نـــگاه نمی‌کنیم. از آنجایی که تمام کارمندان دارای مهارت‌های خاص خودشان هستند، گاهی اوقات ایده‌های بسیار بهتری برای اجرای کارها دارنـــد. در این صورت اگر آزادی عمل به آنها ندهید، شـــاید حتی به فکر طرح ایده‌شـــان هم نیفتند. اینطوری نهایتا شما می‌مانیـــد و کلی کارهای روی هم تلنبار شـــده که هیچ‌کس حاضر به رسیدگی به آنها نیست.

این روزها مدیران بیشـــتر از اینکه خط مشی کارمندان را به طـــور کاملا دقیق طراحی کنند، بایـــد نظارت کافی روی عملکردشـــان داشته باشند. به زبان خودمانی، شما باید مثل یک ناظر کیفی فقط مراقب کیفیت کار اعضای تیم باشـــید. اینطـــوری هم آنها فرصت خوبی بـــرای آزادی عمل خواهند داشت، هم شما خیلی خودتان را درگیر ریزکاری‌ها نمی‌کنید.

اگر تا حالا با عینک منتقدان حرفه‌ای به قوانین شرکت‌تان نگاه نکرده‌اید، الان دیگر وقت عمل فرا رســـیده است. نوبتی هم باشـــد این شما هســـتید که باید قوانین‌تان را زیر سوال ببرید. وگرنه خیلی زود شرایط کاری برندتان برای همه مردم خســـته‌کننده خواهد شـــد. آن وقت دیگر حتی یک نفر هم ســـراغ برندتان را نخواهد گرفت. باور کنید یا نه، وقتی دست به کار شـــوید خیلی از قوانین شـــرکت‌تان حتی باعث خنده شما خواهد شد؛ چراکه به مرور زمان خیلی از قوانین مربوط به دنیای کســـب و کار از مد افتاده یا بی‌فایده می‌شوند. پس هرچنـــد وقت یک بار در نقش منتقـــدی بی‌رحم فرو رفته و قوانین شرکت را از زیر تیغ بگذرانید.

ناتوانی در اقناع اعضای تیم: وقتی تغییر شکست می‌خورد!

هر تغییری در تیم‌های بزرگ نیازمند اقناع دقیق اعضاست. شما نمی‌توانید همین طور سرخود یکسری تغییرات را اعمال کرده و انتظار پیروی بی‌چون و چرا از دیگران داشـــته باشید. حتی کارمندان هم در بسیاری از مواقع تن به چنین تغییرات ناگهانی نمی‌دهند. با این حساب شما باید برنامه‌تان را به طور کامل عوض کنید. وگرنه خیلی زود کارمندان شـــما را کنار گذاشته و دیگر به حرف‌های‌تان توجه نشان نخواهند داد.

یکی از نمونه‌های کلاســـیک مربوط به دردسرهای ناتوانی در اقناع اعضای تیم مربوط به لوید براون، مدیر اجرایی شبکه ABC، است. لوید برای ســـال‌ها نماد نوآوری در شبکه‌های تلویزیونی بود. ایده‌های او معمولا همیشه خریدارهای بی‌چون و چرا داشت. یک روز لوید تصمیم گرفت بودجه خیره‌کننده ۱۲ میلیون دلاری برای ایجاد تغییرات ســـاختاری در شبکه در نظر بگیرید. معمولا برای تعیین چنین بودجه‌های گزافی مدیران اجرایـــی باید با همه لایه‌هـــای مدیریتی و صدالبته سرمایه‌گذارها هماهنگ باشند. با این حال لوید بعد از سال‌ها موفقیت دیگر حوصله این کارها را نداشـــت. به همین خاطر یک راست سراغ اجرای تغییرات رفت!

همانطور که می‌شـــود حدس زد، ریسک لوید اصلا جواب نداد؛ چراکه نه کارمندان شـــرکت آمادگـــی این تغییرات را داشتند و نه حتی روح بقیه مدیران از این استراتژی تازه خبر داشت. همین اشتباه در بی‌توجهی به اعضای تیم موجب شد لویـــد دیگر رنگ کارهای حرفـــه‌ای را نبیند. از آنجایی که ما اصلا دوست نداریم شما سرنوشتی شبیه لوید داشته باشید، توصیه‌مان کاملا روشن است: هیچ وقت خودسر عمل نکنید؛ مخصوصا در مورد پروژه‌های بزرگ.

هماهنگی با دیگران همیشه بازخوردهای خوبی تحویل‌تان می‌دهد. اینطـــوری حداقل می‌توانید ماجـــرا را از زاویه‌های مختلف بررسی کنید. بعد هم سر فرصت کارتان را پیش برده و اوضاع برای‌تان بی‌نهایت جذاب خواهد شد. خب وقتی صفر تا صد کار با دیگران در میان گذاشته شده باشد و همه را قانع کرده باشید، مگر دلیلی برای شکست باقی می‌ماند؟

فقدان کانال‌های ارتباطی: کار تیمی یعنی ارتباطات نزدیک

اگرچـــه ارتباطات نزدیک گزینـــه‌ای واضح برای کار تیمی موفق به نظر می‌رسد، اما در عمل خیلی از برندها بدان توجه ندارند. انگار که کارمندان باید اتوماتیک با هم ارتباط نزدیک داشـــته باشند و به طور معجزه‌آسایی فکر مدیران را بخوانند. شاید این سناریو در یک فیلم علمی- تخیلی جواب دهد، اما در واقعیت فقط برندتان را به دردسر خواهد انداخت. بنابراین باید آستین‌ها را بالا زده و فکری به حال کانال‌های ارتباطی درون شرکتی کنید.

خیلـــی از مدیران همـــان روز اول اســـتخدام یک یا چند نیـــروی کار جدید آنها را به اعضای قدیمی‌تر معرفی کرده و با دورهمی‌های آخر هفته اعضای شـــرکت سعی در مدیریت روابـــط دارند. به علاوه، ایجاد پُل‌های ارتباطی گوناگون برای دسترســـی بهتر کارمندان به تیم مدیریتـــی هم باید جلوی چشم‌مان باشد. خیلی وقت‌ها کارمندان به خاطر بی‌اطلاعی از نظـــر مدیران خودســـرانه عمل می‌کنند. شـــاید در چنین شرایطی نتیجه کار عالی از آب دربیاید، اما نارضایتی شما به این راحتی‌ها حل شدنی نیست.

خوشبختانه این روزها دیگر لازم نیست همه تلفن به دست با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. در عوض توســـعه شـــبکه‌های اجتماعی و انواع پلتفرم‌های مدیریت یکپارچه کســـب و کار به داد کارآفرینان رســـیده است. کافی است شما همیشه به طور آنلاین در دسترس باشید تا کارمندان به محض مواجهه با یک مســـئله مهم نظرتان را جویا شـــوند. در مورد تیم‌های دورکار ایـــن ایده می‌تواند جذاب‌تر هم باشـــد. از آنجایی که هماهنگی بین کارمندان دورکار خیلی سخت است، یک اپ پیامرســـان می‌تواند همه کارها را ساده کند. اینطوری دیگر لازم نیست ۲۴ ساعته نگران وضعیت تیم‌تان باشید. در عوض فقـــط با چنـــد تا کلیک همه چیز به خوبی و خوشـــی پیش خواهد رفت.

اشـــتباه تاریخی خیلی از کارآفرینان بی‌توجهی به ارتباط مناسب کارمندان یک تیم با هم است. اگر شما تیم‌های کاری را به حال خودشـــان رها کنید، بعید است نتیجه دلخواه‌تان حاصل شود. پس اگر سرنوشت برندتان را مهم می‌دانید، باید در مواقع ضروری فقـــدان ارتباطات را با راه حل‌های کلیدی از بین ببرید. اینطوری هم مدیر بهتری خواهید بود، هم کار تیمی برند لنگ نمی‌ماند.

منابع:
biggest-۵/https://chiefexecutive.net
/teamwork-mistakes-solve
https://deviniti.com/blog/leadership-
mistakes-in-team-۶/teamwork
/management-and-how-to-avoid-them