

Tue.24 Jun 2025

۲۸ ذوالحجه ۱۴۴۶ - سال نهم

شماره ۲۷۲۲

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

سرمقاله

جنگ و رسانه

ایمان ولی‌پور

پژوهشگر اجتماعی

دومین هفته جنگ اسرائیل علیه ایران، با پیوستن واشنگتن به این کارزار جنگی ادامه یافت. آمریکا در بمباراد یکشنبه، اول تیرماه به سه سایت هسته‌ای ایران حمله کرد و بمبافکن‌های B-۲ نیروی هوایی ایالات متحده با ۱۲ بمب سنگرشکن، سایت فردو را مورد هدف قرار دادند. همزمان موشک‌های کروز از زیردریایی‌های آمریکا به سمت دو سایت نظنن و اصفهان شلیک شد. «دونالد ترامپ» ساعاتی بعد در سخنرانی خود در کاخ سفید، این‌حمله را «یک موفقیت نظامی چشمگیر» خواند و مدعی شد که سایت‌های هسته‌ای ایران «به طور کامل نابود شده‌اند.» از آنجا که تاسیاست فردو در زیر کوه قرار گرفته است، نمیتوان حدس زد که این حملات چقدر کارگر بوده‌اند و تا چه اندازه خسارت وارد کرده‌اند. هرچند بخش زیادی از این اظهارنظر نمایشی رئیس‌جمهور آمریکا را همچون موارد گذشته می‌توان به پای شخصیت خودشیفته او گذاشت.

با وجود آنکه تهران بیشتر تهدید کرده بود که در صورت ورود واشنگتن به جنگ، پایگاه‌های آمریکا در منطقه را هدف خواهد گرفت و تنگه هرمز که یک‌چهارم نفت جهان (و همینطور ۲۰ درصد گاز طبیعی جهان)...

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



قیمت دلار در چهارراه استانبول چند؟

عبور بازار ارز از تلاطم جنگ

جنگ و رسانه

واکنش رسانه‌های بین‌المللی به حمله اسرائیل به ایران

چگونه مرجعیت رسانه‌ای‌مان را پس بگیریم؟

کرده است، جنایتکار است.» همانطور که اساتید روزنامه‌نگاری و ارتباطات می‌گویند، برای بازگرداندن مرجع رسانه‌ای به داخل ایران، لازم است که سیاست فیلترینگ را کنار بگذاریم، فضای رسانه‌ای کشور را باز کنیم و امکان طرح صداهای مختلف و مستقل در رسانه‌ها را فراهم نماییم. متأسفانه صداسیما همچنان تحلیل را فدای ایدئولوژی می‌کند و با گذشت ۱۱ روز از حمله اسرائیل به ایران کماکان به روایت رسمی جنگ، اکتفا کرده است. ایران برای تمامی ایرانیان، فارغ از هر قوم و قبیله‌ای و هر فکر و عقیده‌ای، وطن است، رسانه ملی را محدود به جریان سیاسی خاصی ندانیم. اگر صداسیما، خود را رسانه ملی می‌نامد، باید علاوه بر همفکران سیاسی به حضور صداهای مستقل و منتقدان میانه‌رو نیز اهمیت دهد؛ وگرنه رسانه ملی، رسانه دولتی می‌ماند. حمله اسرائیل به ساختمان شیشه‌ای صداسیما در روز دوشنبه ۲۶ خردادماه، به‌روشنی نشان داد که رسانه در زمان جنگ چقدر اهمیت دارد و مخصوصا در

واکنش رسانه‌های بین‌المللی به حمله اسرائیل به ایران

چگونه مرجعیت رسانه‌ای‌مان را پس بگیریم؟

رسانه‌ای باید به بررسی این سه زاویه پرداخت:، ادامه می‌دهد: «باید به این سوال پاسخ داد که آیا در این سه زمینه، قوی عمل کرده‌ایم یا خیر؟ ما در هر سه زمینه ضعیف عمل کرده‌ایم و عملکردمان در حد کسب مرجعیت رسانه‌ای نبوده است. ما حاضر نیستیم به سراغ دو عنصر داینامیک روزنامه‌نگاری تحلیلی، یعنی «How» و «Why» برویم. حاضر نیستیم نگاه ما را دنبال کنیم و حاضر نیستیم مقدمات پوشش رسانه‌ای گسترده را فراهم آوریم. در چنین شرایطی چه انتظاری، جز از دست رفتن مرجعیت رسانه‌ای می‌توان داشت؟»

عملکرد رسانه‌ها در حمله اسرائیل به ایران

او با اشاره به اینکه «رسانه‌های خارج از کشور هر زمان که اراده کرده‌اند، به خبرسازی پرداخته‌اند.» می‌افزاید: «همین هفته اخیر را در نظر بگیرید، منهای روز اول که فضا فوق‌العاده نظمی بود، در روزهای بعد با افزوده‌شدن فضای سیاسی، هم جنگ نظامی و هم جنگ رسانه‌ای در جریان بوده است. آن‌هم رسانه‌هایی که نه در عرصه روزنامه‌نگاری، که در عرصه پروپاگاندا تعریف می‌شوند و آنچه برای‌شان اهمیت دارد به‌واسطه اسپانسرهای‌شان، تبلیغات سیاسی و جنگ روانی است. در چنین وضعیتی اما می‌بینیم که از طریق رسانه‌های حرفه‌ای چون «سی‌ان‌ان»، «بی‌بی‌سی جهانی» و «ویترز»، «ال‌اس‌تریت ژورنال» و «نیویورک تایمز»، جریانی خبری شکل گرفته است. این رسانه‌ها، رسانه‌های معتبری هستند که من در طول این مدت دنبال‌شان کرده و جریان‌سازی رسانه‌ای توسط آنها را مشاهده کرده‌ام. هرچند پوشش‌های خبری و مصاحبه‌های رسانه‌ای «سی‌بی‌اس‌نیوز» را هم نباید از قلم انداخت، اما اینها رسانه‌هایی بودند که نتوانستند جریان‌سازی رسانه‌ای کنند.»

«رضائیان» سپس در ارزیابی عملکرد رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور، آنها را به دو دسته تقسیم می‌کند و توضیح می‌دهد: «زمانی رسانه‌ای فارسی‌زبان، از یک بنگاه و جریان خبری جهانی پیروی می‌کند و به‌تبع سیاست‌هایش مشخص است. این رسانه تلاش می‌کند در حد خود گفت‌وگوموحر باشد. در گفت‌وگوموحر بودن نیز با دعوت از افراد گوناگون با دیدگاه‌های متفاوت، ولو به قدری اندک، بستری مفایر فراهم می‌کند. در این شرایط، حتی اگر از عهده تقسیم سواوی تربین میان نظرات مفایر برنایید، دست‌کم می‌کوشد نسبتی ۷۰ به ۳۰ میان آنها برقرار سازد.» «بی‌بی‌سی فارسی» این‌گونه است. از آن‌سو اما رسانه‌های چون «ایران‌اینترنشنال» به گونه‌ای متفاوت عمل می‌کنند. ما وقتی از رسانه صحبت می‌کنیم، بحث‌مان در چارچوب روزنامه‌نگاری حرفه‌ای است، اما اگر رسانه‌ای علاقه‌ای به تعریف‌شدن در چارچوب روزنامه‌نگاری حرفه‌ای نداشته باشد، یک تعریف بیشتر برایش نمی‌ماند؛ آن‌هم تعریف در چارچوب تبلیغات سیاسی، جنگ روانی یا اصطلاحا پروپاگانداست که روزنامه‌نگاری نیست، هرچند یک انتخاب است. در این انتخاب، اسپانسری، رسانه‌ای را در چارچوب تبلیغات سیاسی و جنگ روانی طراحی می‌کند. ارزیابی چنین رسانه‌ای اساسا موضوع بحث ما نیست. موضوع بحث ما، رسانه‌هایی هستند که می‌توان عملکردشان را در چارچوب روزنامه‌نگاری حرفه‌ای ارزیابی کرد. هرچند انتقاداتی نسبت به آنها وجود داشته باشد. به‌عنوان مثال، گفته شود در فلان برنامه خبری یا فلان برنامه تحلیلی‌نشان باید جوانب گوناگون را می‌دیدند و ندیدند و همان نسبت ۷۰ به ۳۰ هم به نسبت ۸۰ به ۲۰ تقلیل پیدا کرده است.»

پکن کجای جنگ ایران و اسرائیل ایستاده است؟

نفت در تله جنگ

با وجود آنکه کشورهای جهان در مرحله گذار از سوخت‌های فسیلی قرار دارند، نفت همچنان در گلوگاه اقتصاد جهانی، نقش تعیین‌کننده‌ای دارد و از مهمترین عوامل اثرگذار بر سیاستگذاری اقتصادی کشورهاست. ایران سومین صادرکننده بزرگ نفت در اوپک است که با وجود اعمال شدیدترین تحریم‌ها، بازارهای جهانی را از دست نداده و همچنان می‌تواند اثر قابل توجهی...

۲

خروج پول حقیقی از صندوق‌های در آمد ثابت کمتر شد

۳ سناریوی بازارها با ادامه جنگ

فرصت امروز: از ۲۳ خردادماه بدین سو، فضای اقتصاد ایران تغییر کرد و به موزات آن، نااطمینانی به بازارهای جهانی بازگشت. هرچند با آغاز مذاکرات غیرمستقیم ایران و آمریکا از ابتدای سال و با خروج ریسک‌های سیاسی از بازارهای مالی، تالار شیشه‌ای بهبود قابل توجهی یافت و شاخص کل بورس تهران به کانال ۲۲،۲ میلیون واحد رسید، اما حمله اسرائیل به ایران، شرایط بازارها را تغییر داده تا جایی که در اولین روز هفته جاری و پس از گذشت ۱۰ روز بالاخره معاملات بازار سرمایه بازگشایی شد که به خروج ۱۷ همت از صندوق‌های درآمد ثابت طی دو ساعت منجر شد. با این حال، میزان خروج پول حقیقی در دومین روز هفته کاهش یافت و حدود ۵ همت از صندوق‌های درآمد ثابت در روز یکشنبه خارج شد. به نظر می‌رسد ریسک‌های سیاسی به همان اندازه که سریعاً از بازارهای مالی خارج می‌شوند، به همان سرعت نیز فضای بازارها را درمی‌نوردند. تا یک هفته قبل اینگونه به نظر می‌رسید که مذاکرات ایران و آمریکا با وجود موانع همچنان پیش می‌رود و روند صعودی بورس ادامه خواهد داشت، اما...

۲

سقف انتقال کارت به کارت در برنامک‌های پرداخت، ۱۰ میلیون تومان شد

آمادگی دولت برای سناریوهای اقتصادی

۴

مدیریت و کسبوکار

مدیریت هزینه‌های تبلیغاتی:ماموریت غیرممکن بازاریاب‌ها

تبلیغات به عنوان ستون موفقیت هر کسب و کار امروز به یک اقیانوس بیکران از روش‌ها و ابزارها تبدیل شده است؛ اقیانوسی که گاه چنان متنوع و وسیع می‌شود که هوش از سر هر بازاریابی می‌برد. از تبلیغات سنتی که در خیابان‌ها، تلویزیون و رادیو همچنان خودنمایی می‌کنند تا تبلیغات دیجیتال که دنیای وب و شبکه‌های اجتماعی را تسخیر کرده‌اند، انتخاب‌های فراوانی پیش روی کسب و کارها قرار دارد. این تنوع هم فرصت‌هایی بی‌نظیر برای رسیدن به مخاطبان گسترده‌تر و تاثیرگذاری بیشتر را فراهم می‌کند و هم چالش‌های جدی در زمینه برنامه‌ریزی و مدیریت هزینه‌ها به وجود می‌آورد. خب هیچ کارآفرینی در دنیا بودجه بی‌پایان ندارد. بنابراین باید آن را با وسواس مدیریت کرد. در این میان مسئله مهم دیگری نیز وجود دارد. بسیاری از کسب و کارها با وسوسه دستیابی به موفقیت سریع بدون برنامه‌ریزی دقیق و با استفاده...

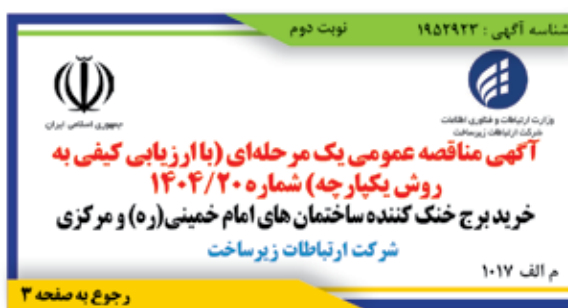
۸

جنگی که نه روی زمین بلکه در آسمان جریان دارد، آگاهی افکار عمومی از واقعیت رسانه تا چه اندازه لازم و ضروری است.

حالا که در این جنگ نابرابر و ناعادلانه، یک‌سو ما ایستاده ایم و سوی دیگر تمامی دنیا، باید بیش از پیش به جلب نظر افکار عمومی در ایران و جهان توجه کنیم، نباید با محدودکردن اینترنت، فضای گفت‌وگوی ملی و مسیرهای تاثیرگذاری فعالان مدنی بر افکار عمومی را مسدود کنیم. متأسفانه به نظر می‌رسد فقدان رسانه‌های بین‌المللی و خبرنگاران غربی، به زیان منافع ملی ایران در روایت‌نگاری جنگ تمام شده است. این روزها که عرصه وحدت و تجلی همبستگی مردم است، می‌توان با دعوت از خبرنگاران و روزنامه‌نگاران بین‌المللی، صحنه‌های رشادت و ایستادگی ملی ایرانیان را در چشم جهانیان به تصویر کشید. این یادداشت را با یاد سوزان تن‌های بی‌گناهی تمام می‌کنم که ناجوانمردانه با دشنه دشمن، جان‌شان را از دست دادند و از میان ما رفتند. «ما جدا گردیم کنان، ابر جدا، یار جدا،» زنده باد ایران!

توصیه‌ای برای آینده رسانه و روزنامه‌نگاری

به عقیده این استاد دانشگاه، «این ایرادات نمی‌تواند محل اشکال باشد؛ چراکه دست‌کم مطمئنیم می‌توان آن رسانه را در چارچوب روزنامه‌نگاری حرفه‌ای تعریف کرد و در همین چارچوب به ارزیابی‌اش پرداخت. به‌عنوان مثال، من هیچ‌گاه «العربیة» را به‌عنوان رسانه‌ای در چارچوب روزنامه‌نگاری حرفه‌ای روی ترازو نمی‌گذارم، اما «الجزیره» را می‌گذارم؛ چراکه به‌نظم اینکه چیزی دروغ باشد و جعل شود، گفته شود و سپس تکذیب شود اما برای رسانه‌ای که آن را منتشر کرده اهمیتی نداشته باشد، موجب می‌شود آن رسانه دیگر رسانه حرفه‌ای نباشد. پس در مورد «العربیة» بهتر است هیچ‌گاه از این موضع به ارزیابی نپردازید و خود را خسته نکنید؛ چراکه نه در چارچوب روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، که در چارچوب تبلیغات سیاسی و جنگ روانی عمل می‌کند. «الجزیره» اما به‌عنوان یک شبکه خبری تلویزیونی در چارچوب روزنامه‌نگاری حرفه‌ای می‌گنجد. حال ممکن است بگویید من به فلان پوشش خبری‌اش نمره ۱۷ می‌دهم اما نسبت به بخش دیگری از پوشش خبری‌اش معترض و به آن نمره ۱۲ می‌دهم. این هیچ اشکالی ندارد و نهایی‌ا در چارچوب روزنامه‌نگاری حرفه‌ای ارزیابی می‌شود، در حالی که برخی از رسانه‌ها اساسا در این چارچوب قابل ارزیابی نیستند: «رضائیان» در پایان درباره اینکه چگونه پس از عبور از بزرگه کنونی می‌توان مرجعیت رسانه‌ای کشور را پس گرفت، می‌گوید: «ما در ایران نیازمند استانداردسازی رسانه‌ای هستیم. استانداردسازی رسانه‌ای، یعنی هر کسی اجازه ندارد وارد این حوزه شود و باید از استانداردهایی برخوردار باشد تا اجازه ورود پیدا کند. رسانه استاندارد می‌خواهد. اینکه هر کسی از هر کجا با هر میزان توانمندی، نام خبرگزاری، وب‌سایت تخصصی، روزنامه و... روی خود می‌گذارد، همین وضعی را پدید می‌آورد که اکنون می‌بینیم. این توصیه نخست من است: استانداردسازی رسانه‌ها که دلایلی مشخص دارد. توصیه دوم من، رعایت سه اصلی است که در ابتدای گفت‌وگو به آن اشاره کردم. رسانه‌ها باید روزنامه‌نگاری تحلیلی را جدی‌تر بگیرند. هم‌اکنون هوش مصنوعی، بسیاری از امور را تحت تاثیر قرار داده و مخاطب به دنبال پاسخخی، جز این نیست که یک واقعه چگونه و چرا رخ داده است؟ ما در هر امری، نیازمند آنیم که به عناصر داینامیک روزنامه‌نگاری توجه کنیم. نیازمند آنیم که نگاه مفایر را ببینیم و نیازمند پوشش گسترده خبری هستیم. ما باید همه اینها را در کنار هم ببینیم.»



نگاه

صادق زیباکلام: عملکرد نظامی ایران فراتر از تصور آمریکا بود

شکست اپوزیسیون در جنگ ایران و اسرائیل

در هفته‌های که گذشت، تنش‌های نظامی بین ایران و اسرائیل به نقطه‌ای بی‌سابقه رسید و با حملات متقابل، منطقه خاورمیانه وارد فاز جدیدی از درگیری این جنگ، پرسش‌های متعددی را درباره واکنش جامعه، انسجام ملی، عملکرد نظامی ایران و چشم‌انداز آینده درگیری‌ها به وجود آورده است. «صادق زیباکلام»، تحلیلگر سیاسی در این باره می‌گوید: «ایران اصراری برای ادامه جنگ ندارد اما عملکرد نظامی جمهوری اسلامی در مقابله با اسرائیل، فراتر از انتظارات اپوزیسیون خارج از کشور بوده است.» او در تحلیل شرایط فعلی به «خبرآلانین» توضیح داد: «جامعه‌همچنان گلابه‌ها و ششکات‌های خود را از نظام سیاسی دارد، اما اینکه مردم ایران از حمله اسرائیل استقبال کنند و بگویند «کار نظام تمام است»، توهم و خوش‌خیالی اپوزیسیون خارج از کشور است. شبکه «ایران‌اینترنشنال» خیلی تلاش کرد تا چنین فضایی ایجاد کند؛ مثلاً گفتند در فلان منطقه تهران شعارهای ساختارشکن داده شده و… اما واقعیت این است که خود آنها هم می‌دانستند به‌قول بچه‌های تهران، چقدر دارند خالی می‌بینند، واقعا هیچ‌کس حتی به این فکر هم نيفتاد که حالا بخواهد علیه نظام تظاهراتی به راه بیندازد. این از نکته اول. نکته دوم اینکه نظام متقابل هیچ توقع یا خواسته‌ای از مردم نداشت. فقط گفت آرامش خود را حفظ کنید. هر کس می‌خواست از تهران خارج شود، مانعی نبود؛ هر کس نمی‌خواست، باز هم مانعی نبود. به طور کلی، مردم آزاد بودند که از تهران یا شهرهای بزرگ خارج شوند یا نه. البته در یکی دو روز اول که حالت دستپاچگی ایجاد شده بود، ناآلویی‌ها خیلی شلوغ شد، صف‌های بنزین هم خیلی طولانی شد، اما به‌تدریج مردم متوجه شدند که نیازی به این حجم از نگرانی نیست. لازم نیست نان زیاد بخرند، حتماً باک ماشین‌های خود را پر کنند و بنزین اضافی در خانه داشته باشند یا مواد غذایی انبار کنند. این رفتارها اتفاق نیفتاد و این هم به‌خاطر در ک و آگاهی خود مردم بود؛ چون فهمیدند که فلان نیازی به چنین اقداماتی نیست.»

به گفته «زیاکلام»، «مهمترین نکته‌ای که می‌توان در آغاز هفته دوم جنگ گفت، این است که آن تصور اپوزیسیون خارج از کشور، سلطنت‌طلب‌ها، «رضا پهلوی»، «قتانیهو»، شبکه «ایران‌اینترنشنال» کارشناسان و تحلیلگران‌شان درباره سقوط قریب‌الوقوع نظام جمهوری اسلامی کاملاً غلط از آب درآمد. هیچ نشانه‌ای از فروپاشی نظام مشاهده نشد بلکه اتفاقاً نظام بر خلاف تصور آنها، بسیار قرض، محکم، هماهنگ و منسجم ایستادگی کرد. اینکه بخشی از اپوزیسیون خارج از کشور، فکر می‌کردند که اگر اسرائیل به ایران حمله کند، خیلی طول نمی‌کشد که یا مردم به خیابان بیزند یا نظام خودش فرو پاشد، اما این هم محق نشد. آمریکایی‌ها، اسرائیلی‌ها، «رضا پهلوی» و اپوزیسیون متوجه شدند که «چه بخواهند چه نخواهند، چه دوست داشته باشند چه نه» نظام جمهوری اسلامی از نظر نظامی، مستحکم‌تر از آن چیزی است که تصور می‌کردند و مقاومت آن در برابر حملات اسرائیل، قابل‌توجه بوده است. در مجموع، نه تنها تصور اول آنها (یعنی شورش مردمی) غلط بود، بلکه تصور دوم‌شان (سقوط سریع نظام) هم نادرست از آب درآمد. اینها چیزهایی است که تا اینجا می‌شود با اطمینان گفت.»

این تحلیلگر مسائل سیاسی با اشاره به اینکه «اپوزیسیون در این جنگ کاملاً شکست خورده»، ادامه داد: «این جنگ تا اینجا چنان عمقی نداشته که ایرانی‌ها بگویند «باید چه کار کنیم؟ باید اسلحه به دست بگیریم و از نظام دفاع کنیم یا نه؟» نظام هم تا الان چنین خواسته‌ای از مردم نداشته؛ نگفته بایداید باطلوب شوید، به جبهه بروید یا درگیر شوید. بنابراین اینکه بخواهیم تفکیک قائل شویم و اسرائیل این جنگ، بین جمهوری اسلامی و آمریکا و اسرائیل است یا بین ایران و دشمنانش است تا این لحظه شکل نگرفته که بتوانیم بگوییم این جنگ علیه نظام است یا علیه ایران؛ چنین چیزی اتفاق نیفتاده است. البته برخی از اپوزیسیون، به‌علاوه شبکه «ایران‌اینشنال» خیلی تلاشی می‌کنند که به این جنگ، جنبه مذهبی، ملی، ایرانی و وطنی داده نشود؛ و این‌طور وانمود کنند که «ای مردم، نبینیدند، از این جنگ حمایت نکنید، این جنگ بین ایرانی‌ها و خارجی‌ها نیست»، نظام و اسرائیل است، ربطی به شما ندار، جنگ بین ایرانی‌ها و خارجی‌ها نیست»، اپوزیسیون خیلی تلاش کرده که چنین حالتی به وجود بیاورد، اما به نظر من، در این تلاش کاملاً شکست خورده است.» «زیاکلام» در پاسخ به این سوال که در تاریخ ایران یک شکاف تاریخی بین دولت و ملت وجود داشته و در چند سال اخیر این شکاف بین جامعه و نظام سیاسی مشهود بوده است، آیا فکر می‌کنید این جنگ شرایطی را به وجود آورده که از این شکاف ترمیم شود یا در آینده قابل ترمیم باشد، گفت: «ه» شکاف همچنان سر جای خود باقی است. انتقادات، اعتراضات و نارضایتی‌هایی که از نظام وجود دارد، همچنان پاپرجاست، کمبودها و تصمیمات خود پاسخ‌گو باشد نیز همچنان مطرح است و… اینها را نمی‌توانیم نادیده بگیریم و بگوییم حالا که اسرائیل به ایران حمله کرده، باید همه این مطالبات را فراموش کنیم. گلابه‌هایی که امروز از نظام جمهوری اسلامی دارم، با گلابه‌هایی که اوایل خرداد داشتم هیچ فرقی نکرده است؛ همچنان همان گلابه‌ها را دارم، اما اینکه از حمله استقبال کنند و بگویند «کار نظام تمام است» به نظر من، توهم و خوش‌خیالی اپوزیسیون خارج از کشور است.»

او عملکرد نظامی ایران را فراتر از تصور آمریکا و اسرائیل دانست و افزود: «آنچه در مجموع می‌توانم بگویم، این است که من به‌هیچ‌وجه نه از کشته شدن غیرنظامی‌ها نه در ویران و نه در هیچ کجای دنیا استقبال نمی‌کنم اما در عین حال، فکر می‌کنم موضوع نظامی ایران تا حد زیادی باعث تعجب اسرائیلی‌ها و آمریکایی‌ها شده؛ یعنی جمهوری اسلامی بسیار نیرومندتر از آنچه تصور می‌شد، از نظر نظامی ظاهر شده است. تصور این است که توان نظامی جمهوری اسلامی بسیار بیش از آن چیزی بود که آمریکایی‌ها و اسرائیلی‌ها انتظارش را داشتند. درست است که ما در طول یک هفته گذشته از نظر نظامی ضربات زیادی دریافت کردیم، اما به نظر من، همین توان نظامی جمهوری اسلامی هم آمریکا و هم اسرائیل را شگفت‌زده کرد. آنها فکر می‌کردند که بعد از چند روز، ایران پرچم سفید را بالا می‌برد و تسلیم می‌شود، اما ایران نه‌تنها تسلیم نشده، بلکه نشان داده از یک توان نظامی بالقوه نسبتاً خوبی برخوردار است و از آن خبرها نیست که بخواهد پرچم سفید دست بگیرد و فوری عقب‌نشینی کند.» به عقیده «زیباکلام»، «به‌خاطر همین تسلیم‌نشدن ایران است که صحبت از ورود آمریکا به جنگ می‌شد. اگر این تسلیم شده بود، اگر به عجز و لایه افتاده بود، دلیلی نداشت آمریکایی‌ها وارد شوند. همان‌طور که عرض کردم، توان نظامی جمهوری اسلامی ایران بسیار بیش از حد انتظار ظاهر شده؛ بیش از چیزی که آمریکایی‌ها و اسرائیلی‌ها تصور می‌کردند. در ابتدا آمریکایی‌ها نمی‌خواستند وارد جنگ شوند، چون فکر می‌کردند اسرائیلی‌ها به‌تنهایی کار را تمام می‌کنند اما هرچه زمان می‌گذرد، جمهوری اسلامی دارد نشان می‌دهد بیدی نیست که با این بارها بلرزد، اما دیدند که اسرائیلی‌ها به‌تنهایی نمی‌توانند موفقیت نظامی به دست بیاورند. در مجموع، معتقدم جنگ به معنای رویارویی مستقیم بین ایران و آمریکا رخ نخواهد داد. آنچه اتفاق افتاده، این است که آمریکا به برخی تأسیسات ما حمله کرده است. میزان خسارت وارده‌شده مشخص نیست، اما من همچنان بر این باورم که واکنش ایران حساب‌شده خواهد بود و به گونه‌ای نخواهد بود که درگیری بین ایران و آمریکا را گسترده‌تر کند. این درگیری، خسارات بسیار سنگینی به کشور وارد خواهد کرد. به نظر من، مسئولین ایران این مسائل را می‌دانند و واکنش‌شان به حمله به تأسیسات هسته‌ای ایران بسیار حساب‌شده خواهد بود و به گونه‌ای نخواهد بود که منجر به جنگ و درگیری همه‌جانبه بین ایران و آمریکا شود.»

فرصت امروز: از ۲۳ خردادماه بدین سو، فضای اقتصاد ایران تغییر کرد و به مساوات آن، نااطمینانی به بازارهای جهانی بازگشت. هرچند با آغاز مذاکرات غیرمستقیم ایران و آمریکا از ابتدای سال و با خروج ریسک‌های سیاسی از بازارهای مالی، تالار شیشه‌ای پهبود قابل توجهی یافت و شاخص کل بورس تهران به کانال ۳،۲ میلیون واحد رسید، اما حمله اسرائیل به ایران، شرایط بازارها را تغییر داد؛ تا جایی که در اولین روز هفته جاری و پس از گذشت ۱۰ روز بالاخره معاملات بازار سرمایه بازگشایی شد که به خروج ۱۷ همت از صندوق‌های درآمد ثابت طی دو ساعت منجر شد. با این حال، میزان خروج پول حقیقی در دومین روز هفته کاهش یافت و حدود ۵ همت از صندوق‌های درآمد ثابت در روز یکشنبه خارج شد.

به نظر می‌رسد ریسک‌های سیاسی به همان اندازه که سریعاً از بازارهای مالی خارج می‌شوند، به همان سرعت نیز فضای بازارها را درمی‌نوردند. تا یک هفته قبل اینگونه به نظر می‌رسید که مذاکرات ایران و آمریکا با وجود موانع همچنان پیش می‌رود و روند صعودی بورس ادامه خواهد داشت، اما حمله ناگهانی اسرائیل به خاک ایران در میانه مذاکرات با آمریکا، ورق را برگرداند و حمله آمریکا به سه سایت هسته‌ای ایران در بامداد یکشنبه اول تیرماه، این فضای ابهام حاکم بر بازارها را دوچندان کرد. طبق برآوردها، قیمت دلار آزاد در پایان خردادماه، بیشترین سود ماهانه را کسب کرد و با ۱۲ درصد در صدر بازدهی ماهانه بازارهای دارایی ایستاد. در مقابل، بورس برخلاف روند مثبت فروردین و اردیبهشت، عقب‌نشینی مشهودی در این ماه داشت و افت ماهانه ۴ درصدی را متحمل شد تا در نهایت به رشد ۱۰ درصدی در سه ماهه بهار بسنده کند. با این وجود، بورس بیشترین سود سه ماهه را با ۱۰،۱۳ درصد به دست آورد و سپرده بانکی با ۷،۵ درصد در رتبه دوم بازدهی بازارها در پایان فصل بهار ایستاد.

قیمت نفت از سقف ۶ ماهه گذشت

جنگ میان اسرائیل و ایران به دوازدهمین روز خود رسیده است. بازارهای جهانی از جمله بازار نفت در زمان حمله آمریکا به سایت‌های هسته‌ای ایران در روز یکشنبه تعطیل بودند و ناظران برای تخمین اثرگذاری این رخداد بر قیمت طلای سیاه به انتظار بازگشایی بازارها در روز دوشنبه نشستند. همانطور که انتظار می‌رفت، تجاوز آمریکا علیه تأسیسات هسته‌ای ایران به نگرانی‌ها درباره عرضه نفت، دامن زد و قیمت نفت را در نخستین روز کاری هفته (میلادی) افزایش داد. هر بشکه نفت برنت در معاملات دوشنبه، ۷۲ سنت معادل ۰،۹۳ درصد افزایش یافت و به بیش از ۷۷ دلار رسید. البته در ابتدای بازگشایی بازارها، میل صعودی نفت بیشتر بود و هر دو شاخص نفتی برنت و وست تگزاس اینترمیدیت تا ۲ درصد جهش داشتند که در ادامه این روند صعودی فروکش کرد و به ترتیب ۷۷ دلار و ۷۴ دلار معامله شدند.

این افزایش قیمت نفت، پس از آن رخ داد که آمریکا به سه سایت هسته‌ای ایران حمله کرد و متعاقب آن، «دونالد ترامپ» ادعا کرد که تأسیسات هسته‌ای

جنگ ایران و اسرائیل: چه اتفاقی می‌افتد؟

با وجود آنکه کشورهای جهان در مرحله گذار از سوخت‌های فسیلی قرار دارند، نفت همچنان در گلوگاه اقتصاد جهانی، نقش تعیین‌کننده‌ای دارد و از مهمترین عوامل اثرگذار بر سیاستگذاری اقتصادی کشورهاست. ایران سومین صادرکننده بزرگ نفت در اوپک است که با وجود اعلان شدیدترین تحریم‌ها، بازارهای جهانی را از دست نداده و همچنان می‌تواند اثر قابل‌توجهی بر بازار جهانی نفت بگذارد. بنابراین حذف ایران از بازار جهانی نفت به این راحتی نیست، اما مسئله مهمتری که این روزها در کانون توجه تحلیلگران حوزه انرژی قرار گرفته، موقعیت ژئوپلیتیک ویژه ایران است که ریسک بستن تنگه هرمز را در شرایط بحرانی به بازار جهانی تحمیل می‌کند. در همین زمینه، «وال استریت ژورنال» در گزارشی تحلیلی به صادرات نفت ایران پرداخت و نوشت که اسرائیل تاکنون به قطب‌های صادرات انرژی ایران حمله نکرده است و در صورت وقوع آن، چین از جریان نفت تهران محروم خواهد شد. به گزارش «اوپران»، ایران در هر روز حدود ۱،۷ میلیون بشکه نفت صادر می‌کند، یعنی کمتر از ۲ درصد از تقاضای جهانی. آمریکا در اواخر سال ۲۰۱۸، تحریم‌ها بر صادرات نفت تهران را مجدداً اعمال کرد؛ یعنی چند ماه پس از آنکه «دونالد ترامپ»، رئیس‌جمهوری آمریکا در جریان دور نخست ریاست‌جمهوری خود از توافق هسته‌ای (برجام) خارج شد. گزارش «وال استریت ژورنال» مدعی است که ایران به علت تحریم‌ها مجبور می‌شود عمده نفت خود را با تخفیف ارائه دهد. طبق اعلام شرکت کپلر، اکنون ۹۰ درصد از صادرات نفت ایران، راهی چین می‌شود. عمده نفت ایران توسط پالایشگاه‌های کوچک و خصوصی چین، موسوم به تی‌بات‌ها خریداری می‌شود که در استان شان‌دونگ مستقر هستند. این پالایشگاه‌ها از سال ۲۰۲۲ برای حفاظت از حاشیه سود خود به نفت ایران روی آورده‌اند. طبق اعلام معاون رئیس در Argus Media، تخفیف نفت ایران در مقایسه با نوعی نفت با گرید مشابه و غیرتحریمی یعنی نفت خام Export Blend عمان در حال حاضر در سطح حدود ۵ دلار به‌ازای هر بشکه است. این شکاف اخیراً کاهش یافته است؛ زیرا این نگرانی وجود دارد که مناقشه با اسرائیل و اجرای سختگیرانه‌تر تحریم‌های آمریکا می‌تواند عرضه نفت ایران را مختل کند. این تخفیف در گذشته بیشتر بوده است، از ۱۱ دلار در سال ۲۰۲۳ تا چهار دلار در سال ۲۰۲۴. طبق ادعای «وال استریت ژورنال»، از آنجایی که نفت ایران به جای دلار با یوان پرداخت می‌شود، ایران به غیر از خرید کالاهای چینی، گزینه‌های محدودی درباره خرج کردن این پول دارد.

حمله به جزیره خارک در خلیج فارس، جایی که عمده نفت‌کش‌های ایران از آنجا راهی مقصد می‌شوند، می‌تواند عمده صادرات نفت ایران را دچار اختلال کند؛ اتفاقی که بازارهای نفت را با شوک روبه‌رو می‌کند. هرچندکه «ترامپ» خواهان آن نیست که آمریکایی‌ها پول بیشتری برای بنزین پرداخت کنند اما سازمان اوپک پلاس، ظرفیت اضافی زیادی دارد که می‌تواند نسبتاً سریع وارد بازار شود. عربستان سعودی و امارات متحده عربی می‌توانند بیش از ۴میلیون بشکه نفت در روز بیشتر تولید کنند. تحلیل «گلدمن ساکس» نشان می‌دهد که این دو تولیدکننده بزرگ در شوک‌های عرضه پیشین توانستند حدود ۸۰ درصد از شبکه‌های از دست رفته را طی حدود شش ماه جایگزین را کنند. این موضوع می‌تواند در صورت نیاز، تنش‌ها در بازار نفت را کاهش دهد اما مشتری بزرگ ایران در صورت این اتفاق با سختی مواجه خواهد شد، به‌ویژه پالایشگاه‌های خصوصی چین.

ام‌ا فارغ از این تحولات نفتی اصولاً چین در بحران فعلی خاورمیانه چه نقشی دارد و چه سیاستی را دنبال می‌کند؟ «علم صالح» مدرس ارشد مطالعات ایرانی در دانشگاه ملی استرالیا، معتقد است که چین

خروج پول حقیقی از صندوق‌های درآمد ثابت کمتر شد

۳ سناریوی بازارها با ادامه جنگ

ایران «به طور کامل نابود شده‌اند.» به گزارش «رویترز»، همزمان با تشدید تنش‌ها در خاورمیانه در پنجوجه افزایش نگرانی‌ها ناشی از واکنش تلافی‌جویانه تهران، سرمایه‌گذاران انتظار افزایش بیشتر بهای نفت را دارند. از جمله واکنش‌های تهران می‌تواند انسداد تنگه هرمز باشد که تقریباً یکچهارم جریان نفت خام جهان از آن عبور می‌کند. به گفته تحلیلگران، تنش‌های ژئوپلیتیکی جاری همچون کانالیزوری برای قیمت نفت خام برنت عمل کرده و احتمالاً آن را به بشکه‌ای ۱۰۰ دلار می‌رساند و افزایش قیمت طلای سیاه به ۱۲۰ دلار نیز به طور فزاینده‌ای معقول به نظر می‌رسد.

تهران اعلام کرده که حمله آمریکا به تأسیسات هسته‌ای ایران، طیف اهداف مشروع را برای نیروهای مسلح این کشور گسترش داده است؛ آنچه خطر آسیب به زیرساخت‌های نفت را چند برابر خواهد کرد و به نگرانی‌های نفتی دامن خواهد زد. طبق برآوردهای «گلدمن ساکس»، این احتمال وجود دارد که اگر جریان عرضه نفت از طریق این آبراهه حیاتی برای یک ماه نصف شود، احتمال افزایش قیمت نفت برنت به هر بشکه ۱۱۰ دلار وجود دارد. هر چند به گفته این بانک، بهای نفت ۱۱ ماه بعد احتمالاً ۱۰ درصد کاهش یافت. قیمت نفت برنت از زمان آغاز حمله رژیم صهیونیستی به ایران، ۱۳ درصد افزایش یافته و این رقم برای نفت وست تگزاس حدود ۱۰ درصد بوده است.

سناریوهای نفتی در بزنگاه جنگ خاورمیانه

در همین حال، تحلیلگران موسسه «آکسفورد اکنومیکس»، سناریوهای احتمالی بازارها در صورت ادامه درگیری نظامی ایران و اسرائیل و تأثیرات آن بر بازار نفت و اقتصاد جهانی را ترسیم کرده‌اند. آنچه شامل سه سناریوی احتمالی در بازار جهانی نفت می‌شود. در سناریوی نخست، کاهش تنش‌های جاری مطرح است که در این حالت، تغییر چندانی در قیمت جهانی نفت رخ نخواهد داد و بازارها آرام‌تر واکنش نشان می‌دهند. سناریوی دوم، توقف کامل تولید و عرضه نفت ایران است که می‌تواند به افزایش شدید قیمت جهانی نفت منجر شود و فشار مضاعفی بر بازارهای جهانی، به ویژه طلای سیاه وارد کند اما در سنناریوی سوم و در وخیم‌ترین حالت ممکن، تنگه هرمز مسدود می‌شود که در این سناریو قیمت نفت ممکن است به سطح ۱۳۰ دلار در هر بشکه برسد و نرخ تورم آمریکا را تا نزدیک ۶ درصد تا پایان سال افزایش دهد. در چنین وضعیتی، احتمال کاهش نرخ بهره توسط فدرال رزرو (بانک مرکزی آمریکا) عملاً منتفی خواهد بود؛ زیرا نرخ بالای تورم، سیاستگذاران پولی را از اجرای سیاست‌های انبساطی بازمی‌دارد؛ کما اینکه در پایان هفته گذشته، بانک‌های مرکزی آمریکا، انگلیس و ژاپن، نرخ بهره را ثابت نگه داشتند تا در برابر افزایش تورم، بروز رکود احتمالی و بحران‌های ژئوپلیتیکی، واکنش محتاطانه‌ای نشان دهند. بدین ترتیب، بانک‌های مرکزی بزرگ جهان در پایان هفته بر تنش اقتصاد جهانی، تصمیم گرفتند که نرخ بهره را تغییر ندهند، زیرا مسئولان مالی در تلاشند ابتدا اثرات تعرفه‌های تجاری، تردیده‌ای اقتصادی و جنگ خاورمیانه را ارزیابی کنند.

پکن کجای جنگ ایران و اسرائیل ایستاده است؟

نفت در تله جنگ

رویگرد «اول کسب وکار» را در سیاست خارجی پیگیری می‌کند؛ یعنی همیشه از صلح و ثبات در خاورمیانه حمایت خواهد کرد. در واقع، پکن به دنبال صلح و ثبات است. این چیزی است که برای اقتصاد و تجارت و سرمایه‌گذاری ضروری است. «صالح» در مصاحبه‌ای به «لجربزه» گفت که چینی‌ها مانند قدرت‌های غربی مداخله‌گر نیستند، چین بیش از نیمی از نفت خام خود را از خاورمیانه وارد می‌کند و از ایران تخفیف

اگر جنگ در خاورمیانه رخ دهد، چه اتفاقی می‌افتد؟

ردیف	شماره‌مناقصه	شرح مناقصه	مبلغ برآوردی (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)
۱	۴۰۴۱۱۰۰۱	واگذاری قرارداد تامین نیرو امورهای حوزه شرق شرکت توزیع برق مازندران (حوزه ستادی، گلوگاه، بهشهر، نگه،میانودود) همراه باارزیابی کیفی	۸۰۶,۲۴۴,۵۱۵,۱۲۰	۲۷۰,۳۸۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	۴۰۴۱۱۰۰۲	واگذاری قرارداد تامین نیرو امورهای حوزه مرکز شرکت توزیع برق مازندران (شمال و جنوب ساری، قائمشهر، جویبار، سیمرغ، سوادکوه، سوادکوه شمالی) همراه با ارزیابی کیفی	۵۷۸,۷۸۷,۰۹۲,۷۹۴	۲۰,۲۱۴,۰۰۰,۰۰۰
۳	۴۰۴۱۱۰۰۳	واگذاری قرارداد تامین نیرو امورهای حوزه غرب شرکت توزیع برق مازندران (شمال و جنوب بابل، امیرکلا، بایلسر، فریدونکنار، آمل غرب، آمل شرق) همراه با ارزیابی کیفی	۶۰۳,۰۸۱,۴۰۱,۱۹۴	۲۰,۹۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۴	۴۰۴۱۱۰۰۳	واگذاری خدمات سرویس ایاب و ذهاب پرسنل شرکت توزیع برق استان مازندران	۳۷,۵۸۰,۰۱۷,۳۲۰	۳,۳۰۴,۰۰۰,۰۰۰
۵	۴۰۴۱۱۰۰۲۸	واگذاری خدمات تأمین نیروی انسانی (حجمی) (مربوط به فعالیت های نگهدی، نظارت، اداری و ...)	۶۳۵,۱۳۳,۴۰۰,۰۰۰	۲۱,۹۱۰,۰۰۰,۰۰۰
توضیحات:				
۱- تضمین شرکت در مناقصه قابل قبول کارفرما برآبر این نامه تضمین شرکتهای توزیع می باشد.				
۲- این شرکت از پذیرش چک شخصی، ارائه وجه نقد و...تحت عنوان تضمین شرکت در مناقصه خودداری خواهد نمود.				
۳- به پیشنهادهای فاقد امضاء مجاز، مشروط، مخدوش، فاقد سیرده، سیرده های مخدوش، سیرده های کمتر از میزان مقرر و پیشنهادهائی که بعد از انقضای مدت مقرر در این فراخوان واصل شود مطلقاً ترتیب اثردهه نخواهد شد.				
۴- سایر شرایط و اطلاعات در اسناد مناقصه درج شده است.				
۵- تأمین منابع از محل اعتبار داخلی است.				
۲- زمان فروش اسناد: از روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۴/۰۴/۰۴ لغایت روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۴/۰۹				
۳- محل دریافت اسناد: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir سامانه مناقصه				
۴- مبلغ فروش اسناد: مبلغ ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال بحساب جام شماره ۵۲۴۰۳۳۲۴۱۲ بانک ملت شعبه امیر مازندرانی ساری(پرداخت از طریق درگاه اینترنتی)				
۵- مهلت بارگذاری اسناد (ارزیابی کیفی،الف و ج، در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس Stadiranir، حداکثر تا ساعت ۱۹ روز دوشنبه مورخه ۱۴۰۴/۰۴/۲۳ می باشد.				
ب) زمان تحویل اسناد فیزیکی (الف) حداکثر تا ساعت ۸ روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۴/۰۴/۲۴ می باشد.				
۶- زمان گشایش پاکت ارزیابی کیفی: ساعت ۹ روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۴/۰۴/۲۴ انجام می گیرد. (زمان بازگشایی پاکت الف، ب و ج پس از اعلام نتیجه ارزیابی کیفی از سوی کمیته فنی بازگانی متعاقباً اعلام می گردد)				
۷- محل تحویل اسناد مناقصه: اسناد می بایست در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به صورت اسکن بارگذاری گردد.				
تصبر: فقط پاکت الف که محتوی اصل ضمانتنامه شرکت در مناقصه می باشد، به آدرس ساری، بلوار خزر، بعد از خیابان حزب ا ... امور تدارکات شرکت توزیع برق استان مازندران تحویل گردد.				
۸- محل بازگشایی اسناد مناقصه: ساری، بلوار خزر، بعد از خیابان حزب ا ...، امور تدارکات شرکت توزیع برق استان مازندران				
۹- نتایج کسب اطلاعات بیشتر:				
الف- سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس setadiran.ir ب- شماره تلفن ۰۵۱۲۱-۳۳۴-۰۱۱ امور تدارکات - اداره مناقصات				

شرکت توزیع نیروی برق مازندران – اداره مناقصات و مزایده

خبرنامه

نگاهی به اعداد و ارقام اقتصادی در هفته آخر خرداد

روایت‌نگاری هفته پر تنش اقتصاد جهانی

نوسانات جدید در بازار نفت جهانی، کاهش نرخ بهره در کشورهای اروپایی، تثبیت نرخ بهره در آمریکا، کاهش پیش‌بینی تولید نفت جهانی توسط اوپک و رشد خرده‌فروشی از مهمترین خبرهای اقتصادی هفته آخر خردادماه است. در این هفته، اعداد و ارقام متعددی درباره اقتصاد، تجارت و کسب‌وکار از سوی رسانه‌ها، نهادهای بین‌المللی و مراکز تحقیقاتی منتشر شد که مهمترین آنها از این قرار است:

۲۱۸۸ میلیارد دلار

کسری تجاری هند در ماه مه ۲۰۲۵ به ۲۱۸۸ میلیارد دلار کاهش یافت؛ افت واردات نفت و طلا و رشد فصلی صادرات از دلایل اصلی این بهبود در تراز تجاری عنوان شده‌اند. براساس داده‌های رسمی منتشرشده در روز دوشنبه، کسری تراز تجاری کالایی هند در ماه مه ۲۰۲۵ به‌طور قابل‌توجهی کاهش یافته و به ۲۱۸۸ میلیارد دلار رسیده است. این کاهش عمدتاً به دلیل افت واردات نفت و طلا و بهبود فصلی در صادرات بوده است. این رقم کمتر از پیش‌بینی ۲۵ میلیارد دلاری نظرسنجی رویترز و همچنین پایین‌تر از کسری ۲۶۴۴ میلیارد دلاری ماه آوریل است. گاریما کاپور، اقتصاددان شرکت Elara Securities گفت که تعدیل در واردات، عمدتاً به دلیل کاهش خرید نفت و طلا، و افزایش فصلی صادرات باعث کاهش کسری تجاری در ماه مه شده است.

۱۸ درصد

براساس داده‌های منتشرشده در هفته گذشته، شاخص برنت از روز ۱۰ ماه ژوئن حدود ۱۸ درصد رشد داشت که نگرانی‌ها درباره تأثیر روی تورم و کندی احتمالی کاهش نرخ بهره آمریکا را تقویت کرده است. پس از حمله رژیم صهیونیستی به ایران از روز ۱۳ ژوئن، پهای نفت خام برنت بیش از ۱۸ درصد رشد کرد و به بالاترین میزان در پنج ماه رسید. این افزایش ناشی از نگرانی‌ها درباره اختلال در عرضه نفت از مسیر تنگه هرمز بود که باعث شد قیمت نفت به مرز ۷۵ تا ۷۸ دلار برسد و نگرانی درباره تورم جهانی را تشدید کرد. سرمایه‌گذاران به دنبال احتیاط بیشتر، به دارایی‌های امن مانند طلا و اوراق قرضه روی آوردند؛ بیت‌کوین نیز تقریباً تا ۱۰۳ هزار دلار افت کرد. این روند نشان‌دهنده حساسیت بالای بازار به ناآرامی‌های منطقه است.

۴.۲۵ تا ۴.۴۵ درصد

فدرال رزرو در نشست هفته گذشته خود نرخ بهره را از ۴.۲۵ تا ۴.۴۵ درصد ثابت نگه داشت و اعلام کرد که آمادگی برای کاهش مرتبه ۲۵ واحدی را تا پایان سال دارد، اما روند این کار محتاطانه خواهد بود. فدرال رزرو در نشست ژوئن خود، نرخ بهره را ثابت نگه داشت اما با حفظ هشدار نسبت به تورم و تأخیر در کاهش احتمالی اعلام کرد احتمال دو کاهش ۲۵ واحدی را برای آخر سال در نظر دارد؛ اگرچه پاول رزینس فدرال رزرو تأکید کرد که هیچ‌کس واقعاً اطمینانی به مسیر نرخ بهره ندارد. این سیگنال ضعیف بیانگر آن است که مراج متفاوت بانک‌ها در واکنش به داده‌های جدید، ممکن است ماه‌های پیش‌رو را متلاطم‌تر کند.

۱.۲ درصد

اتحادیه صنایع بریتانیا (CBI) پیش‌بینی رشد اقتصادی ۲۰۲۵ این کشور را از ۱.۶ درصد کاهش داد و به ۱.۲ درصد رساند و اعلام کرد که تعرفه‌ها و مالیات‌های بالا مانع سرمایه‌گذاری و مصرف شده‌اند. کنفدراسیون صنایع بریتانیا اعلام کرد که رشد اسمال اکنون ۱.۲ درصد پیش‌بینی می‌شود که کمتر از ۱.۶ درصدی است که در ماه دسامبر پیش‌بینی‌شده بود. به پیش‌بینی این نهاد اقتصاد انگلیس در سال آینده، ۱.۰ درصد رشد خواهد کرد که نسبت به پیش‌بینی قبلی ۱.۵ درصدی آن، کاهش یافته است. این کنفدراسیون اعلام کرد که افزایش هزینه‌های نیروی کار، مانند افزایش حق بیمه‌های تأمین اجتماعی و حداقل دستمزد که از ماه آوریل به اجرا درآمد، بر برنامه‌های استخدام و سرمایه‌گذاری شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد و همچنین انتظار می‌رود که قیمت‌ها را افزایش و سود را کاهش دهد.

۲۵ واحد

در ۲۵ ژوئن ۲۰۲۵، بانک ملی سوئیس نرخ بهره خود را ۲۵ واحد پایه کاهش داد و از ۲۰ ژوئن به صفر درصد رساند. این بانک اعلام کرد که این اقدام به دنبال کاهش مداوم تورم انجام شده است که برای اولین بار از سال ۲۰۲۱ در ماه مه منفی شد. همچنین آمادگی خود را برای مداخله در بازارهای ارز در صورت نیاز مجدداً تأیید کرد. این کاهش نرخ برای مقابله با چشم‌انداز ضعیف تورم در نظر گرفته شده بود. بانک مرکزی در یک بیانیه مطبوعاتی اعلام کرد که با کاهش ۰.۳ درصدی در ماه فوریه به منفی ۰.۱ درصدی در ماه مه، که عمدتاً به دلیل کاهش قیمت نفت و کاهش گردشگری بود رشد قیمت اکنون کاملاً پایین‌تر از هدف تعیین شده است.

۷۰ هزار

اوپک روز دوشنبه اعلام کرد که انتظار دارد اقتصاد جهانی در نیمه دوم اسمال مقاوم بماند و پیش‌بینی خود را برای رشد عرضه نفت از سوی آمریکا و سایر تولیدکنندگان خارج از گروه گسترده‌تر اوپک پلاس در سال ۲۰۲۶ کاهش داد. سازمان کشورهای صادرکننده نفت در گزارش ماهانه خود، پیش‌بینی‌های خود برای رشد تقاضای جهانی نفت در سال‌های ۲۰۲۵ و ۲۰۲۶ را نیز پس از کاهش در ماه آوریل، بدون تغییر باقی گذاشت. این سازمان اعلام کرد که چشم‌انداز اقتصادی علی‌رغم نگرانی‌های تجاری، قوی است. در این گزارش، اوپک اعلام کرد که عرضه از سوی کشورهای خارج از اقلیمه همکاری – نام رسمی اوپک پلاس – در سال ۲۰۲۶ حدود ۷۳۰ هزار بشکه در روز افزایش خواهد یافت که ۷۰ هزار بشکه در روز کمتر از پیش‌بینی ماه گذشته است. اوپک اکنون انتظار دارد که تولید نفت شیل آمریکا سال آینده در ۹۰۰۵ میلیون بشکه در روز ثابت بماند. ماه گذشته، اوپک انتظار رشد کمی را نسبت به سال گذشته داشت و در ژانویه پیش‌بینی کرده بود که تولید در سال ۲۰۲۶ به ۹.۲۸ میلیون بشکه در روز خواهد رسید.

۵.۸ درصد

فروش خرده‌فروشی در چین طی ماه مه رشد قابل‌توجهی داشته، اما رشد تولید صنعتی با کاهش همراه بوده است. این وضعیت در حالی رخ‌داده که دومین اقتصاد بزرگ جهان همچنان با پیامدهای جنگ تجاری با آمریکا دست‌وپنجه نرم می‌کند. براساس گزارش اداره ملی آمار چین، تولید صنعتی در ماه مه نسبت به سال گذشته تنها ۵.۸ درصد رشد داشته که کندترین نرخ رشد اسمال محسوب می‌شود و از رشد ۶.۱ درصدی ماه آوریل نیز کمتر است. در مقابل، فروش خرده‌فروشی با رشد ۶.۴ درصدی از پیش‌بینی‌ها فراتر رفت و سریع‌ترین رشد را از دسامبر ۲۰۲۳ تاکنون ثبت کرد. در شرایطی که چین سال‌ها با چالش افزایش تقاضای مصرف‌روروبرو بوده، دولت چین پیینگ این موضوع را از اولویت تبدیل کرده است؛ به‌ویژه در سایه فشارهای ناشی از تورم منفی و بحران چند ساله بازار مسکن. افزایش تنش‌های تجاری با آمریکا نیز بر اقتصاد چین فشار وارد کرده است.

۴.۲۵ درصد

بانک مرکزی رزرو ژوژ پنجشنبه نرخ بهره سیاستی خود را با ۲۵ واحد پایه کاهش به ۴.۲۵ درصد رساند و اعلام کرد که به دلیل چشم‌انداز تورمی ملایم‌تر، کاهش‌های بیشتری در راه است، تصمیمی که اکثر تحلیلگران را غافلگیر کرد و باعث تضعیف پول ملی شد. بانک مرکزی رزروژ در بیانیه‌ای اعلام کرد که چشم‌انداز اقتصادی نامشخص است، اما اگر اقتصاد به طور کلی همان‌طور که پیش‌بینی می‌شود، تکامل یابد، نرخ بهره سیاستی در طول سال ۲۰۲۵ بیشتر کاهش خواهد یافت. آیدا ولین باخه، رئیس بانک مرکزی، در یک کنفرانس مطبوعاتی گفت که نرخ بهره سیاستی می‌تواند تا پایان سال یک یا دو بار دیگر کاهش یابد و هزینه‌های استقرار را به ۴.۰۰ درصد یا ۳.۷۵ درصد کاهش دهد. بانک مرکزی رزروژ اعلام کرد که تا پایان سال ۲۰۲۸، این نرخ احتمالاً حدود ۳ درصد خواهد بود. کاهش نرخ بهره در روز پنجشنبه، اولین کاهش از سال ۲۰۲۰ بوده است.

فرصت امروز: بیشتر از ۱۱ روز از آغاز تجاوز اسرائیل به خاک ایران می‌گذرد. حمله‌ای که غافلگیرانه آغاز شد اما به تدریج و با تسلط بیشتر بر اوضاع، از شوک ابتدایی آن کاسته شد. حالا خبرها از بازگشت بخش گسترده‌ای از مسافران به تهران و دیگر کلانشهرها حکایت دارد. به نظر می‌رسد مردم در تلاش هستند در شرایط جنگی، زندگی شهری خود را دوباره از سر بگیرند. این نکته مثبت و امیدوارکننده‌ای از اهمیت برنامه‌ریزی و سیاستگذاری مناسب برای اداره کشور در شرایط ویژه فعلی است. اداره کشور در شرایط بحرانی جنگ‌ها، بخشی از نبرد نظامی است که ارتش‌ها انجام می‌دهند و کمتر کشوری بوده که بدون یک برنامه‌ریزی درست و سیاستگذاری مناسب بتواند در میدان نظامی هم به پیروزی نهایی دست پیدا کند. هر چند دو بانک سبیه و پاسارگاد در روزهای اول جنگ دچار اختلال شدند و در نهایت توانستند اختلال بانکی خود را رفع کنند، اما برای مواجهه با شرایط احتمالی باید اقدامات مناسب را به کار بست که از مهمترین آنها، تسهیل دسترسی هموطنان به خدمات بانکی است. در این راستا، روز گذشته بانک مرکزی از دو برابر شدن سقف انتقال وجه کارت به کارت در برنامه‌های پرداخت، خبر داد و اعلام کرد: با مجوز این بانک، سقف انتقال وجه کارت به کارت در برنامه‌های پرداخت (پرداخت‌سازی) به ۱۰ میلیون تومان افزایش یافت. بدین ترتیب، بانک مرکزی در راستای بهبود کیفی خدمات و تسهیل دسترسی هموطنان به خدمات بانکی، سقف عملیات انتقال وجه کارت به کارت را علاوه بر همراه بانک‌ها در برنامه‌های پرداخت، بالا برد و با افزایش دو برابری از ۵ میلیون تومان به ۱۰ میلیون تومان برای هر کارت بانکی در روز رساند. این امکان که با مساعدت بانک مرکزی، شرکت شاپرک، شبکه بانکی و برنامه‌های پرداخت در اختیار کاربران قرار گرفته، در حال حاضر برای کاربران اغلب بانک‌ها عملیاتی شده و در روزهای آینده برای تمامی بانک‌های عضو شبکه شتاب فعال خواهد شد.

کشور از شوک حمله ابتدایی بیرون آمد

سیاست‌های اقتصادی در شرایط جنگی تاکنون در بیشتر کشورها یکسان بوده است. دولت‌ها سعی می‌کنند با ورود به مدیریت بازار،

نیض اقتصاد را به دست بگیرند و بازار کالاهای اساسی را کنترل کنند. «هادی حق‌شناس» استاندار گیلان و کارشناس اقتصادی، اولویت نخست دولت را تامین کالاهای اساسی مردم می‌داند و در این باره به «خبرآنلاین» می‌گوید: «با وجود حمله غافلگیرکننده اسرائیل، به سرعت شرایط در کشور در حال عادی‌تر شدن است. آنچه امروز من می‌بینم، خروج فوری ایران از شوکی بود که با اقدامات تروریستی رژیم پلید اسرائیل به ما تحمیل شد. دولت جنایتکار نتانیاهو تصور می‌کرد با ضربه‌ای غافل‌گیرکننده در عرض مدتی کوتاه ایران را تسلیم کند اما کشور خیلی زود از شوک اولیه خارج شد. حالا امروز جامعه در حال حرکت به یک وضعیت نرمال‌تر و عادی‌تر است.»

به گفته «حق‌شناس»، «این حمله را شاید بارها شنیده‌ایم که جنگ مادر بحران‌ها است؛ زیرا سیل، زلزله و دیگر حوادث طبیعی و حتی اتفاقاتی چون شیوع کرونا ممکن است به بحران در بخش یا بخش‌هایی از جامعه بینجامند. ولی این جنگ است که بحران را به همه سطوح تحمیل می‌کند. تمام جغرافیا و همه مشاغل، درگیر جنگ‌ها می‌شوند و به همین اعتبار می‌توانیم تأیید کنیم که جنگ واقعا مادر بحران‌ها است.» او اولویت فعلی مسئولان را تامین کالاهای اساسی مردم، می‌داند و می‌افزاید: «هرچه زمان بگذرد، روند عادی‌سازی تسریع خواهد شد.» استاندار گیلان با یادآوری جنگ هشت ساله ایران و عراق، ادامه می‌دهد: «در روز ۳۱ شهریورماه ۱۳۵۹، کشور با یک تجاوز نظامی مواجه شد، چیزی که ۲۴ خردادماه امسال هم رخ داد. بخش بزرگی از جمعیت امروز کشورمان، خاطرات آن جنگ را به خاطر دارند. نتیجه آن جنگ برای ایران، حفظ تمامیت ارضی خود بود و برای حاکمان آن زمان عراق، آغاز روند اضمحلال حزب بعث بود. اینها در خاطره جمعی مردم ما ثبت است و امروز همین خاطره جمعی می‌تواند به آرامش عمومی، کمک کند.» به اعتقاد این کارشناس اقتصاد کلان، «در این وضعیت تامین کالاهای اساسی از هر چیزی مهمتر است. خوشبختانه گرچه این جنگ غافلگیرانه آغاز شد اما تامین کالاهای اساسی در مجموع به خوبی انجام شده و حتی به مناطقی که مردم به

پس‌لرزه حمله آمریکا در بازارهای جهانی

قیمت نفت بالا رفت، سهام ریخت

در حرکت نفتکش‌ها در تنگه هرمز وجود ندارد و نگرانی‌ها فعلا در حد تحلیل و گمانه‌زنی است. به گفته «جاش گیلبرت» تحلیلگر بازار در شرکت کارگزاری ئی‌تورو در سیدنی، گسترش این نااطمینانی به سرعت درحال تبدیل شدن به یک امر عادی جدید در بازارهاست، بنابراین احتمالاً شاهد آرامش نسبی خواهیم بود، مگر اینکه تنش‌ها افزایش پیدا کند. اما حتی بدون پیامد فوری، ترکیبی از نوسانات در بازار نفت و افزایش دوباره نااطمینانی، احتمالاً برای پایین نگه داشتن ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران کافی خواهد بود.

بررسی‌ها نشان می‌دهد واکنش بازار از زمان شروع حمله اسرائیل به ایران عمدتاً آرام بوده است. شاخص S&P ۵۰۰ حتی با وجود کاهش در طول دو هفته گذشته، تنها حدود ۳ درصد از بالاترین سطح خود در ماه فوریه پایین‌تر است. شاخص دلار هم پس از اینکه اوایل این ماه به پایین‌ترین سطح سه ساله خود رسید، تنها حدود یک درصد رشد داشته است. به اعتقاد برخی ناظران بازار، پایدار بودن این شرایط تا حد زیادی به پاسخ ایران به حمله آمریکا بستگی دارد. براساس پیش‌بینی شرکت «گلدمن ساکس»، در صورتی که جریان نفت در تنگه هرمز برای یک ماه به نصف کاهش پیدا کند، بهای نفت برنت ممکن است تا ۱۱۰ دلار در هر بشکه به طور موقت افزایش یابد. هرچند در ادامه و برای یازده ماه دیگر حدود ۱۰ درصد کمتر از حد معمول باقی خواهد ماند.

در این میان، بازارها از تبعات چرخه تلافی حملات نظامی، نگران هستند. ایران قول داده است که بمباران آمریکا «پیامدهای همیشگی» به دنبال خواهد داشت. در همین حال، اسرائیل حملات خود را از سر گرفته است و سایت‌های نظامی در تهران و غرب ایران را هدف قرار داده است. به گفته «آتارو اوکومورا» تحلیلگر ارشد نرخ بهره در شرکت کارگزاری اس ام بی سی نیکو، اگر چرخه تلافی کردن حملات نظامی ادامه پیدا کند، افزایش هزینه‌های مالی آمریکا می‌تواند به افزایش بازده اوراق خزانه‌داری و قیمت سهام آمریکا منجر شود. در جنگ سال ۲۰۰۳ عراق و جنگ ۱۹۹۱ خلیج فارس نیز ارزش سهام آمریکا افزایش

سقف انتقال کارت به کارت در برنامه‌های پرداخت، ۱۰ میلیون تومان شد

آمادگی دولت برای سناریوهای اقتصادی



آنجا سفر کردند هم به درستی انجام شده است. ضمن اینکه ازدحام پمپ بنزین‌ها و نانوایی‌ها هم کم شده و یک آرامش نسبی در این زمینه دیده می‌شود.»

ما برای همه سناریوها برنامه داریم

«حق‌شناس» با تأکید بر اهمیت تامین کالاهای اساسی، معتقد است که «با گذشت چند روز از آغاز جنگ، هم به لحاظ روحی و روانی و هم به لحاظ توزیع کالاهای اساسی، شرایط عادی‌تر شده است. تامین آب، برق، گاز، نان، حامل‌های انرژی و کالاهایی از این دست در تمام مدت جنگ باید به درستی انجام شود و اولویت بر هر چیز دیگری داشته باشد؛ چنانکه ما در زمان جنگ هشت ساله با عراق نیز چنین اقداماتی را در دستور گذاشتیم. خوشبختانه امروز در سطح مدیران کشور، کسانی که تجربه جنگ با عراق را دارند، حضور دارند و به خوبی می‌توانند تجربه پیشین را به امروز منتقل کنند.»

او با اشاره به اینکه ممکن است جنگ طولانی مدت شود، می‌افزاید: «پرواضح است اینها که گفتیم برای دوره کوتاه مدت است. در سناریوهایی که جنگ به درازا بکشد هم راه حل‌های بهینه‌ای وجود دارند تا به تناسب شرایط، بهترین اقدامات در دستور قرار بگیرد. در حال حاضر باید الزامات اداره کشور در جنگی کوتاه مدت را فراهم آورد و برای طولانی شدن آن نیز اندیشید.» به گفته «حق‌شناس»، «وقتی نظام بشار اسد در سوریه فرو یاشید، باز هم صهیونیست‌ها به زیرساخت‌های این کشور حمله کرده و آنها را نابود کردند. ما با یک رژیم جنایتکار طرفیم که کافی است به شرایط مسلط شود، در آن حالت بدون لحظه‌ای تأمل، تمام زیرساخت‌های کشورمان را نابود خواهد کرد.» ما با یک جنایتکار جنگی و نسل‌کش مواجهیم که تنها زبان قدرت و زور را می‌فهمد باید امیدوار باشیم نیروهای مسلح ما پاسخ آنها را چنانکه شایسته است با اقتدار بدهند. با این حال، هرچه از زمان جنگ گذشته، برعکس تصور نتانیاهو، ایران در حال مسلط‌تر شدن به اوضاع است و در مقابل، موشک‌های ایرانی با دقت و قدرتی بیشتر به اهداف خود برخورد می‌کنند.»

یافت؛ چراکه اثر محرک ناشی از هزینه‌های گسترده جنگ آشکار شد. با این حال، روند کاهش‌ی بازار احتمالاً محدود خواهد بود؛ چراکه برخی از فعالان بازار از قبل خود را برای تشدید هرگونه درگیری احتمالی آماده کرده‌اند. شاخص جهانی MSCI که عملکرد بازار سهام اقتصادهای توسعه یافته را رصد می‌کند، از زمان آغاز حمله اسرائیل به ایران حدود ۱.۵ درصد کاهش یافته است. مدیران صندوق‌ها میزان سهام خود را کاهش داده‌اند و سهام دیگر در وضعیت خرید افراطی خود نیست در حالی که تقاضا برای پوشش ریسک افزایش یافته است؛ به این معنا که در این سطوح احتمال ریزش شدید بازار کمتر است. بررسی‌ها نشان می‌دهد واکنش بازار از زمان شروع حمله اسرائیل به ایران عمدتاً آرام بوده است. شاخص S&P ۵۰۰ حتی با وجود کاهش در طول دو هفته گذشته، تنها حدود ۳ درصد از بالاترین سطح خود در ماه فوریه پایین‌تر است. شاخص دلار هم پس از اینکه اوایل این ماه به پایین‌ترین سطح سه ساله خود رسید، تنها حدود یک درصد رشد داشته است. به اعتقاد برخی ناظران بازار، پایدار بودن این شرایط تا حد زیادی به پاسخ ایران به حمله آمریکا بستگی دارد. براساس پیش‌بینی شرکت «گلدمن ساکس»، در صورتی که جریان نفت در تنگه هرمز برای یک ماه به نصف کاهش پیدا کند، بهای نفت برنت ممکن است تا ۱۱۰ دلار در هر بشکه به طور موقت افزایش یابد. هرچند در ادامه و برای یازده ماه دیگر حدود ۱۰ درصد کمتر از حد معمول باقی خواهد ماند.

در این میان، بازارها از تبعات چرخه تلافی حملات نظامی، نگران هستند. ایران قول داده است که بمباران آمریکا «پیامدهای همیشگی» به دنبال خواهد داشت. در همین حال، اسرائیل حملات خود را از سر گرفته است و سایت‌های نظامی در تهران و غرب ایران را هدف قرار داده است. به گفته «آتارو اوکومورا» تحلیلگر ارشد نرخ بهره در شرکت کارگزاری اس ام بی سی نیکو، اگر چرخه تلافی کردن حملات نظامی ادامه پیدا کند، افزایش هزینه‌های مالی آمریکا می‌تواند به افزایش بازده اوراق خزانه‌داری و قیمت سهام آمریکا منجر شود. در جنگ سال ۲۰۰۳ عراق و جنگ ۱۹۹۱ خلیج فارس نیز ارزش سهام آمریکا افزایش

جددا از فدرال رزرو آمریکا که در نشست اخیر خود، نرخ بهره را تغییر نداد و آن را در همان محدوده ۴.۲۵ تا ۴.۵ درصد نگه داشت، سایر بانک‌های مرکزی بزرگ جهان، از جمله ژاپن و انگلستان نیز این هفته نرخ بهره خود را ثابت نگه داشتند تا در برابر تورم، رکود احتمالی و بحران‌های ژئوپلیتیکی، واکنش محتاطانه‌ای نشان دهند. همچنین بانک‌های مرکزی ترکیه، پاکستان، اندونزی، تایوان، نامیبیا، گرجستان و بوتسوانا نیز نرخ بهره خود را بدون تغییر نگه داشتند. در عوض، سوئد و نروژ نرخ بهره را کاهش دادند و بانک مرکزی سوئیس هم نرخ بهره را به صفر رساند. در مقابل، برزیل نرخ بهره را افزایش داد.

مدیریت منابع انسانی با کمک هوش مصنوعی: انقلاب بی‌صدا در قلب سازمان‌ها

می‌کند براساس داده‌های واقعی سنجیده شده و نه سلیقه مدیرش، اعتماد بیشتری به سیستم خواهد داشت. این اعتماد باعث افزایش انگیزه و در نهایت، افزایش عملکرد می‌شود. نکته کلیدی اینکه تحلیل داده‌های عملکردی به تیم منابع انسانی کمک می‌کند تا روندهای کلی سازمان را نیز درک کند. برای مثال، اگر اکثر کارکنان در یک بخش خاص بهره‌وری پایینی دارند، شاید مشکل از سیستم کاری، رهبری یا ساختار تیم باشد. هوش مصنوعی این بینش‌ها را در اختیار سازمان قرار می‌دهد تا بتواند اقدامات اصلاحی کلان انجام دهد. تحلیل داده‌های عملکرد با کمک هوش مصنوعی، منابع انسانی را وارد عصر تصمیم‌گیری علمی و مبتنی بر پاسخگویی فردی نباشد و تیم منابع انسانی بتواند تمرکزش را به موضوعات مهمتری معطوف کند. از سوی دیگر، ابزارهای اتوماسیون می‌توانند فرآیند جذب نیرو، غربالگری رزومه‌ها و حتی برنامه‌ریزی مصاحبه‌ها را با دقت و سرعت بیشتری انجام دهند.

همچنین، فرآیندهای مربوط به مدیریت عملکرد مانند جمع‌آوری بازخورد، تنظیم گزارش‌های دوره‌ای یا پردازش پاداش‌ها و ترفیع‌ها نیز می‌توانند به صورت خودکار و براساس داده‌های واقعی انجام شوند. هوش مصنوعی قادر است اطلاعات را از چندین منبع داخلی جمع‌آوری کرده، الگوهای رفتاری را شناسایی کند و به مدیران منابع انسانی گزارش‌هایی هوشمند ارائه دهد که به تصمیم‌گیری بهتر کمک می‌کنند.

مزیت کلیدی اتوماسیون این است که دقت و یکنواختی را افزایش می‌دهد. برخلاف روش‌های دستی که احتمال خطا، فراموشی یا سوگیری در آنها بالاست، سیستم‌های خودکار می‌توانند بدون وقفه، با دقت بالا و به صورت منظم کار کنند. این یعنی کاهش خطاهای منابع انسانی و بهبود تجربه کارکنان در تعامل با سیستم‌های اداری. در مجموع، اتوماسیون با کمک هوش مصنوعی می‌تواند منابع انسانی را از یک واحد بوروکراتیک و سنتی، به بخشی چابک، دقیق و هوشمند تبدیل کند. این تحول نه تنها رضایت مدیران را بالا می‌برد، بلکه تجربه کارکنان از سازمان را نیز بسیار بهبود می‌بخشد.

تحلیل داده‌های عملکردی: تصمیم‌گیری علمی در مدیریت استعداد

در گذشته سنجش عملکرد کارکنان اغلب به ارزیابی‌های سالانه، گزارش‌های دستی با نظرات کیفی محدود می‌شد روش‌هایی که هم ذهنی بودند و هم ناقص. اما هوش مصنوعی با ورود به این حوزه، انقلابی ایجاد کرده است. حالا سازمان‌ها می‌توانند با استفاده از الگوریتم‌های پیشرفته، داده‌های عملکردی کارکنان را به صورت دقیق، مستمر و بدون سوگیری تحلیل کنند و براساس این تحلیل‌ها، تصمیم‌گیری‌های شفاف‌تری داشته باشند. این داده‌ها می‌توانند شامل تعداد پروژه‌های موفق، سرعت انجام کار، میزان تعامل با همکاران، رضایت مشتریان، سطح بهره‌وری در ساعات کاری و بسیاری از شاخص‌های رفتاری دیگر باشند. هوش مصنوعی این اطلاعات را از منابع مختلف جمع‌آوری می‌کند و سپس با شناسایی الگوها، نقاط قوت و ضعف هر کارمند را به صورت تصویری و عددی نمایش می‌دهد. این شفافیت در تحلیل عملکرد، به مدیران کمک می‌کند تصمیم‌های عادلانه‌تری درباره پاداش، ارتقا یا حتی نیاز به آموزش بگیرند.

مزیت بزرگ این سیستم‌ها آن است که دیگر نیازی به قضاوت‌های شخصی یا برداشت‌های فردی نیست. وقتی یک کارمند احساس

جای انتظار برای نظرسنجی‌های سالانه یا جلسات گاه به گاه، مدیران می‌توانند هر روز تصویر به روزی از وضعیت کارکنان داشته باشند. این پایش بالادرنگ می‌تواند تصمیم‌گیری‌ها را دقیق‌تر، واکنش‌ها را سریع‌تر و ارتباطات سازمانی را همدلانه‌تر کند. در مجموع، تحلیل احساسات به برندها کمک می‌کند تا نه تنها کارکنان را بهتر درک کنند، بلکه با شناخت زودهنگام مشکلات، از هزینه‌های خروج کارکنان، افت بهره‌وری یا ایجاد فضای منفی در سازمان جلوگیری کنند. این یعنی هوش مصنوعی به جای یک ابزار فنی صرف، تبدیل به یک حسگر انسانی برای سازمان می‌شود.

پیش‌بینی ترک شرکت: آمادگی برای مقابله با ریسک خروج استعدادها

یکی از دغدغه‌های اساسی تیم منابع انسانی، پیش‌بینی و کنترل نرخ ترک خدمت کارکنان است. از دست دادن یک نیروی کلیدی نه‌تنها هزینه‌بردار است، بلکه می‌تواند اختلالاتی جدی در فرآیندهای سازمانی ایجاد کند. در این زمینه، هوش مصنوعی توانسته با تحلیل داده‌های تاریخی، الگوهای رفتاری و حتی اطلاعات بیرونی، به پیش‌بینی احتمال ترک خدمت کارکنان کمک شایانی کند. با استفاده از مدل‌های پیش‌بینی شرکت‌ها می‌توانند شاخص‌هایی را شناسایی کنند که اغلب پیش‌زمینه خروج کارمندان هستند. از جمله این شاخص‌ها می‌توان به کاهش تعامل، افت عملکرد، افزایش تاخیرها یا تغییر ناگهانی در بازخوردها اشاره کرد. هوش مصنوعی می‌تواند این‌علام هشدار را به موقع تشخیص داده و آنها را به مدیران گزارش دهد تا مداخلات به موقع و هدفمند انجام شود. اگر الگوریتم‌ها نشان دهند که یکی از اعضای تیم احتمال بالایی برای ترک شغل دارد، مدیر منابع انسانی می‌تواند با او جلسهای برگزار کند، مشکلات احتمالی را شناسایی کرده و راه حل‌هایی مانند ارتقای شغلی، انعطاف بیشتری یا افزایش انگیزش را پیشنهاد دهد. این رویکرد به برندها اجازه می‌دهد پیش از آنکه دیر شود، بحران را کنترل کنند. یکی از نقاط قوت این تکنیک آن است که کاملاً متناسب با داده‌ها و ویژگی‌های خاص هر سازمان طراحی می‌شود. الگوریتم‌ها براساس داده‌های داخلی مانند سن، سمت، مدت‌زمان استخدام، نتایج ارزیابی‌ها و حتی داده‌های رفتاری، الگوهای خاصی را شناسایی کرده و پیش‌بینی‌هایی با دقت بالا ارائه می‌دهند. این یعنی هر سازمان می‌تواند مدل مخصوص به خود را برای پیش‌بینی ریسک خروج ایجاد کند.

استفاده از این ابزار به مدیران کمک می‌کند تا نه تنها برنامه‌های جانشین‌پروری بهتری داشته باشند، بلکه استراتژی‌هایی برای افزایش ماندگاری کارکنان طراحی کنند. از دیدگاه اقتصادی و انسانی، کاهش نرخ ترک خدمت یکی از مهمترین شاخص‌های موفقیت تیم منابع انسانی است و هوش مصنوعی آن را به شیوه‌ای علمی و دقیق ممکن می‌سازد.

شخصی‌سازی مسیر رشد و توسعه شغلی: خلق تجربه‌ای منحصر به فرد برای هر کارمند

در دنیای منابع انسانی مدرن، دیگر نمی‌توان با یک برنامه آموزش عمومی و یکسان برای همه کارکنان، انتظار رشد پایدار و انگیزه مداوم داشت. کارمندان امروزی خواهان مسیری هستند که دقیقاً با علایق، توانایی‌ها و اهداف شخصی‌شان هم‌راستا باشد. اینجاست که هوش مصنوعی وارد عمل می‌شود و مسیر رشد حرفه‌ای را برای هر فرد شخصی‌سازی می‌کند. این فناوری با تحلیل داده‌های مربوط به عملکرد، بازخورد، مهارت‌های فعلی و علایق فردی، می‌تواند برنامه‌ای کاملاً سفارشی برای آموزش، ارتقا و توسعه هر فرد ارائه دهد. برای مثال، اگر هوش مصنوعی تشخیص دهد که یک کارمند تمایل و پتانسیل بالایی در زمینه مدیریت پروژه دارد، می‌تواند دوره‌های آموزشی مرتبط، پروژه‌های داخلی مناسب و حتی مسیر ارتقا به سمت مدیریت را پیشنهاد کند. این سطح از شخصی‌سازی نه تنها احساس دیده شدن و اهمیت داشتن را در کارکنان تقویت می‌کند، بلکه احتمال ماندگاری و تعهد آنها به سازمان را نیز افزایش می‌دهد. علاوه بر این، سیستم‌های هوش مصنوعی قادرند روند پیشرفت کارکنان را به صورت مستمر پایش کرده و بازخوردهای دقیقی ارائه دهند. مثلاً اگر فردی در یادگیری یک مهارت خاص کند پیش می‌رود، الگوریتم‌ها می‌توانند با پیشنهاد منابع جایگزین یا مربی‌گری هدفمند، مانع از دل‌سردی و افت عملکرد او شوند. این یعنی تجربه آموزشی در سازمان، زنده، پویا و مطابق با ریتم هر فرد طراحی می‌شود.

یکی از مزایای مهم این روش، آن است که فرصت‌های رشد را برای کارکنان در تمام سطوح سازمان برابر می‌کند. در ساختارهای سنتی، معمولاً تنها نخبگان با نیروهای نزدیک به مدیریت از فرصت‌های توسعه برخوردار بودند، اما با کمک هوش مصنوعی، این امکان برای همه فراهم می‌شود و از این طریق، عدالت سازمانی تقویت شده و استعدادهای پنهان کشف می‌شوند. شخصی‌سازی مسیر رشد با کمک هوش مصنوعی به معنای ایجاد یک تجربه کارمندی کاملاً انسانی و منحصر به فرد است نه براساس حدس و گمان مدیران، بلکه با تکیه بر داده‌های دقیق، رفتارهای واقعی و پتانسیل اثبات شده. این رویکرد جدید می‌تواند منابع انسانی را از یک بخش صرفاً اجرایی، به یکی از موتورهای راهبردی سازمان تبدیل کند.

اتوماسیون فرآیندهای منابع انسانی: حذف کارهای تکراری
بخش منابع انسانی اغلب با حجم بالایی از کارهای تکراری، زمان‌بر

نویسنده: علی آل‌علی
در طول سال‌های اخیر مدیران منابع انسانی بیشتر از همیشه زیر فشار تصمیم‌های حساس، انبوهی از داده‌ها و انتظارات متنوع نیروی کار قرار گرفته‌اند. زمانی تصور می‌شد اداره نیروی انسانی تنها به گزینش و حقوق و دستمزد محدود می‌شود، اما امروزه این حوزه به نقطه عطفی برای موفقیت یا سقوط برندها تبدیل شده است. در چنین شرایطی هوش مصنوعی به مثابه نیرویی تازه نفس توانسته نظم و دقتی بی‌سابقه به این بخش تزریق کند. فناوری هوش مصنوعی دیگر فقط ابزار شرکت‌های تکنولوژیک نیست، بلکه اکنون در اتاق‌های مدیریت منابع انسانی هم حضور دارد. از استخدام هوشمند گرفته تا پیش‌بینی نرخ ترک کارکنان، هوش مصنوعی توانسته چشمی دقیق‌تر و مغزی سریع‌تر برای مدیران فراهم کند. این تکنولوژی نه تنها در صرفه‌جویی زمان و منابع موثر است، بلکه در تحلیل الگوهای رفتاری و تصمیم‌سازی‌های دقیق نقشی بی‌بدیل ایفا می‌کند.

از همین رو دیگر نمی‌توان مدیریت منابع انسانی را بدون بهره‌گیری از هوش مصنوعی تصور کرد. برندهایی که در این مسیر حرکت نمی‌کنند، رفته رفته مزیت رقابتی خود را از دست خواهند داد، اما سوال اصلی اینجاست: چگونه باید از هوش مصنوعی برای مدیریت بهینه منابع انسانی استفاده کرد؟ ما در ادامه به بررسی دقیق تکنیک‌هایی خواهیم پرداخت که هوش مصنوعی را به ابزاری حیاتی برای تیم‌های منابع انسانی تبدیل کرده‌اند.

استخدام هوشمند: انتخاب بهترین گزینه‌ها با داده‌های دقیق
در گذشته نه چندان دور استخدام فرآیندی زمان‌بر، پرهزینه و اغلب غیردقیق بود. شرکت‌ها رزومه‌ها را یکی یکی بررسی می‌کردند و تصمیم‌ها به شهود مدیر منابع انسانی وابسته بود، اما با ورود هوش مصنوعی، این فرآیند به مرحله‌ای از تحول رسیده که دقت، سرعت و عدالت را همزمان دربر می‌گیرد. هوش مصنوعی از طریق تحلیل کلان داده‌ها می‌تواند کاندیداهای مناسب را براساس فاکتورهایی بسیار بیشتر از آنچه در رزومه نوشته شده، شناسایی کند.

یکی از مزیت‌های اصلی استخدام هوشمند این است که الگوریتم‌ها بدون تعصب، و تنها براساس شایستگی‌ها تصمیم‌گیری می‌کنند. این موضوع می‌تواند به حذف سوگیری‌های ناخودآگاه در فرآیند جذب کمک کند و تنوع بیشتری در نیروی کار سازمان‌ها ایجاد نماید. به علاوه، هوش مصنوعی می‌تواند از روی داده‌های تاریخی سازمان، بهترین الگوهای استخدام را تحلیل کرده و بهینه‌سازی مداومی ارائه دهد.

بلفورم‌هایی مانند هایر ویو (HireVue) یا پایمتریکس (Pymetrics) از هوش مصنوعی برای تحلیل ویدئوهای مصاحبه یا بازی‌های روان‌شناختی داوطلبان استفاده می‌کنند تا نقاط قوت، تیپ شخصیتی و تناسب فرهنگی هر فرد را بررسی نمایند. این اطلاعات برای انتخاب دقیق‌تر و هم‌راستایی با فرهنگ سازمانی بسیار ارزشمند است. در نتیجه استخدام هوشمند نه تنها کیفیت جذب نیرو را بالا می‌برد، بلکه زمان زیادی را نیز برای تیم منابع انسانی ذخیره می‌کند. وقتی شرکت‌ها بتوانند ظرف چند ساعت کاندیداهای برتر را شناسایی کنند، دیگر نیازی به هفته‌ها بررسی و آزمون‌های دستی نیست. به این ترتیب رقابت برای جذب استعدادها در بازارهای کم‌مبود نیروی متخصص در آن بیاد می‌کند، به نفع برندهایی با سیستم هوشمند تغییر می‌کند.

فراموش نکنید، استخدام هوشمند نشان می‌دهد که تصمیم‌گیری‌های منابع انسانی، اگرچه در ظاهر انسانی‌ترین بخش سازمان هستند، اما با کمک هوش مصنوعی می‌توانند به یکی از علمی‌ترین و اثربخش‌ترین فرآیندهای سازمان تبدیل شوند.

تحلیل احساسات کارکنان: درک عمیق‌تری از حال و هوای درون سازمان

یکی از دغدغه‌های همیشگی مدیران منابع انسانی شناخت دقیق و بی‌واسطه از احساسات کارکنان است، اما اغلب کارمندان آنقدر صادقانه یا سریع بازخورد نمی‌دهند که بشود از دل جلسات رسمی یا فرم‌های ارزیابی، به تصویر شفافی رسید. اینجاست که هوش مصنوعی، با قدرت تحلیل داده‌های غیرساختارمند مانند ایمیل‌ها، پیام‌ها و نظرسنجی‌های داخلی، ابزاری قدرتمند برای سنجش احساسات درون سازمانی به حساب می‌آید.

تحلیل احساسات (Sentiment Analysis) به کمک الگوریتم‌های یادگیری ماشین می‌تواند از روی زبان نوشته شده یا گفتاری کارکنان، احساسات غالب را استخراج کند. برای مثال، اگر کارمندان در پیام‌های داخلی بیش از حد از واژه‌هایی مثل «خستگی» یا «بی‌عدالتی» استفاده کنند، سیستم به سرعت آن را شناسایی و به مدیران هشدار می‌دهد. این هشدارها می‌توانند جلوی ترک خدمت یا ایجاد بحران را بگیرند.

علاوه بر این، شرکت‌ها می‌توانند با کمک این تحلیل‌ها، به شناخت بهتری از فرهنگ داخلی سازمان برسند. ممکن است تیمی خاص در مقایسه با سایر بخش‌ها دچار فرسودگی بیشتر باشد یا رهبری ناسازگارانه‌ای داشته باشد که به روحیه تیم آسیب می‌زند. تحلیل احساسات با ارائه چنین بینشی می‌تواند به مدیران برای مداخله به موقع و مؤثر کمک کند.

یکی دیگر از مزایای تحلیل احساسات با کمک هوش مصنوعی، امکان پایش مستمر وضعیت سازمان بدون دخالت انسانی است. به



شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان

شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان در نظردارد از طریق برگزاری مناقصه عمومی امرحله ای، «انجام خدمات حمل و نقل» به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید.

لذا ازمتقاضیان شرکت دراین مناقصه دعوت بعمل می آید، جهت دریافت اسناد مناقصه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه ونسبت به واریز مبلغمبلغ ۲۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال به صورت الکترونیکی به شماره حساب ۴۰۴/۴۱۴/۳۱۰۱۱۴۰۴بنام تمرکز وجوه درآمدحق اشعاب وسایردرآمدهای شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان از تاریخ ۱۴۰۴/۴/۴ لغایت ۱۴۰۴/۴/۸ اقدام ویک نسخه از اسناد مناقصه را دریافت نمایند . با توجه به اینکه کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار می گردد ، لازم است در صورت عدم عضویت قبلی شرکتها در سامانه فوق مراحل ثبت نام در سایت مذکورانجام ونسبت به دریافت گواهی امضا، الکترونیکی اقدام نمایند . شرکت کنندگان می توانند جهت کسب اطلاع از سوالات قراردادی با شماره ۳۳۳۱۳۷۶۶و۳۳۳۱۳۸۶۱ و ۳۳۳۱۳۷۵۸-۲۳۳۱۷۶-۶ باداخلی ۲۰۷۱و در خصوص سامانه با داخلی ۳۰۰۰تماس حاصل فرمایند .ثبت شماره تلفن، فکس وایمیل از سوی شرکت کنندگان در سامانه الزامی می باشد .

توضیحات:

۱- مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار ۲۴,۵۸۰,۹۲۹,۰۸۷ریال به صورت تضمین معتبر بانکی و یا واریز نقدی.

۲- **الزامات:**

۲-۱- جلسه توجیهی با حضور نماینده کارفرما و تنظیم صورتجلسه مربوطه،ساعت ۱۱صبح روزسه شنبه مورخ ۱۴۰۴/۴/۱۰ و بارگذاری صورتجلسه در سامانه ستاد الزامی میباشد.

۲-۲- ارائه و بارگذاری مستندات ۲ کار مشابه حداقل به مبلغ دویست میلیارد ریال در قالب یک قرارداد طی ۵ سال گذشته به همراه رضایتنامه مربوطه از کارفرما.

۲-۳- ارائه و بارگذاری مستندات دارا بودن دفتر کار فعال در شهر بندرعباس.

***** در صورت عدم بار گذاری الزامات فوق در سامانه ستاد یران ، پیشنهاد مربوطه بررسی نمی گردد.**

۴- مدت انجام پروژه: ۱۱ ماه شمسی

۵-**دستگاه نظارت :** معاونت مالی و پشتیبانی شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان می باشد و شرکتهای متقاضی می توانند در خصوص سوالات فنی خود با تلفن ۰۹۱۲۴۶۳۸۴۳۵ (آقای مهندس مرادنژاد) تماس حاصل فرمایند.

۶- **حداکثر مهلت بار گذاری و تحویل اسناد:** بار گذاری محتویات (پاکات الف اباج) و ارائه پاکت الف (ضمانتنامه شرکت در فرایند ارجاع کار به دبیر خانه این شرکت) تا ساعت ۸صبح روز یک شنبه مورخ ۱۴۰۴/۴/۲۲ و زمان بازگشایی پاکات در ساعت ۱۰ صبح همان روز در دفتر امور تدارکات و قراردادهای این شرکت می باشد.

۷- **به پیشنهادات مشروط، مهمهم،مخدوش وفاقد سپرده وپیشنهاداتی که بعد ازموعد مقرر به دبیرخانه این شرکت ارسال گردد مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهدشد.**

۸- آگهی ما درسایت سامانه (www.setadiran.ir)بخش «ثبت نام/ پروفایل تامین‌کننده / مناقصه‌گر» قابل مشاهده می‌باشد.

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان



منطقه یک

می‌باشد و کلیه پیشنهادات در ساعت ۹ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۴/۴/۱۶ در اتاق جلسات منطقه یک شهرداری متخوخ می‌شود.

محل انجام کار: شهر بزم - بلوار مابر بزمی - بوستان شهدا

محل دریافت اسناد: متقاضیان می‌توانند به سامانه ستاد به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و اسناد را دریافت نمایند.

سایر موارد:

به پیشنهادهای فاقد سپرده و امضا، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انتهای مدت مقرر واصل شود، سپرده‌های مخدوش و کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

چنانچه برندگان اول تا دوم حاضر به انعقاد قرارداد نشوند، سپرده‌های آن‌ها به ترتیب ضبط خواهد شد.

شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.

هزینه چاپ و نشر آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد(منطقه یک - جعفری). (ش.ا: ۱۹۷۰)

روابط عمومی منطقه یک شهرداری بزم

مدیریت خشم در محل کار: مهارتی کمیاب در دنیای کسب و کار



نویسنده: علی آل علی

شرکتی را تصور کنید که در آن فضای کاری تبدیل به صحنه‌ای دلخراش از تنش و نزاع شده؛ هر روز اعضای تیم درگیر دعوایی می‌شوند که مثل آتش سوزی بی‌مهار فضای اداری را به جهنمی از خشم بدل کرده است. در این محیط صدای فریادهای شکایت‌های بی‌پایان و برخورد‌های تند جای فضای خلاقیت و نوآوری را گرفته و باعث فروپاشی روحیه و انگیزه کارکنان شده است. بی‌شک صحبت از موفقیت سازمانی در چنین شرایطی بیشتر شبیه یک شوخی تلخ است تا ادعایی واقعی.

در میان این بحران حتی کوچک‌ترین گفت‌وگو به مثابه میدان نبردی برای بیان نفرت و بی‌تفاوتی به نظر می‌رسد. راه‌های ارتباطی دچار ناهماهنگی شده‌اند و هرگونه تلاش برای حل مسئله به سرعت به منبع جدیدی از تنش تبدیل می‌شود؛ به طوری که اعضای تیم به جای هماهنگی مشترک در مرزهای درگیری و دشمنی گرفتار شده‌اند.

بی‌شک در چنین سازمانی که خشم اجتناب‌ناپذیر شده و فضای کار به درگیری‌های مداوم تبدیل شده، موفقیت و پیشرفت هرگز به دست نمی‌آید. هنگامی که توجه‌ها صرف جست‌وجوی جرایم گذشته و اتهام زدن به یکدیگر می‌شود، فرصت‌های آموختن، خلاقیت و نوآوری از بین می‌رود. این وضعیت یک چرخه سسمی است که چرخ‌های حرکت سازمان را مسدود ساخته و باعث انباشت مشکلات و نارضایتی‌های عمیق می‌گردد. بی‌شک خشم به تنهایی دشمن اصلی نیست؛ بلکه اگر به درستی مدیریت و هدایت شود، قابلیت تبدیل شدن به نیروی محرکه‌ای برای تغییرات مثبت را نیز دارد. بنابراین شما به عنوان یک کارآفرین، مدیر یا کارمند خوب باید بدانید چه موقعی خشم به جای اثر مثبت، روحیه‌های شما را نابود می‌کند. مدیریت این وضعیت به شما کمک می‌کند تا اوضاع‌تان را به بهترین شکل ممکن مدیریت کنید.

ما در ادامه این مقاله به بررسی چند تکنیک کلیدی در مدیریت خشم در محیط کار می‌پردازیم. هدف از این بررسی ارائه راهکارهایی است که بتوانند به سازمان‌ها و افراد کمک کنند تا با کنترل و هدایت احساسات منفی از جایی که خسونت و درگیری به میان آمده به سمت فضایی سازنده، آرامش‌بخش و خلاق حرکت کنند. این رویکرد در نهایت موجب خلق محیطی می‌شود که در آن افراد می‌توانند با همدلی و انسجام، از چالش‌ها عبور کرده و به موفقیت دست یابند.

تکنیک‌های مدیریت خشم در محیط کار

تقریباً همه ما تجربه عصبانی شدن در محیط کار را داشته‌ایم. گاهی اوقات این خشم تبعات سنگینی هم به همراه دارد. مدیری را در نظر بگیرید که به خاطر بد رفتاری یا کارمندان در حین عصبانیت مجبور به استعفا شود. خب در این صورت یک لحظه غفلت نتایج بی‌نهایت ناگواری را به همراه خواهد داشت، مگر نه؟ تمام تلاش ما در ادامه راهنمایی شما برای پرهیز از تجربه‌های مخربی مثل مثال بالااست. خب اجازه دهید کم کم برویم سراغ اصل ماجرا.

تکنیک اول: افزایش آشنایی با ریشه‌های خشم
افزایش آگاهی عاطفی و شناخت دقیق منشأ احساسات منفی شاید بیشتر شبیه توصیه‌های جلسات ترابی باشد، اما در دنیای کسب و کار هم کاربرد دارد. همانگونه که یک باغبان ماهر پیش از هرس شاخه‌های

پژمرده آفات باغ را شناسایی می‌کند، آگاهی از عوامل تحریک‌کننده خشم در محیط کار نیز می‌تواند زمینه‌های بهبود و تحول را ایجاد نماید. افراد با شناخت عمیق‌تر از واکنش‌های عاطفی خود قادر خواهند بود تا هنگام بروز خشم به جای واکنش‌های انفجاری، راه حل‌های سازنده‌تری را انتخاب کنند.

این فرآیند مشابه تشخیص نقص در یک دستگاه پیچیده است؛ همانطور که یک تکنسین با مشاهده علائم کوچک نقص در چرخ دنده‌های یک ساعت دقیق ممکن است از بروز خرابی‌های جدی جلوگیری کند، شناسایی منشأ خشم می‌تواند به پیشگیری از بروز درگیری‌های عمیق‌تر در محیط کار منجر شود. بنابراین آموزش و تمرین مهارت‌های هوش هیجانی برای کارکنان مانند ابزارهایی است که به آنها کمک می‌کند تا ریشه‌های مشکلات عاطفی را شناسایی کنند و آنها را به سرعت برطرف سازند.

اگر نظر ما را بخواهید، یکی از بهترین روش‌ها تشکیل جلسات مشترک با حضور همکاران است. اینطوری می‌توانید ریشه‌های کدورت و عصبانیت را شناسایی کنید. اگر هم این وضعیت ممکن نیست، بهتر است سراغ جلسات تک نفره بروید. منظور ما استفاده از توصیه افراد حرفه‌ای مثل مشاور سازمانی یا مشاور توسعه شغلی است. افزایش آگاهی عاطفی به منزله نخستین قدم در مسیر مدیریت صحیح خشم است. اگر کارکنان، همانند یک زمان‌سنج دقیق، بتوانند نقاط اوج احساسات خود را تشخیص دهند، به راحتی می‌توانند راهکارهایی جهت خنثی کردن فوران‌های ناگهانی خشم اتخاذ کنند. این تکنیک زمینه را برای ایجاد تغییرات مثبت فراهم می‌کند و تبدیل خشم به نیروی سازنده‌ای میسر می‌سازد.

تکنیک دوم: ایجاد ارتباط محیطی امن برای بیان احساسات

یکی از مهمترین روش‌های مقابله با خشم در محل کار ایجاد فضایی امن و صادقانه برای بیان احساسات است. در شرایطی که افراد از بیان نظرات و احساسات واقعی خود می‌ترسند، عوامل تنش به اوج می‌رسند و به مرور زمان باعث انباشت مشکلات می‌شوند. بنابراین ایجاد محیطی که در آن گفت‌وگوهای صمیمی و بی‌پرده امکان‌پذیر باشد، نقشی اساسی در کاهش خشم و ایجاد همبستگی میان اعضای تیم ایفا می‌کند. ایجاد چنین فضایی نیازمند برقراری قواعد و چارچوب‌های مشخصی است تا هر فرد بتواند بدون ترس از قضاوت یا تحقیر احساسات خود را ابراز کند. همانند اتاقی آرام که در آن هر کسی بتواند بدون نگرانی از سرزنش سخنی از دل بر زبان آورد، یک محیط کاری سالم نیز باید از نظر عاطفی حمایتگر و دلسوز باشد. این رویکرد به افراد کمک می‌کند تا از طریق گفت‌وگو و شنیدن نظرات یکدیگر، به درک مشترک و همدلی دست یابند. همانطور که یک ارکستر بدون هماهنگی بین نوازندگان نمی‌تواند یک سمفونی زیبا اجرا کند، فقدان ارتباطات شفاف در یک تیم کاری نیز باعث بهم ریختگی و افزایش خشم می‌شود. در این میان مدیران باید با فراگیری فنون گوش دادن فعال و ایجاد فرصت‌های گفت وگویی سازنده، نقش رهبرانی الهام‌بخش را ایفا کنند.

اجرای جلسات منظم گفت‌وگو و فراهم کردن بستریایی مانند گروه‌های پشتیبانی یا کارگاه‌های ارتباطی می‌تواند به تقویت این فضا یاری رساند. استفاده

از تکنولوژی‌های جدید در ایجاد کانال‌های ارتباطی هم موثر خواهد بود؛ از طریق سیستم‌های آنلاین گفت‌وگو و استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت ارتباط با کارکنان، امکان بیان آزادانه احساسات فراهم می‌گردد. این رویکرد به مرور زمان باعث افزایش شفافیت، کاهش سوءتفاهم‌ها و از بین بردن سدهای احساسی میان اعضای تیم خواهد شد. برقراری ارتباطات صادقانه و محیطی امن پایه و اساس هر سازمان موفق به شمار می‌آید. وقتی افراد احساس کنند که صدای‌شان شنیده می‌شود و ارزش دارد، خشم آنها به تدریج فروکش می‌کند و راه را برای همدلی، همفکری و نوآوری باز می‌کند. این روش همانند پل‌های متصل‌کننده دو سوی یک دریا امکان عبور از تعاملات خصمانه و رسیدن به سوی موفقیت را فراهم می‌آورد.

تکنیک سوم: استفاده از روش‌های آرام‌سازی

در شرایطی که خشم به نقطه انفجار می‌رسد، بهره‌گیری از روش‌های آرام‌سازی مثل تنفس عمیق می‌تواند به عنوان ابزاری قدرتمند برای کنترل احساسات منفی عمل کند. این تکنیک، برخلاف سرکوب خشم، به افراد کمک می‌کند تا از طریق تکنیک‌های ساده‌ای همچون تنفس منظم، لحظاتی از آرامش را در میان آشفتگی‌های روحی پیدا کنند. این کار دقیقاً مثل استراحت بین دو نیمه در مسابقات فوتبال است که بازیکنان را برای ۴۵ دقیقه سخت دیگر آماده می‌کند. تمرینات تنفسی و مدیتیشن فرصتی فراهم می‌کنند تا افراد به مرور زمان به حالت توازن درونی دست یابند. همانگونه که یک نوازنده پیش از اجرای قطعه‌ای پیچیده چند لحظه به تمرین و تنظیم ریتم می‌پردازد، استفاده از تکنیک‌های تنفس عمیق نیز به کارکنان این امکان را می‌دهد تا پیش از بروز بحران‌های عاطفی به حالت آرامش دست پیدا کنند. این روش، علاوه بر کاهش استرس، منجر به بهبود تمرکز، افزایش خلاقیت و تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه‌تر نیز می‌شود.

بی‌شک در شرایطی که فشار عاطفی افزایش می‌یابد، چند دقیقه وقفه کوتاه برای انجام تمرینات تنفسی می‌تواند همانند روغن کاری برای چرخ دنده‌های ما عمل کند و از بروز واکنش‌های عصبی جلوگیری نماید. این وقفه‌های کوچک نقش اساسی در ماندگاری و پایداری روحیه کارکنان ایفا می‌کنند. اجرای منظم تمرینات آرام‌سازی در قالب کارگاه‌های تمرینی و جلسات کوتاه میان روز کاری می‌تواند به عنوان منعطف‌کننده‌ای برای کاهش تنش‌ها مورد استفاده قرار گیرد. سازمان‌هایی که به اهمیت سلامت روانی و جسمی کارکنان خود واقف هستند، با به کارگیری این تکنیک‌ها، اثر چشمگیری در بهبود کیفیت محیط کار مشاهده خواهند کرد. از سوی دیگر، فعالیت‌های آرام‌بخش مانند یوگا یا جلسات مدیتیشن گروهی می‌توانند به ایجاد یک فرهنگ سازمانی مثبت و همدلانه کمک نمایند.

یادتان باشد استفاده از روش‌های مورد بحث در این بخش نه تنها به مهار خشم‌های لحظه‌ای کمک می‌کند، بلکه زمینه را برای پرورش عادات سالم ارتباطی در میان کارکنان فراهم می‌آورد. این تکنیک مثل نسیمی آرام در میان توفان‌های عاطفی به افراد این امکان را می‌دهد تا در برابر چالش‌های پر تنش محیط کار مقاومت کنند و با انرژی مثبت به سوی موفقیت حرکت نمایند.

تکنیک چهارم: برگزاری جلسات گروهی برای حل اختلاف

در محیط‌هایی که تنش‌ها و اختلافات منجر به

ایجاد فضای خصمانه شده، برگزاری جلسات گروهی می‌تواند عامل مهمی در جهت تسهیل همدلی و ایجاد گفت‌وگوی سازنده باشد. زمانی که افراد احساس می‌کنند در جمع به درستی شنیده می‌شوند، شروع به باز کردن سفره دل خود می‌کنند و به تدریج فضا برای حل مشکلات باز می‌شود. چنین نشست‌هایی می‌توانند به عنوان پل‌هایی برای عبور از دره‌های عمیق تنش‌های عاطفی ظاهر گردند.

این جلسات گروهی با هدف ایجاد بستری امن برای اظهارنظر و به اشتراک گذاشتن تجربیات نقش مهمی در تضعیف دیوارهای سوءتفاهم و انزوا میان کارکنان دارند. همانگونه که قطعات یک پازل تنها زمانی تصویر کاملی می‌سازند که در کنار یکدیگر قرار گیرند، همدلی میان اعضا نیز در نتیجه گفت‌وگو و مشترک و تبادل نظر شکل می‌گیرد. مدیران و مسئولان منابع انسانی با هدایت این گفت‌وگوها می‌توانند زمینه ظهور نکات مثبت و راه حل‌های خلاقانه را فراهم آورند.

اگر از ما می‌شنوید، برای اثربخشی بهتر این جلسات استفاده از تکنیک‌های میانجیگری و بازخورد سازنده ضروری است؛ درست مثل یک مربی ورزشی که با پیدآوری لحظات موفقیت‌آمیز و برجسته کردن توانمندی‌های فردی، انگیزه و اعتماد به نفس را در تیم تقویت می‌کند. اینطوری هر کسی شجاعت لازم برای بیان دلیل اختلاف و عصبانیتش را پیدا خواهد کرد، ماجرا جالب شد، نه؟

اجرای منظم این جلسات اهمیت خاصی در ایجاد فرهنگ سازمانی مثبت دارد. زمانی که کارکنان به صورت گروهی، به مسائل و مشکلات مشترک می‌پردازند، حس تعلق و مسئولیت‌پذیری فردی و جمعی تقویت می‌شود. این فرهنگ به نوبه خود منجر به بهبود همکاری و کاهش درگیری‌های عاطفی می‌شود و سازمان را از چرخه‌های تخریبی نجات می‌بخشد. جلسات گروهی مستمر برای تقویت همدلی و حل اختلافات، همانند سمفونی یک ارکستر هماهنگ عمل می‌کنند که در آن هر ساز با صدای منحصر به فرد خود به خلق آوایی دلنشین کمک می‌کند. این رویکرد گروهی، بستری مناسبی را برای پایه‌گذاری یک محیط کاری پایدار و پر از نوآوری فراهم می‌آورد؛ جایی که اختلافات به وسیله گفت وگویی آگاهانه و راه حل‌های مبتنی بر همکاری، به فرصتی برای رشد سازمانی بدل می‌شوند.

تکنیک پنجم: تمرین و تکرار همیشگی

یکی از مباحث حیاتی در مدیریت خشم توجه به آموزش‌های تخصصی در این زمینه و پرورش مداوم مهارت‌های لازم برای کنترل احساسات است. همانگونه که ورزشکاران با تمرین و آموزش مداوم به بهبود عملکرد خود می‌پردازند، کارکنان نیز نیازمند آموزش‌های منظم در زمینه تکنیک‌های مدیریت خشم هستند تا بتوانند در مواجهه با موقعیت‌های استرس‌زا به شیوه‌ای سازنده عمل کنند. ایجاد کارگاه‌ها و دوره‌های تخصصی ابزار مهمی برای ارتقای سطح آگاهی عاطفی و فراهم آوردن راهکارهای عملی محسوب می‌شود. در این دوره‌های آموزشی، استفاده از روش‌های متنوع آموزشی نظیر مطالعات موردی، بازی‌های نقش و شبیه‌سازی‌های واقعی می‌تواند به انتقال مفاهیم و تکنیک‌های نظارت بر خشم کمک شایانی نماید. همانند آموختن تکنیک‌های جدید در ورزش‌های رزمی، ترسیم موقعیت‌های عملی و تمرین‌های کاربردی زمینه را برای تثبیت رفتارهای مثبت فراهم می‌آورد. از میان این روش‌ها بازی‌های

گروهی و تمرین‌های هم‌افزایی نیز می‌توانند به عنوان محرکی جهت تقویت تعاملات و همدلی در میان کارکنان کاربرد داشته باشند.

تداوم در ارائه آموزش‌های تخصصی نیازمند ارزیابی‌های دوره‌ای است تا میزان پیشرفت افراد سنجیده و نقاط ضعف شناسایی شود. این فرآیند شبیه به آن است که یک معلم ماهر با آزمون‌های منظم، نقاط قوت و ضعف شاگردان خود را ارزیابی می‌کند؛ بدین ترتیب برنامه‌های آموزشی بهبود می‌یابد و کارکنان به صورت مداوم در مسیر رشد عاطفی و حرفه‌ای خود قرار می‌گیرند. بازخوردهای سازنده در این دوره‌ها به هر فرد کمک می‌کند تا تغییرات لازم را در سبک مدیریت خشم خود اعمال کند.

یادتان باشد، با ایجاد فرهنگ یادگیری مداوم و فراهم آوردن منابع آموزشی جامع سازمان‌ها می‌توانند محیطی فراهم کنند که در آن مدیریت خشم نه تنها به عنوان یک مهارت فردی بلکه به عنوان یکی از ستون‌های اصلی توسعه فرهنگی و سازمانی شناخته شود. این سرمایه‌گذاری در آموزش، تبدیل منبعی مثبت از انرژی عاطفی خواهد شد و به کارکنان کمک می‌کند تا در مواجهه با چالش‌های روزمره، با رویکردی روشن و منظم عملکرد نشان دهند؛ همانگونه که یک هنرمند با گذر از مراحل سخت در نهایت به خلق اثری ماندگار دست می‌یابد.

سخن پایانی

به طور کلی محیط‌های کاری که خشم و تنش در آنها به اوج خود رسیده، مانع از بهره‌برداری از استعدادهای نوآوری می‌شود. همانطور که در این مقاله مشاهده کردیم، مدیریت خشم نه تنها به کنترل احساسات منفجرشونده کمک می‌کند، بلکه بستر لازم را برای ایجاد ارتباطات صادقانه، ارتقای همدلی و تداوم یادگیری فراهم می‌آورد. از افزایش آگاهی عاطفی تا برگزاری جلسات گروهی و ارائه آموزش‌های تخصصی، هر یک از این تکنیک‌ها نقشی کلیدی در ایجاد فضایی سازنده و آرام در محیط کار ایفا می‌کنند.

با بهره‌گیری از این راهکارهای جامع سازمان‌ها قادر خواهند بود فضای پراکندگی عصبانیت را به فضایی منسجم، خلاق و مثبت تبدیل کنند؛ جایی که به جای شکایت و ناسازگاری، هماهنگی همچون چرخ دنده‌های یک ساعت دقیق به کار گرفته شده و انرژی منفی به نیروی تحول‌آفرین بدل می‌شود. در این میان، به کارگیری مثال‌ها و تشبیه‌های خلاقانه نیز می‌تواند به روشن‌تر شدن مفاهیم کمک کرده و مسیر تبدیل خشم به موفقیت را هموار سازد.

در پایان، تحول واقعی در محیط‌های کاری مستلزم پایداری به شیوه‌های مدیریت خشم است؛ شیوه‌هایی که در آن افراد نه تنها احساسات خود را کنترل می‌کنند، بلکه از تجارب منفی، انگیزه‌ای برای دستیابی به اهداف گروهی و سازمانی می‌گیرند. به امید آنکه با به کارگیری راهکارهای ارائه شده، بتوان فضای کاری را از دام خشم و کینه به فضایی سرشار از همکاری، خلاقیت و موفقیت بدل نمود.

منابع:
<https://www.betterup.com/blog/how-to-control-anger-at-work>
<https://melodywilding.com/control-your-anger-when-work-drives-you-nuts/>

مدیریت هزینه‌های تبلیغاتی: ماموریت غیر ممکن بازاریاب‌ها

نویسنده: علی آل علی

تبلیغات به عنوان ستون موفقیت هر کسب و کار امروز به یک اقیانوس بیکران از روش‌ها و ابزارها تبدیل شده است؛ اقیانوسی که گاه چنان متنوع و وسیع می‌شود که هوش از سر هر بازاریابی می‌برد. از تبلیغات سنتی که در خیابان‌ها، تلویزیون و رادیو همچنان خودنمایی می‌کنند تا تبلیغات دیجیتال که دنیای وب و شبکه‌های اجتماعی را تسخیر کرده‌اند، انتخاب‌های فراوانی پیش روی کسب و کارها قرار دارد. این تنوع هم فرصت‌هایی بی‌نظیر برای رسیدن به مخاطبان گسترده‌تر و تاثیرگذاری بیشتر را فراهم می‌کند و هم چالش‌های جدی در زمینه برنامه‌ریزی و مدیریت هزینه‌ها به وجود می‌آورد.
خب هیچ کارآفرینی در دنیا بودجه بی‌پایان ندارد. بنابراین باید آن را با وسواس مدیریت کرد.

در این میان مسئله مهم دیگری نیز وجود دارد. بسیاری از کسب و کارها با وسوسه دستیابی به موفقیت سریع بدون برنامه‌ریزی دقیق و با استفاده از شیوه‌های ناشناخته وارد این اقیانوس می‌شوند. نتیجه چنین ریسک بزرگی هدر رفتن بودجه‌های کلان، عدم دستیابی به نتایج مطلوب و گاها ایجاد بدهی‌های سنگین خواهد بود. تبلیغات همانطور که می‌تواند موتور محرک رشد و توسعه کسب و کارها باشد، به همان اندازه می‌تواند تهدیدی جدی برای سلامت مالی آنها محسوب شود، ماجرا جالب شد، نه؟

امروزه، در عصر رقابت فزاینده و انتظارات بالای مشتریان بازاریاب‌ها با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند. افزایش هزینه‌های تبلیغات، تغییر الگوی مصرف کنندگان و پیچیدگی ابزارهای بازاریابی همگی نیاز به رویکردی هوشمندانه و راهبردی در مدیریت بودجه‌های تبلیغاتی را بیش از پیش ضروری کرده است. اما این مدیریت هزینه‌ها به معنای کم اهمیت جلوه دادن تبلیغات یا صرفه‌جویی بی‌مورد نیست، بلکه هدف اصلی آن دستیابی به حداکثر بازدهی با کمترین هزینه است. درست مثل شرکت فورد که هر سال سعی می‌کند خودروهایی با مصرف سوخت کمتر روانه بازار کند.

آگاهی از روش‌های کلیدی و به روز مدیریت هزینه‌های تبلیغات دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت برای بقا و پیشرفت در فضای رقابتی امروز به شمار می‌رود. این مسئله به ویژه برای کسب و کارهای کوچک که منابع محدودی دارند، از اهمیت بیشتری برخوردار است. آنها باید با برنامه‌ریزی دقیق و استفاده از استراتژی‌های هوشمندانه از هدر رفتن بودجه خود جلوگیری کرده و اطمینان حاصل کنند که هر سنت صرف شده نتایج قابل اندازه‌گیری و مثبتی را به همراه داشته باشد.

ما در این مقاله قصد داریم به بررسی دقیق روش‌ها و استراتژی‌های مختلف مدیریت هزینه تبلیغات بپردازیم. از آنالیز دقیق داده‌ها و بهینه‌سازی کمپین‌ها گرفته تا استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی و مذاکره هوشمندانه با پلتفرم‌های تبلیغاتی تلاش خواهیم کرد تا با ارائه راهکارهایی عملی و قابل اجرا شما را در مسیر کاهش هزینه‌ها و افزایش بازدهی تبلیغات یاری کنیم. پس با ما همراه باشید تا این ماجراجویی را با موفقیت به پایان ببریم.

روش‌های کاهش هزینه تبلیغات

حالا به بخش اصلی ماجرا رسیدیم. صحبت درباره ضرورت مدیریت هزینه‌های تبلیغاتی اگر همراه با روش‌های کلیدی نباشد، هیچ خریداری ندارد.
خب هر کسی می‌تواند صبح تا شب درباره ضرورت کاهش هزینه‌ها حرف بزند. با این حال تا وارد گود نشویم، هیچ چیز تغییر نخواهد کرد. ما در ادامه سعی می‌کنیم به شما برای تغییر این فرآیند کمک کنیم.
ماجرا جالب شد، نه؟

آنالیز و بررسی دقیق داده‌ها

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده کمپین تبلیغاتی‌تان را بدون توجه به اطلاعات دقیق درباره مخاطب یا وضعیت بازار طراحی کنید؟ شاید در چنین شرایطی با شانس بی‌نهایت کمی موفقیت به دست بیاورید، با این حال همیشه چنین خوش شانس‌ی کنارتان نخواهد بود. در بسیاری از مواقع برندها بدون چاشنی آمار و اطلاعات دقیق فقط یک سقوط آزاد وحشتناک را تجربه می‌کنند. درست به همین خاطر شما باید وضعیت‌تان را با آمار و اطلاعات مدیریت کنید. هرچه باشد آمارهای دقیق و

معتبر که دروغ نمی‌گویند، مگر نه؟

یکی از بهترین روش‌ها برای مدیریت هزینه‌های تبلیغات، آنالیز و بررسی دقیق داده‌ها است. در دنیای امروز اطلاعات حکم طلا را دارد. با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده می‌توانیم عملکرد کمپین‌های تبلیغاتی را ارزیابی کرده، نقاط قوت و ضعف آنها را شناسایی و در نهایت تصمیمات هوشمندانه‌تری اتخاذ کنیم. این اطلاعات شامل مواردی همچون میزان بازدید، نرخ کلیک، نرخ تبدیل، هزینه به ازای هر کلیک و نرخ بازگشت سرمایه می‌شود.

اولین قدم در آنالیز داده‌ها تعریف اهداف مشخص و قابل اندازه‌گیری است. به عنوان مثال، اگر هدف شما افزایش فروش است، باید معیارهایی مانند تعداد سفارش‌ها، میانگین ارزش سفارش و درآمد حاصل از

را افزایش می‌دهید.

یادتان باشد، آنالیز و بررسی داده‌ها به شما کمک می‌کند تا استراتژی تبلیغاتی خود را بهبود ببخشید. با یادگیری از تجربه‌های گذشته، می‌توانید کمپین‌های تبلیغاتی آینده خود را با دقت بیشتری برنامه‌ریزی کنید و به نتایج بهتری دست پیدا کنید. به یاد داشته باشید که داده‌ها، زبان موفقیت در بازاریابی دیجیتال هستند.

هدف‌گذاری دقیق و انتخاب مخاطب مناسب
کارآفرینان باید مخاطب‌شان را طوری انتخاب کنند که بعدا پشیمانی به بار نیارود. احتمالا این توصیه را بارها و بارها شنیده‌اید. البته احرای این توصیه خیلی هم ساده نیست؛ چراکه بازاریاب‌ها معمولا ترجیح می‌دهند ساده‌ترین راه را امتحان کنند، حتی اگر نتیجه منفی‌اش از قبل مشخص باشد!

هزینه‌های گزاف تبلیغاتی باعث افزایش آگاهی از برند و جذب مشتری شود.

اولین گام در تولید محتوای باکیفیت درک عمیق مخاطبان هدف و نیازهای آنها است. شما باید بدانید که مخاطبان شما به دنبال چه نوع اطلاعاتی هستند. چه مشکلاتی دارند و محتوای شما چگونه می‌تواند به حل این مشکلات کمک کند. با جواب دادن به این سوالات می‌توانید محتوایی تولید کنید که برای مخاطبان شما ارزشمند باشد و آنها را به تعامل با برند شما ترغیب کند. محتوای خلاقانه، باعث می‌شود که تبلیغات شما از سایر تبلیغات متمایز شود و توجه مخاطبان را به خود جلب کند. استفاده از ایده‌های نوآورانه، داستان‌سرایی جذاب، تصاویر و ویدئوهای باکیفیت و شوخ‌طبعی می‌توانند محتوای شما را جذاب‌تر کند. به یاد داشته



باشید که مخاطبان امروزی، از تبلیغات تکراری و خسته‌کننده، فراری هستند. محتوای باکیفیت و خلاقانه مزایای متعددی در کاهش هزینه‌های تبلیغات دارد. در وهله نخست، محتوای خوب به طور طبیعی به بازنشر می‌شود. این کار باعث افزایش آگاهی از برند و جذب مشتری به صورت رایگان می‌شود. به علاوه، محتوای باکیفیت باعث بهبود رتبه وب‌سایت شما در موتورهای جست‌وجو شده و ترافیک ارگانیک را افزایش می‌دهد. در پایان هم محتوای خوب می‌تواند تعامل با مشتریان را افزایش دهد و آنها را به خرید محصول یا خدمات شما ترغیب کند.

علاوه بر این، تولید محتوای باکیفیت، فرصت‌های بیشتری را برای بازاریابی ارزان قیمت (مانند بازاریابی محتوایی، بازاریابی ایمیلی و بازاریابی شبکه‌های اجتماعی) فراهم می‌کند. با تولید محتوای جذاب و ارزشمند می‌توانید از این فرصت‌ها برای جذب مشتریان جدید و افزایش فروش استفاده کنید. در نهایت، تولید محتوای باکیفیت و خلاقانه، یک سرمایه‌گذاری بلندمدت در برند شما است. این کار به شما کمک می‌کند تا در ذهن مخاطبان خود، جایگاه ویژه‌ای پیدا کنید و در درازمدت، هزینه‌های تبلیغات خود را کاهش دهید و درآمد خود را افزایش دهید.

بهینه‌سازی صفحات فرود

بهینه‌سازی صفحات فرود در مدیریت هزینه‌های تبلیغات مثل نقشه گنجی کمیاب است. صفحه فرود در واقع صفحه‌ای است که مخاطب پس از کلیک بر روی یک تبلیغ (مثلا تبلیغ در گوگل یا شبکه‌های اجتماعی) به آن هدایت می‌شوند. هدف اصلی صفحه فرود ترغیب بازدیدکننده به انجام یک عمل خاص (مانند خرید، ثبت نام یا دانلود) است. با این حال اگر صفحه فرود شما جذاب نباشد، مخاطب را چندان وسوسه نخواهد کرد. اولین قدم در بهینه‌سازی صفحات فرود اطمینان از ارتباط محتوای صفحه فرود با محتوای تبلیغ است. پیام تبلیغاتی و محتوای صفحه فرود باید کاملا با یکدیگر هم خوانی داشته باشند تا مخاطب احساس سردرگمی نکند. اگر تبلیغ شما در مورد تخفیف ۵۰ درصدی یک محصول است، صفحه فرود باید مستقیماً به آن محصول و تخفیف اشاره کند و راه‌های خرید آن را به راحتی در اختیار مخاطب قرار دهد.

طراحی و ساختار صفحه فرود نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. صفحه فرود باید ساده، خوانا و جذاب باشد. از رنگ‌ها، تصاویر و فونت‌های مناسب استفاده کنید و اطمینان حاصل کنید که صفحه شما برای نمایش در دستگاه‌های مختلف (موبایل، تبلت یا دسکتاپ) بهینه شده باشد. استفاده از فضاهای خالی و رعایت اصول بصری، باعث می‌شود که مخاطب به راحتی اطلاعات موردنظر خود را پیدا کند و عمل

یکی دیگر از راهبردهای کلیدی در مدیریت هزینه‌های تبلیغات هدف‌گذاری دقیق و انتخاب مخاطب مناسب است. در این روش شما به جای پخش گسترده تبلیغات در سراسر اینترنت و رسانه‌ها به سراغ مخاطبانی می‌روید که به احتمال زیاد به محصول یا خدمات شما علاقه‌مند هستند. این کار باعث می‌شود بودجه شما به طور موثرتر مصرف شده و بازدهی تبلیغات شما به شکل قابل توجهی افزایش یابد. اولین گام در هدف‌گذاری دقیق شناخت عمیق مخاطبان هدف است. این شناخت شامل مواردی همچون سن، جنسیت، موقعیت جغرافیایی، علایق، رفتارها، نیازها و مشکلات مخاطبان می‌شود. برای جمع‌آوری این اطلاعات می‌توانید از تحقیقات بازار، نظرسنجی‌ها، بررسی داده‌های وب سایت و شبکه‌های اجتماعی و استفاده از ابزارهای تحلیل داده‌ها کمک بگیرید. هرچه اطلاعات شما در مورد مخاطبان هدف دقیق‌تر باشد، تبلیغات شما نیز موثرتر خواهد بود. پس از شناخت مخاطبان هدف، نوبت به انتخاب کانال‌های تبلیغاتی مناسب می‌رسد. آیا مخاطبان شما بیشتر از اینستاگرام استفاده می‌کنند یا فیس‌بوک؟ آیا به مقالات تخصصی در یک سایت خاص علاقه‌مند هستند یا ترجیح می‌دهند از ویدئوهای آموزشی در یوتیوب استفاده کنند؟ انتخاب کانال‌های مناسب باعث می‌شود تبلیغات شما به دست مخاطبان واقعی برسد و هزینه‌های شما را کاهش دهد.

یکی از مهمترین مزایای هدف‌گذاری دقیق کاهش هزینه‌های تبلیغات است. با تمرکز بر مخاطبان خاص، می‌توانید از پخش تبلیغات به افرادی که به محصول یا خدمات شما علاقه‌مند نیستند، جلوگیری کنید. این کار باعث می‌شود بودجه تبلیغاتی شما بهینه‌تر مصرف شود و نرخ تبدیل شما افزایش یابد. همچنین هدف‌گذاری دقیق باعث می‌شود پیام تبلیغاتی شما، برای مخاطبان مرتبط‌تر و جذاب‌تر باشد. شکی نیست که هدف‌گذاری دقیق و انتخاب مخاطبان مناسب به شما کمک می‌کند تا برند خود را در ذهن مخاطبان هدف حک کنید و وفاداری آنها را جلب کنید. این استراتژی به شما کمک می‌کند تا با صرف هزینه کمتر، به نتایج بهتری دست پیدا کنید و از هدر رفتن بودجه خود جلوگیری کنید. به یاد داشته باشید، در دنیای تبلیغات کیفیت بر کمیت ارجحیت دارد. پس الکی خودتان را گول نزنید.

استفاده از محتوای خلاقانه

یکی دیگر از راهبردهای موثر در کاهش هزینه تبلیغات تولید و استفاده از محتوای باکیفیت و خلاقانه است. امروزه محتوا پادشاه است. اگر محتوای شما جذاب، آموزنده، سرگرم‌کننده و ارزشمند باشد می‌تواند مخاطبان زیادی را به خود جلب کرده و بدون صرف

موردنظر را انجام دهد.

علاوه بر این، صفحات فرود باید حاوی یک فراخوان به عمل واضح باشند. فراخوان به عمل دکمه یا عبارتی است که مخاطب را به انجام عمل موردنظر (مانند خرید) هدایت می‌کند. اطمینان حاصل کنید که دکمه فراخوان به عمل، در مکانی مناسب قرار دارد، با رنگی متضاد با پس زمینه صفحه طراحی شده است و متن آن، به اندازه کافی جذاب و متقاعدکننده است. بهینه‌سازی صفحات فرود، مزایای متعددی در کاهش هزینه‌های تبلیغات دارد. نخست اینکه با افزایش نرخ تبدیل شما می‌توانید از همان بودجه تبلیغاتی تعداد بیشتری مشتری جذب کنید. همچنین بهبود تجربه کاربری باعث می‌شود که مخاطبان بیشتری در صفحه فرود بمانند و احتمال انجام عمل موردنظر، افزایش یابد. صفحات فرود بهینه شده نقش مهمی در افزایش نمره کیفی تبلیغات شما در پلتفرم‌های تبلیغاتی ایفا می‌کنند و به شما کمک می‌کنند تا هزینه‌های تبلیغات خود را کاهش دهید. بی‌شک بهینه‌سازی صفحات فرود یک فرآیند مستمر است. با استفاده از ابزارهای تحلیل داده‌ها و تست A/B می‌توانید عملکرد صفحات فرود خود را به صورت مداوم ارزیابی و بهبود ببخشید. این کار، به شما کمک می‌کند تا بیشترین بازدهی را از بودجه تبلیغاتی خود دریافت کنید.

استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی

امروزه ابزارهای هوش مصنوعی و اتوماسیون نقش مهمی در زندگی روزمره ما ایفا می‌کنند. این ابزارها با تحلیل حجم عظیمی از داده‌ها و انجام کارهای تکراری به بازاریاب‌ها کمک می‌کنند تا کمپین‌های تبلیغاتی خود را بهینه‌سازی کرده و نتایج بهتری کسب کنند. استفاده از این ابزارها باعث کاهش هزینه‌ها، افزایش بازدهی و صرفه‌جویی در زمان می‌شود.

یکی از مهمترین کاربردهای هوش مصنوعی در تبلیغات بهینه‌سازی پیشنهاد قیمت در گوگل ادز است. پلتفرم‌های تبلیغاتی از الگوریتم‌های هوش مصنوعی برای تنظیم قیمت پیشنهادی تبلیغات شما استفاده می‌کنند. این الگوریتم‌ها با در نظر گرفتن عواملی مانند میزان بازدید، نرخ کلیک، نرخ تبدیل و رقابت در بازار به صورت خودکار قیمت پیشنهادی شما را تنظیم می‌کنند و به شما کمک می‌کنند تا در مزایده‌های تبلیغاتی با قیمت مناسب‌تری برنده شوید.

ابزارهای اتوماسیون می‌توانند کارهای تکراری و زمانبر مانند مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی گزارش‌دهی و ایمیل مارکتینگ را انجام دهند. با استفاده از این ابزارها می‌توانید وقت بیشتری را صرف استراتژی‌ی پردازی و تحلیل داده‌ها کنید. به عنوان مثال، می‌توانید از ابزارهای اتوماسیون برای ارسال خودکار ایمیل‌های پیگیری به مشتریان ارسال ایمیل‌های شخصی‌سازی شده و تنظیم زمان‌بندی انتشار تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید.

هوش مصنوعی و اتوماسیون، در بهبود هدف‌گذاری تبلیغات نیز نقش مهمی دارند. این ابزارها، با تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از رفتار کاربران در اینترنت، به شما کمک می‌کنند تا مخاطبان هدف خود را با دقت بیشتری شناسایی کنید. به عنوان مثال، می‌توانید از ابزارهای هوش مصنوعی برای ایجاد مخاطبان مشابه در فیس‌بوک استفاده کنید و تبلیغات خود را به کاربرانی که ویژگی‌های مشترکی با مشتریان فعلی شما دارند، نشان دهید. استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی و اتوماسیون مزایای متعددی در کاهش هزینه‌های تبلیغات دارد. این ابزارها با بهینه‌سازی کمپین‌های تبلیغاتی باعث افزایش نرخ تبدیل و کاهش هزینه‌ها می‌شوند. همچنین اتوماسیون کارهای تکراری باعث صرفه‌جویی در زمان و کاهش هزینه‌های نیروی انسانی می‌شود. از همه مهمتر اینکه هوش مصنوعی با تحلیل داده‌ها به شما کمک می‌کند تا تصمیمات هوشمندانه‌تری در مورد بودجه‌بندی و تخصیص منابع تبلیغاتی اتخاذ کنید.

سخن پایانی

مدیریت هزینه تبلیغات یک فرآیند پیچیده و چندوجهی است که نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، استفاده از استراتژی‌های هوشمندانه و آدیت مداوم است. ما در این مقاله به بررسی تعدادی از مهمترین روش‌های کاهش هزینه تبلیغات پرداختیم؛ از آنالیز داده‌ها و هدف‌گذاری دقیق گرفته تا تولید محتوای باکیفیت و استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی. حالا شما مهارت‌های لازم برای شروع فرآیند مدیریت هزینه‌های تبلیغاتی را دارید. یادتان باشد، در دنیای امروز که همه جنبه‌های زندگی ما دیجیتالی شده، تبلیغات هم چنین سرنوشتی دارد. بنابراین باید به یاد داشته باشید که هیچ راه حل یکسانی برای مدیریت هزینه تبلیغات وجود ندارد. بهترین استراتژی‌ها بسته به نوع کسب و کار، بازار هدف و اهداف تبلیغاتی متفاوت خواهد بود. با این حال با رعایت اصول و استفاده از روش های معرفی شده در این مقاله می‌توانید گامی موثر در جهت کاهش هزینه‌ها و افزایش بازدهی تبلیغات خود بردارید. یادتان باشد، مدیریت هزینه تبلیغات یک فرآیند مستمر است. بنابراین اگر خیال کرده‌اید یکبار برای همیشه می‌توانید از شر این فرآیند خلاص شوید، حسایی راه را اشتباه آمده‌اید. در عوض بد نیست تمرین و تکرار مداوم را سرلوحه کار قرار دهید. به علاوه، هرچا هم به مشکل خوردد، کارشناس‌های ما در روزنامه فرصت امروز آماده کمک به بردتان هستند. پس تعارف را کنار گذاشته و با ما در تماس باشید.

منابع:

https://metranomic.com/account-based-marketing/mastering-ad-budgeting-the-essential-guide-for-small-business-success
https://www.adaglobal.com/resources/insights/advertising-budgeting-methods

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

شنبه | ۳ تیر ۱۴۰۴ | شماره ۲۷۲۲ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زرتشت غربی، روبروی بیمارستان مهر

پلاک ۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

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

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR