

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یادداشت

دولت و فرصت
تفویض قدرت در اقتصاد

دولت‌های مستقر در هر جامعه‌ای از سوی چند گروه در فشار قرار می‌گیرند. یک گروه مهم فشار و انتقاد از تصمیم‌های دولت‌های مستقر، رقبای سیاسی دولتند که می‌خواهند با تضعیف دولت و ضعیف نشان دادن او، در دوره بعدی انتخابات قدرت را در اختیار بگیرند. گروه دیگر از فشارآورندگان دولت‌های مستقر شهروندانی هستند که با یادآوری وعده‌های دولت مستقر در زمان انتخابات، از رئیس دولت می‌خواهند به وعده‌هایش عمل کند. یک گروه دیگر از منتقدان، کسانی هستند که با توجه به مجموعه شرایط و تصمیم‌های کلی اتخاذ شده از سوی دولت به دلیل اینکه آنها را ناکارآمد می‌دانند مخالفت می‌کنند و نقد مستمر را در دستور کار قرار می‌دهند.

در یک سال اخیر که دولت دوازدهم فعالیت می‌کند هر سه گروه فشار یادشده تلاش کرده‌اند با انگیزه‌ها و هدف‌های مختلف...

رقابت جذب سپرده در شبکه بانکی بالا گرفت

ویرترین جذاب بانک‌ها

به دنبال فرصتی که بانک مرکزی در اختیار شبکه بانکی قرار داد تا سپرده‌های مشتریان را تمدید و یا تغییر دهند، بانک‌ها در این چند روز اقدام به افزایش نرخ سود برای جذب سپرده و نگهداشت منابع قبلی کردند؛ چنانچه نرخ...

نقدینگی ۱۶۰۰ هزار میلیارد تومانی قابل کنترل است؟

دردسر بزرگ نقدینگی

تجربه نشان داده که جریان نقدینگی با مصوبه و قانون و دستورالعمل قابل هدایت نیست. گسستی که این بار بین رشد نقدینگی و تورم مشاهده می‌شود، ناشی از بیماری هلندی نیست و این کاهش شدید سرعت گردش پول در اقتصاد ایران است که ظاهر شدن اثر تورمی را به تعویق انداخته است. به گزارش خبرآنلاین، اقتصاد ایران سال‌های سال با رشد بالای نقدینگی درگیر بوده و از این منظر با فاصله زیادی بالاتر از متوسط جهانی قرار دارد. اثر نقدینگی در نهایت تورم است و در اقتصاد ایران نیز به طور معمول نقدینگی با فاصله زمانی کوتاهی به تورم تبدیل شده است. آخرین آمارهای رسمی نشان می‌دهد نرخ تورم در اقتصاد ایران وارد روند افزایشی شده است. اصطلاح نقدینگی و هدایت آن، از آن اصطلاحاتی است که نمونه بارز یکی از کج‌فهمی‌های سیاست‌گذار...

از صعود پرشتاب شاخص کل تا رشد ۵۲ درصدی ارزش بازار

کارنامه بورس تهران
در یک‌سالگی دولت دوازدهم

مدیریت و کسب‌وکار

- ۱۰ راه‌نوشتن تیتراهای برای تولید محتوای فراموش‌نشدنی
- رشد و یا انحطاط اقتصادی بعدی
- ۳۰ استراتژی جلوگیری از استعفای کارمندان
- چگونه از برن‌دمن محافظت کنیم؟
- ۱۵ فن مذاکره موفقیت‌آمیز برای معاملات
- ۵ دلیل اعتماد نکردن مشتریان به یک برن‌د



همکاری او، ایرباس و ۱۹ کمپانی دیگر برای توسعه تاکسی پرنده ژاپنی

اکنون میست پاسخ می‌دهد

آیا بحران اقتصادی یونان به پایان رسیده است؟

کاهش رتبه اعتباری یونان کردند، نرخ بهره در این کشور به‌شدت افزایش یافت و دولت وقت یونان به رهبری جرج پاپاندرو مجبور شد از اتحادیه اروپا و صندوق بین‌المللی پول کمک بخواهد. دولت یونان طی سه مرحله حدود ۳۰۰ میلیارد یورو استقراض کرد و متعهد شد که شروطی همچون کاهش مخارج عمومی و اصلاح نظام اداری ناکارآمد و فاسد خود را بپذیرد و اجرا نماید.

گذراندن یک دوره طولانی بحران و ریاضت اقتصادی، آسیب‌های عمیقی را به اقتصاد یونان وارد آورده است. تولید ناخالص داخلی واقعی این کشور در آخرین دوره ۱۲ ماهه گزارش‌شده، هنوز هم ۲۵ درصد پایین‌تر از رقم آن در سال ۲۰۰۷ است. نرخ بیکاری در این کشور همچنان نزدیک به ۲۰ درصد است و از هر پنج جوان یونانی، دو نفر بیکار هستند. از طرفی دستمزدهای واقعی افراد شاغل و مقرری افراد بازنشسته نیز کاهش یافته است. اگرچه اقتصاد یونان اکنون در حال رشد است، اما نرخ رشد آن همچنان کمتر از سایر اقتصادهای منطقه یورو است. اقتصاددانان از این می‌ترسند که مبادا بی‌توجهی به اصلاح دستگاه قضایی و کاهش رویه‌های اداری زائد، توان رشد را از اقتصاد یونان بگیرد. آنها شک دارند که دولت آقای سیراس عزم کافی برای پیشبرد چنین اصلاحاتی داشته باشد، خصوصاً با توجه به اینکه زمان زیادی تا برگزاری انتخابات عمومی یونان در سال ۲۰۱۹ نمانده است. علاوه بر این، برخی مسائل بودجه‌ای دولت یونان هنوز حل‌نشده باقی مانده‌اند؛ مثلاً نسبت بدهی دولت یونان به تولید ناخالص داخلی این کشور رقمی در حدود ۱۸۰ درصد است. همچنین دولت یونان با توجه به اینکه موفق شده است از کشورهای منطقه یورو مهلت بیشتری برای بازپرداخت قسمتی از بدهی‌های خود بگیرد و سررسید این بدهی‌ها به سال‌های آینده موکول شده است، بدهی‌های انباشته زیادی دارد و به همین دلیل نمی‌تواند آن‌طور که باید و شاید از بازگشت خود به بازارهای بین‌المللی سرمایه‌منافع شود. دولت یونان به واسطه تعهدات خود به اتحادیه اروپا و صندوق بین‌المللی پول موظف است تا سال ۲۰۲۲ هر ساله حداقل معادل ۴۵ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور مازاد بودجه اولیه داشته باشد و پس از آن نیز تا سال ۲۰۶۰ این مازاد بودجه را در سطح ۲۰٫۲ درصد حفظ کند.

سقوط وحشتناکی که اقتصاد یونان تجربه کرد، حتی از رکود بزرگ آمریکا (در دهه ۱۹۳۰) نیز بیشتر به طول انجامید و دردهای زیادی به مردم این کشور تحمیل کرد، چنانچه ۱۰ سال پیش جورج پاپاندرو، نخست‌وزیر وقت یونان، در حالی که به دوربین‌های تلویزیونی زل زده بود صراحتاً اعلام کرد که کشور بحران‌زده‌اش دیگر به بازارهای سرمایه دسترسی ندارد و برای عبور از این وضعیت دشوار چشم امید به بسته نجات مالی اتحادیه اروپا دوخته است. اگرچه اوضاع یونان اکنون تا حد زیادی بهبود یافته است، اما آن روز نحس می‌تواند سال‌های سال در ذهن یونانی‌ها باقی بماند. طی این سال‌ها اتحادیه اروپا و صندوق بین‌المللی پول سه بسته نجات مالی به یونان اختصاص دادند؛ بسته‌هایی که هر یک از آنها مشروط به اجرای اصلاحات اقتصادی و برنامه‌های ریاضتی خاصی از سوی دولت یونان بوده‌اند. از طرفی اقتصاد یونان از ابتدای بحران مالی ۲۰۰۸ تاکنون حدود ۲۵ درصد کوچک شده که در دنیای امروز رقم بسیار بزرگی محسوب می‌شود. اینک اما چنین به نظر می‌رسد که اقتصاد یونان روزهای سخت خود را پشت سر گذاشته و مردم این کشور باستانی خود را برای یک زندگی جدید آماده می‌کنند. هفته گذشته دولت یونان پایان موفقیت‌آمیز برنامه‌های اصلاحات اقتصادی خود را اعلام کرد و با توجه به بهبود رتبه اعتباری این کشور، امکان استقراض از بازارهای سرمایه خارجی نیز برای آن فراهم شد. آلکسیس سیراس، نخست‌وزیر یونان، که مانند هر یونانی دیگری از خروج کشورش از یک بحران سخت کاملاً راضی به نظر می‌رسد، اعلام کرد: «یونان بار دیگر به یک کشور نرمال تبدیل شده و دوباره استقلال سیاسی و مالی خود را به دست آورده است».

دولت یونان اکنون دارای مازاد بودجه اولیه (بدون در نظر گرفتن خالص بهره‌های پرداختی) است و اقتصاد این کشور پس از سال‌ها رکود، در مسیر رشد گام برمی‌دارد. همه چیز برای یونان عالی به نظر می‌رسد اما باید اذعان داشت که این کشور کوچک اما تأثیرگذار اروپایی هنوز به اندازه کافی از بحران دور نشده است و اثرات بحران را هنوز هم می‌توان در بخش‌های مختلف اقتصاد آن مشاهده کرد. سقوط وحشتناکی که اقتصاد یونان تجربه کرد، حتی از رکود بزرگ آمریکا (در دهه ۱۹۳۰) نیز بیشتر به طول انجامید و دردهای زیادی به مردم این کشور تحمیل کرد. در سال ۲۰۰۹ نخست‌وزیر جرج پاپاندرو اعتراف کرد که چندین سال است ارقام مربوط به کسری بودجه دولت یونان دستکاری می‌شوند و کسری بودجه واقعی می‌تواند حتی دو برابر ارقام اعلام‌شده باشد. پس از آنکه مؤسسات اعتبارسنجی اقدام به

تحول در مدل کسب‌وکار با تکنولوژی نوین

تصمیم بزرگ اینستاگرام

IGTV یک گزینه فناوری جدید بود. گزینه‌ای که امکان به اشتراک‌گذاری فیلم‌های طولانی را امکان‌پذیر کرده است. این تغییر در اینستاگرام درست مانند آن است که روزی توییتر اعلام کند که از فردا کاربرانش می‌توانند یک کتاب را نیز به اشتراک بگذارند؛ در حقیقت ویژگی کلیدی توییتر همین تعداد کم کاراکترش بود. توییتر یعنی رسانه‌ای که می‌دانیم هر خبر آن در کوتاه‌تر از ۳۰ ثانیه خوانده می‌شود. درست مثل اینستاگرامی که می‌دانستیم با فیلم‌هایی روبه‌رو هستیم که حداکثر ۱۵ دقیقه وقت می‌گیرد و هر پستش نیز تعداد کاراکترهای مجازش نصف تلگرام است!

چرا اینستاگرام چنین تغییری داد؟

رشد سریع گوشی‌های هوشمند و پس از آن تبلت‌ها و لپ‌تاپ‌ها، کل «سبک زندگی» را از یک سو و جنبه‌های خاصی از رفتار را از سوی دیگر تغییر داده است. نخستین تغییر زمانی هشداردهنده بود که در یک تحقیق گسترده که توسط شرکت آریکسون با همکاری اپراتورها انجام شد، مشخص شد نسل جوان زمان قابل‌توجهی را به مشاهده فیلم از طریق موبایل اختصاص می‌دهد. در سال ۲۰۱۵ این مطالعه نشان می‌داد که جوانان بین ۱۶ تا ۱۹ سال در حدود ۷۰ درصد از فیلم‌هایی که مشاهده می‌کنند، از طریق ابزارهای شخصی مانند گوشی موبایل، تبلت و کامپیوتر شخصی است. زمانی اهمیت این مطالعه مشخص می‌شود که این شاخص برای افراد ۴۵ ساله به بالای که اغلب مدیران، صاحبان و مالکان شبکه‌های تلویزیونی نیز هستند، کاملاً معکوس بود و خود آنان در حدود ۳۰ درصد از فیلم‌ها را به چنین شیوه‌ای مشاهده می‌کردند.

در فضای مجازی دو دسته از سامانه‌های مختلف برای پخش ویدئو وجود دارند:

سامانه اشتراک‌گذاری ویدئویی (UGC)

شناخته‌شده‌ترین برن‌د در این حوزه YouTube است. در این سامانه هر فردی اقدام به تولید و به اشتراک‌گذارن ویدئوی خود می‌کند. به‌این‌ترتیب در این سامانه‌ها هر کاربر با انبوهی از ویدئوهای مختلف آماتوری تا حرفه‌ای روبه‌رو می‌شود.

سامانه‌های پخش ویدئویی تقاضا‌پایه (VOD)

شناخته‌شده‌ترین برن‌د در این حوزه Netflix است. در این سامانه‌ها فیلم‌های سینمایی یا مستندی که توسط تولیدکننده‌های عمدتاً حرفه‌ای تولیدشده‌اند، برای فروش و پخش بر روی سامانه قرار داده می‌شوند.

در این مطالعه مشاهده شد که اگرچه الگوی رفتار برای

دیدن فیلم‌های ویدئویی حرفه‌ای که اغلب در سامانه‌های تقاضا‌پایه (VOD) وجود دارند، متفاوت است، اما این تفاوت در سامانه‌های به اشتراک‌گذاری در حال از بین رفتن است. به عبارت دیگر کاربرانی که ویدئوهای آماتوری و به اشتراک‌گذارنده‌ها را مشاهده می‌کنند، تفاوتی میان موبایل یا تبلت قائل نیستند. تقریباً کاربران تبلت سایدی مانند YouTube برابر با کاربران موبایلی این سایت هستند. اما شاید مهم‌ترین دلیل روند جهانی درخصوص زمان ویدئوهای مشاهده‌شده در موبایل در سال‌های اخیر بود. درحالی‌که در سال‌های گذشته کاربران موبایل عمدتاً ویدئوهایی با زمان کوتاه را مشاهده می‌کردند، در سال‌های اخیر به سمت ویدئوهای طولانی‌مدت‌تر روی آورده‌اند. مثلاً در سال ۲۰۱۶ کاربران موبایلی ۵۵ درصد از ویدئوهایی که مشاهده می‌کردند کمتر از ۵ دقیقه بود، درحالی‌که تنها ۲۹ درصد از ویدئوها بیش از ۲۰ دقیقه بودند. این روند در سال ۲۰۱۸ به گونه‌ای تغییر یافته است که ویدئوهایی با زمان بیش از ۲۰ دقیقه، که توسط کاربران موبایل مشاهده می‌شود، ۵۴ درصد از کل ویدئوها را شامل می‌شود.

به عبارت دیگر ما امروز با کاربران موبایلی روبه‌رو هستیم که عادت به دیدن فیلم‌های طولانی بر روی موبایل‌های خود دارند. شاید آن نسل ۱۶ تا ۱۹ سال گذشته که امروزه به سن ۱۹ تا ۲۲ رسیده‌اند و نسلی که جایگزین آنها شده‌اند، سریع‌تر از آنچه فکر می‌کردیم، وابسته به موبایل شده است. آنها دیگر به‌ندرت به سراغ تلویزیون می‌روند و برای‌شان سینما تنها یک آیین دورهمی است. آنها به سینما نمی‌روند تا فیلم ببینند، آنها به سینما می‌روند تا دور هم خوش بگذرانند؛ برای آنها تلویزیون همان حکم رادیو را دارد برای نسل ما میانه‌سال‌ها!

اینستاگرام تصمیم شجاعانه‌اش را گرفت. به نظر می‌رسد انتخاب اینستاگرام سخت بود و در تقابلی با راهبردهای گذشته‌اش است، اما ضروری است. اینستاگرام خوب یاد گرفته است که «برای توسعه‌یافتن گاه باید در اصول بنیادی خود نیز بازاندیشی کرد.» اینستاگرام با این تصمیم عملاً وارد حوزه‌ای فراتر از UGC شد. اینستاگرام در سال‌های آینده تبدیل به یکی از اصلی‌ترین منابع به اشتراک‌گذاری ویدئو خواهد شد و شاید این بزرگ‌ترین چالش برای هر کسب‌وکاری باشد که دوست داشت وارد حوزه پخش صوت و تصویر (Streaming) شود. شرکت‌های نوپایی که در این حوزه فعال هستند، از همین امروز نیاز به بازاندیشی جدی در مدل کسب‌وکار خود خواهند داشت.

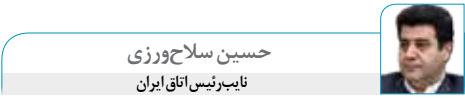


سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

دولت و فرصت تفویض قدرت در اقتصاد



دولت‌های مستقر در هر جامعه‌ای از سوی چند گروه در فشار قرار می‌گیرند. یک گروه مهم فشار و انتقاد از تصمیم‌های دولت‌های مستقر، رقبای سیاسی دولند که می‌خواهند با تضعیف دولت و ضعیف نشان دادن او، در دوره بعدی انتخابات قدرت را در اختیار بگیرند. گروه دیگر از فشارآورندگان دولت‌های مستقر شهروندانی هستند که با یادآوری وعده‌های دولت مستقر در زمان انتخابات، از رئیس دولت می‌خواهند به وعده‌هایش عمل کند. یک گروه دیگر از منتقدان، کسانی هستند که با توجه به مجموعه شرایط و تصمیم‌های کلی اتخاذ شده از سوی دولت به دلیل اینکه آنها را ناکارآمد می‌دانند مخالف می‌کنند و نقد مستمر را در دستور کار قرار می‌دهند.

در یک سال اخیر که دولت دوازدهم فعالیت می‌کند هر سه گروه فشار یادشده تلاش کرده‌اند با انگیزه‌ها و هدف‌های مختلف نقد دولت را در دستور کار قرار دهند. بررسی‌های اجمالی نشان می‌دهد که گروه اول یعنی مخالفان سیاسی دولت در سطوح گوناگون و با روش‌ها و راهبردهای متفاوت، کارنامه دولت را در هر حوزه به‌ویژه در حوزه اقتصاد نفی می‌کنند که یک مرحله بالاتر از نقد است. نفی هر حرکت، تصمیم و رفتار دولت در حوزه اقتصاد در یک سال سپری شده از سوی این گروه موجب شده است «نهاد دولت به معنای یک‌نهاد بالاتر از جریان‌های سیاسی تضعیف شده و اعتبار خود را از دست بدهد.» شهروندان عادی اما به دلیل فقدان احزاب بزرگ و توده‌ای توانایی خاصی برای ابراز نارضایتی‌ها نداشتند تا اینکه در دی‌ماه ۱۳۹۶ با صدای بلند فریاد زدند که از تصمیم‌های دولت در حوزه اقتصاد ناراضی‌اند.

این گروه‌ها به لحاظ سازمان مادی و داشتن تشکیلات و سازمان اجرایی در حداقل قرار دارند و در مقایسه با منتقدان سیاسی دولت ابزاری برای فشار بر دولت با هدف تغییر رفتار اقتصادی ندارند. انصاف این است که یادآور شویم شهروندان عادی و گروه بزرگی از اقشار تحصیلکرده علاقه‌مند به اقتصاد سیاسی، آموزه‌ها و حرف‌های این گروه‌های مستقل را بیش‌ازپیش درک کرده و همراهی نشان می‌دهند. در این میان نمی‌توان از یک گروه اقتصاددانان که نام خود را نهادگرایان گذاشته‌اند و با حرارت و پیگیری کامل نقد دولت را در دستور کار دارند، چشم‌پوشی کرد. این گروه اقتصاددانان نقد دولت را از زاویه دیگر در دست دارند و آن انتقاد به دولت است که چرا اصول اقتصاد آزاد را در برنامه عمل خویش قرار داده است. این گروه از منتقدان که در جاهایی با گروه نخست سازگار و همراه می‌شوند و شاید نیز قصدی برای این همراهی ندارند، در پنج ماه نخست سال جدید فعال‌تر از همیشه در صحنه بوده‌اند.

ذهن و عمل خصوصی: هواداران اقتصاد آزاد طیف‌های مختلفی هستند که بدون ارتباط سازمانی و بدون همبستگی حتی اولیه در صف انتقاد از دولت قرار دارند. یک راهبر در را در مرکز توجه قرار داده‌اند. حرف آنها این است که باید به تجربه‌های بشری توجه کرد و راه‌های شکست‌خورده اقتصادی را دوباره آزمایش نکرد. این باور که نباید با دولتی کردن تصمیم‌ها و اقدام‌های اقتصادی بار دیگر تجربه شکست خورده ایران در ۴ دهه سپری شده به بیراهه نرویم، حرف اصلی است. این گروه سال‌هاست که به دولت یادآور می‌شوند که از سیاست دستوری در تعیین نرخ بهره و برادرن و اجازه دهند این متغیر اصلی با عرضه و تقاضا متعادل شود. طرفداران اقتصاد آزاد باور دارند تا روزی که دولت همچنان افسار نرخ بهره بانکی را در دست دارد و آن را مطابق با خواست خود بالا و پایین می‌کند فضای کسب‌وکار را رانتی و آلوده به فساد خواهد کرد. این گروه بارها و بارها با کنایه، ایما، اشاره و با صراحت تأکید کرده‌اند دستورهای دولت برای تعیین نرخ ارز سرچشمه رانت و فساد و گمراهی اقتصاد می‌شود.

این روزها که فریاد همه گروه‌ها و اشخاص حقیقی و حزبی از رانت و فساد به آسمان رسیده است صحت دآوری و توصیه‌های هواداران اقتصاد آزاد به‌وضوح دیده می‌شود. این گروه یک حرف دارند که بر روی آن اصرار و پافشاری می‌کنند: باید ذهن دولت خصوصی شود. به این معنا که زاویه نگاه دولت به امور باید از دریچه‌ای باشد که به‌سوی خصوصی شدن باز شود. وقتی این نگاه حاکم شود رفتارها، تصمیم‌ها و اقدام‌های دولت به‌طورکلی متفاوت با چیزی خواهد شد که اکنون می‌بینیم. مرز انتقاد از دولت از طرف هواداران اقتصاد آزاد همین‌جاست. یعنی هر جا که دولت اصرار کرده فعالیت‌های اقتصادی را با کنترل و دخالت بیشتر تحت تأثیر قرار دهد با انتقاد طرفداران اقتصاد آزاد مواجه شده است.

این گروه فکری به دولت هشدار می‌دهد که از این خط قرمز عبور نکند و به‌جای اینکه ذهن خود را خصوصی کند به سمت دولتی کردن اقتصاد بیش از چیزی که هست، نیفتد. مرز و تفاوت انتقاد طرفداران اقتصاد آزاد با منتقدان سیاسی دولت در اینجاست که گروه دوم اگر به قدرت برسند بدون تردید همین رفتار فعلی را با شدت بیشتر ادامه می‌دهند، اما اقتصاد آزاد معتقد است دولت‌ها بدون اینکه وابستگی سیاسی‌شان در کانون توجه باشد باید به‌سوی کاهش دخالت‌های اقتصادی برود. ذهن خصوصی چیزی است که اگر در ایران اتفاق نیفتد همین می‌شود که هست.

آینده: اکنون که نیمه اول سال ۱۳۹۷ را پشت سر می‌گذاریم وضعیت به گونه‌ای است که شهروندان، فعالان اقتصادی و منتقدان منصف باور دارند ادامه این شرایط به فروپاشی مالی و ارزی منجر خواهد شد. حرف این است که برای عبور از این شرایط چه راه‌هایی را می‌توان جست‌وجو کرد و چه اقدام‌هایی را باید در دستور کار قرار داد. آگاهان و ناظران باور دارند در این وضعیت که نهاد دولت به هر دلیل از نظر کارکرد اقتصادی در موقعیت ضعیفی قرار دارد بهترین زمان برای تفویض قدرت به بخش خصوصی و ذهن خصوصی است. دولت دوازدهم اگر هوشمند باشد می‌تواند در این بزنگاه تاریخی با اعلام رسمی تفویض قدرت اقتصادی به تشکل‌های خصوصی جز مسائل حاکمیتی که البته باید مصداق‌های آن روشن باشد به تغییر ریل اقدام کند. حالا که معلوم شده است نرخ ارز دستوری هرگز جای نرخ ارز بازار آزاد را نمی‌گیرد و دومی حاکم بر اولی است، چرا نباید بخش خصوصی را آزاد گذاشت؟ حالا که معلوم شده است نرخ‌گذاری دولتی کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای با دلار جعلی رانت و فساد می‌آورد چرا نباید بورس کالای خصوصی ایجاد شود؟

نقدینگی ۱۶۰۰ هزار میلیارد تومانی قابل کنترل است؟

درس بزرگ نقدینگی



تجربه نشان داده که جریان نقدینگی با مصوبه و قانون و دستورالعمل قابل هدایت نیست. گسستگی که این بار بین رشد نقدینگی و تورم مشاهده می‌شود، ناشی از بیماری هلندی نیست و این کاهش شدید رشد پول در اقتصاد ایران است که ظاهر شدن اثر تورمی را به تعویق انداخته است. تورم در اقتصاد ایران مثل یک فتر جمع شده است. دلیل آن هم این بوده که نرخ سود بانکی بسیار بالا و انتظارات تورمی به دلیل ثبات اقتصاد کلان و چشم‌انداز مثبت روابط خارجی بسیار پایین بوده و در نتیجه ماندن پول در سیستم بانکی با فاصله بسیار زیاد نسبت به سرمایه‌گذاری در هر دارایی دیگری مزیت داشته است.

به گزارش خبرآنلاین، اقتصاد ایران سال‌های سسال با رشد بالای نقدینگی درگیر بوده و از این منظر با فاصله زیادی بالاتر از متوسط جهانی قرار دارد. اثر نقدینگی در نهایت تورم است و در اقتصاد ایران نیز به طور معمول نقدینگی با فاصله زمانی کوتاهی به تورم تبدیل شده است.

آخرین آمارهای رسمی نشان می‌دهد نرخ تورم در اقتصاد ایران وارد روند افزایشی شده است. اصطلاح نقدینگی و هدایت آن، از آن اصطلاحاتی است که نمونه بارز یکی از کج‌فهمی‌های سیاست‌گذار در زمینه نقدینگی است. نقدینگی مانند آبی است که جاری می‌شود و شرایط اقتصادی حکم می‌کند که این آب به کدام سمت برود و کسی نمی‌تواند بر روی مسیر آن کنترل کاملی داشته باشد.

اگر شرایط اقتصادی به‌گونه‌ای باشد که بازار ارز جذاب باشد و سود در خرید دلار و سکه باشد، جریان نقدینگی جذب بازار سکه و ارز می‌شود. اگر اقتصاد به‌گونه‌ای باشد که مسکن در حال رشد باشد، نقدینگی به سوی آن جذب خواهد شد. وقتی فضای کسب‌وکار و قواعد آن و سیاست‌گذاری‌های دولت به گونه‌ای باشد که سودآوری بالایی نداشته باشد، جریان نقدینگی چرا باید به سمت و سوی تولید و صنعت برود؟

وقتی نقدینگی به سمت تولید نمی‌رود

در روزگاری که اقتصاد رانت‌زده بوده و حتی بانک‌ها هم تسهیلات‌شان را به طور مستقیم و غیرمستقیم به سهامداران خود می‌دهند، انتظاری نیست که نقدینگی به سمت تولید هدایت نشود. متأسفانه در فضای اقتصادی کشور بسیاری از فعالیت‌ها غیرمولد و غیرتولیدی است. در نتیجه فضای آنها برای جذب نقدینگی جذاب‌تر است و هر چقدر هم که دولت تلاش کند که نقدینگی به سمت تولید برود، نتیجه‌ای عایدش نخواهد شد.

تجربه نشان داده که جریان نقدینگی با مصوبه و قانون و دستورالعمل قابل هدایت نیست. گسستگی که این بار بین رشد نقدینگی و تورم مشاهده می‌شود، ناشی از بیماری هلندی نیست و این کاهش شدید سرعت گردش پول در اقتصاد ایران است که ظاهر شدن اثر تورمی را به تعویق انداخته است. تورم در اقتصاد ایران مثل یک فتر جمع شده است. دلیل آن هم این بوده که نرخ سود بانکی بسیار بالا و انتظارات تورمی به دلیل ثبات اقتصاد کلان و چشم‌انداز مثبت روابط خارجی بسیار پایین بوده و در نتیجه ماندن پول در سیستم بانکی با فاصله بسیار زیاد نسبت به سرمایه‌گذاری در هر دارایی دیگری مزیت داشته است. انگار که این نقدینگی در صندوق امانات بانک قرار داشت و قفل شده بود. منظور این است که نقدینگی بالاخره یک روزی از این صندوق خارج و به تورم تبدیل خواهد شد. اینکه نقدینگی چند بار می‌چرخد تا به تولید ناخالص داخلی تبدیل شود، یعنی سرعت گردش پول. سرعت گردش پول در اقتصاد ایران به طور معمول بین ۱.۵ تا ۲.۵ بوده، اما به زیر یک رسیده است. وقتی نقدینگی ۱۶۰۰هزار میلیارد تومانی موجود در اقتصاد ایران فعال نباشد، از نظر اثرگذاری شبیه آن است که فقط ۸۰۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی داشته باشیم، ولی سرعت گردش پول قاعدتا بعد از مدتی به محدوده بلندمدت خود برمی‌گردد که معنای آن، فعال شدن نقدینگی است.

کمی بیش از نیمی از نقدینگی در اقتصاد ایران فعال است

در حال حاضر کمی بیشتر از نصف نقدینگی موجود در اقتصاد ایران فعال است. به تبع فعال شدن نیمی دیگر به تورم منجر خواهد شد. تهدیدات پیش روی اقتصاد ایران دو موضوع است؛ اول تحریم و سپس نقدینگی. تحریم از دو جهت بر اقتصاد ایران فشار خواهد آورد. یکی اثرگذاری انتظارات پس از اعلام و پیش از اعلام تحریم‌ها و دیگری، اثرگذاری خود تحریم‌ها. در حوزه انتظارات، فعالان اقتصادی با خود تجزیه و تحلیل می‌کنند که اگر تحریم‌ها اعمال شود، چه اتفاقاتی خواهد افتاد. آنچه در ذهن فعالان اقتصادی شکل گرفته، شبیه‌سازی تحریم و ترک‌های آن بر درآمدهای ارزی پیش از اعمال تحریم‌ها بوده که تبدیل به افزایش تقاضا برای ارز شده است. بدهی‌ی است فعال شدن

این تقاضا و خرید ارز نیازمند پول است و اینجاست که پای نقدینگی به میان کشیده می‌شود. به عبارتی، نقدینگی غیرفعال را که به خاطر کاهش سرعت گردش پول غیرفعال شده بود، فعال می‌کند.

زمانی که چنین تصویری پیش روی مسئولان قرار داده شده و فرض بر این باشد که با تحریم نمی‌توان کاری کرد، سیاست‌گذار به فکر چاره‌اندیشی برای نقدینگی می‌افتد و توجه‌شان به این موضوع می‌رود، اما مساله اصلی این است که وقتی نقدینگی ایجاد شد، دیگر نمی‌توان کار چندانی درباره آن کرد و بیشتر باید مراقب ایجاد نقدینگی‌های بعدی بود.

ابزار دولت برای کنترل نقدینگی چیست؟

اقتصاد سیاسی ما در بودجه دولت و نظام بانکی خلاصه می‌شود. حتی بودجه هم از طریق تامین مالی از بانک مرکزی عمل می‌کند و در نظام بانکی منعکس می‌شود. حجم نقدینگی با منشأ پایه پولی در اقتصاد ایران بالاست، اما بانک مرکزی تنها کارگزار این مساله است و نه تصمیم‌گیر آن. اقتصاد به شدت درگیر سلطه مالی است و نقش بانک مرکزی در کشور با چیزی که باید باشد، فاصله بسیاری دارد.

در شرایط کنونی دولت و بانک مرکزی ابزارهای چندانی برای کنترل تورم ناشی از نقدینگی از پیش ایجاد شده ندارند. آنچه مسلم است، اینکه در صورت تعلل و انفعال سیاست‌گذاران در مقابل شرایط جدید کشور با اصرار آن‌ها به تداوم سیاست‌های نادرست گذشته، با سرعتی باورنکردنی به بن‌بست خواهیم رسید و حتی امکان انجام همین جراحی‌های عمیق برای بازگرداندن تعادل نسبی به اقتصاد نیز از دسترس خارج خواهد شد. بدون شک هر جراحی عمیقی به بازتوزیع منافع در سطح جامعه خواهد انجامید و در نتیجه موافقان و مخالفان متعددی خواهد داشت.

در این شرایط سیاست‌گذاران باید بین تحمل هزینه‌های سیاسی در کوتاه‌مدت یا غلتیدن به مسیر اقتصادی مانند ونزوئلا دست به انتخاب بزنند. بدهی‌ی است که اگر دولتمردان صادقانه با مردم صحبت کنند و به صورت شفاف شرایط را برای مردم توضیح دهند و از تکرار اشتباه‌های گذشته بپرهیزند، بسیاری از هزینه‌های سیاسی و اقتصادی کاهش خواهند یافت.

ضرورت مدیریت اقلام عمده وارداتی مصرفی

راهکار مرکز پژوهش‌ها برای شرایط تنگنای ارزی

مجلس تهیه شد. درخصوص ضرورت این موضوع همین بس که با توجه به محدودیت منابع ارزی کشور اقتصاد مقاومتی حکم می‌کند که ترکیب واردات به گونه‌ای تنظیم شود تا اولاً نیاز به کالاهای اساسی و استراتژیک تا حد امکان به خارج از کشور کاهش یابد و ثانیاً واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای به گونه‌ای تنظیم شود که به افزایش تولیدات داخلی و کالاهای با ارزش افزوده بالا منجر شود. به عبارت دیگر صرف نظر از روند واردات، مسئله مهمی که وجود دارد این است که منابع ارزی لازم برای این حجم واردات که سالانه صورت می‌پذیرد از چه محلی تأمین می‌شود. این موضوعی است که دولت بارها با آزمون و خطا ازجمله ارائه لیست ممنوعیت ثبت سفارش ۱۳۳۹ کد تعرفه و یا اولویت‌بندی‌های چهارگانه که اخیراً ارائه کرده سعی در مدیریت منابع محدود ارزی دارد.»

آثار سیاست‌های جدید ارزی چه زمانی در بازار مشهود می‌شود؟

جنس وارد کنند، اکنون مجبورند با دلار ۹هزار تومانی حداکثر ۴۰واحد جنس وارد کنند. در نتیجه جامعه و مصرف‌کننده از دوطرف دچار مشکل خواهند شد. برخوردار توضیح می‌دهد: «هم قیمت‌ها شدیداً افزایش پیدا می‌کند و هم کمبود کالا به‌خاطر سرمایه در گردش کارخانه‌ها و تجار به شدت پایین می‌آید. همه این موارد دست به دست هم داده و سبب می‌شود تا کالا کم شده و تبدیل به شیوه زیرمیزی شود و در نتیجه دوباره دلالتان گردن کلفت نیز گردن کلفت‌تر خواهند شد. وی در پاسخ به اینکه پیش‌بینی می‌کنید چه زمانی این اتفاق بیفتد؟ گفت: جنس‌هایی که اکنون در گمرک هست تا در بیاید به حتم آثار این مساله یک ماه و ۱.۵ ماه آینده در جامعه مشهود خواهد بود.

دچار مشکل شد؛ البته مسئولان می‌گویند کالای تولیدشده توسط تولیدکنندگان و همچنین واردکنندگان متأسفانه با قیمت آزاد دست مصرف‌کنندگان می‌رسد و دولت این مساله را در نظر می‌گیرد، اما برای این مورد نیز می‌توانستند تمهیداتی ببندیشند. محمدحسین برخوردار می‌افزاید: قدرت خرید مردم پایین آمده است. حال در نظر بگیرید چه شرایطی به وجود خواهد آمد زمانی که بخواهید ارز ۴۲۰۰تومانی را یک‌مرتبه به ۹ هزار تومان برسانید که مشکلاتی به وجود خواهد آمد؛ نخست اینکه سرمایه در گردش کارخانه‌ها و تجار کمتر از نصف خواهد شد و برای جایگزین کردن این مساله با مشکل مواجه می‌شوند. یعنی در حالی که تاکنون با همین سرمایه‌ای که داشتند، می‌توانستند ۱۰۰واحد

در ماه‌های گذشته به دلیل نوسان شدید نرخ ارز و جهش ناگهانی قیمت ارز، تولیدکنندگان و تجار در مرحله نخست و در نهایت مصرف‌کنندگان کالاها دچار مشکلات فراوانی شدند. پرده‌برداری و ابلاغ سیاست‌های جدید ارزی دولت در هفته‌های گذشته بارقه‌های امید را در میان این گروه‌ها و اقشار مختلف مردم به وجود آورد و هنوز هم منتظرند تا دولت با اقدامات کارشناسی، بار دیگر امید بهبود شرایط اقتصادی و معیشتی را در جامعه تسری دهد.

در همین زمینه، یک فعال اقتصادی درباره اعمال سیاست‌های جدید ارزی از سوی دولت و تأثیر آن در کاهش التهابات بازار به خبرآنلاین می‌گوید: دلار از ۳۲۰۰ تومان به ۴۲۰۰ تومان رسید که جامعه

تجارت



صادرات کشور ۱۹ میلیارد دلاری شد

کارنامه ۵ ماهه تجارت خارجی ایران

گمرک ایران تازه‌ترین گزارش عملکرد تجارت خارجی کشور را منتشر کرد که طی آن صادرات در پنج ماه نخست امسال از مرز ۱۹ میلیارد دلار گذشت و به ۱۹ میلیارد و ۳۱۸ میلیون دلار رسید. این میزان در حالی نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۳.۷ درصد افزایش دارد که وزن صادرات غیرنفتی ایران در این دوره نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲ درصد کاهش داشته است. به گزارش «فرصت امروز» و براساس تازه‌ترین آمار گمرک ایران از تجارت خارجی پنج ماهه نخست امسال، در این مدت حجم صادرات غیرنفتی ایران به ۴۶ میلیون و ۲۹۶ هزار تن رسیده است که ارزش آن رقمی برابر ۱۹ میلیارد و ۳۱۸ میلیون دلار، معادل ۴۱ میلیارد و ۹۰۸ میلیون یورو می‌شود.

به این ترتیب مشاهده می‌شود که تا پایان مردادماه امسال، صادرات ایران نسبت به مدت مشابه سال گذشته کاهش ۲ درصدی از لحاظ وزن و افزایش ۱۳.۷ درصدی از نظر ارزش دلاری داشته است. ارزش صادرات ایران به یورو نیز در این مدت ۲۸۸۴ درصد رشد داشته است. در همین مدت میزان واردات قطعی کالا به ایران ۱۳ میلیون و ۹۶۳ هزار تن به ارزش ۱۸ میلیارد و ۸۹۳ میلیون دلار و برابر با ۱۵ میلیارد و ۵۷۴ میلیون یورو بوده است. واردات ایران نیز در این مدت نسبت به پنج ماهه نخست سال گذشته با کاهش ۵.۸۲ درصدی وزن و ۹.۶۶ درصدی ارزش دلاری همراه بوده است و به همین ترتیب ارزش یورویی کالاهای واردشده به ایران نیز ۱۱.۴۷ درصد کاهش یافته است.

میعانات گازی در صدر صادرات غیرنفتی ایران

اقلام عمده صادراتی ایران در این مدت به ترتیب میعانات گازی به ارزش ۲ میلیارد و ۱۷۰ میلیون دلار و سهم ارزشی ۱۱.۲۳ درصد، پروپان مایع شده به ارزش ۸۴۵ میلیون دلار و سهم ارزشی ۴.۳۷ درصد، روغن‌های سبک و فرآورده‌ها به جز بنزین به ارزش ۷۳۴ میلیون دلار و سهم ارزشی ۳.۸ درصد، متانول به ارزش ۵۶۰ میلیون دلار و سهم ارزشی ۲.۹ درصد و پلی اتیلن گرید فیلم به ارزش ۴۹۶ میلیون دلار و سهم ارزشی ۲.۵۷ درصد بوده است. در مدت مذکور، بیش از ۳۰ درصد از ارزش کل صادرات ایران مربوط به پتروشیمی‌ها، ۱۲.۳ درصد مربوط به میعانات گازی و ۵۸.۴۸ درصد مربوط به سایر کالاها بوده است.

خودرو، مهم‌ترین کالای وارداتی ایران

همچنین اقلام عمده وارداتی در این مدت، شامل قطعات منفصله جهت تولید اتومبیل سواری ردیف ۸۷۰۳ بنزینی با حجم سیلندر ۲۰۰۰ سی‌سی با ساخت داخل ۱۴ تا کمتر از ۳۰ به استثنای لاستیک به ارزش ۸۸۲ میلیون دلار و سهم ارزشی ۴.۶۷ درصد، ذرت برنج به ارزش ۸۶۳ میلیون دلار و سهم ارزشی ۴.۵۷ درصد، ذرت دامی به ارزش ۸۱۴ میلیون دلار و سهم ارزشی ۴.۳۱ درصد، لوبیای سویا به ارزش ۵۹۵ میلیون دلار و سهم ارزشی ۳.۱۵ درصد و الکتروود زغالی برای کوره‌ها به ارزش ۲۴۶ میلیون دلار و سهم ارزشی ۱.۳ درصد بوده است.

رئیس‌جمهور امروز برای پاسخ به سوال مجلس به بهارستان می‌رود

سوال مجلس از رئیس‌جمهور



حساب‌کشی یا فرار از پاسخگویی؟

اما در زمینه طرح سوال از رئیس‌جمهور، علی سرزعی اقتصاددان، این پرسش را مطرح کرده که آیا اقدام مجلس در سوال از رئیس‌جمهور نوعی حساب‌کشی از قوه مجریه و اختیارات رئیس قوه مجریه است؟ به گزارش ایسنا، او در یادداشتی این‌گونه به این پرسش پاسخ داده است: ظاهر مسئله این طور است. قاعدتا کسانی که دنبال طرح این سوال بوده‌اند چنین ادعا می‌کنند که این سوال برای پاسخگو کردن رئیس‌جمهوری در قبال نحوه استفاده از قدرت و امکانات خود است. این حرف وقتی درست است که قوه مجریه اختیارات کافی در تصمیمات داشته باشد و مجلس دخالت چندانی در امور اجرایی نداشته باشد. حال اگر قضیه برعکس باشد یعنی عموم تصمیمات دولت اجرایی نمی‌شود مگر آنکه به تصویب مجلس برسد آنگاه به این نتیجه می‌رسیم که دیگر مجلس خود در وضع موجود کاملاً سهمیه بوده است و به هیچ عنوان نقش بیرونی نداشته است. تقریباً تمام سیاست‌های اصلی باید به تایید مجلس برسد. حتی تک تک اجزای بودجه باید به تایید مجلس برسد و مجلس هر گونه که بخواهد آن را تغییر می‌دهد و هر تکلیفی که صلاح بداند در بودجه اعمال می‌کند. حتی با وجود اینکه دولت برنامه ششم توسعه به عنوان یک سند بالادستی را پس گرفت، مجلس خود به تنهایی آن را تنظیم و تصویب کرد. از آن بیشتر اینکه نمایندگان مجلس خود می‌توانند با پیشنهاد و تصویب برخی طرح‌ها اموری را به قوه مجریه تحمیل کنند.

حال به عقب برگردیم. آیا نمایندگان مجلس عموماً با سیاست‌های دولت که الان مشخص شده اشتباه بوده مخالف بوده‌اند یا از هواداران اصلی بوده‌اند و یا حتی خود عامل اصلی یا پشتیبانان اصلی سوق دادن دولت به این سمت بوده‌اند. مثلاً امروز جامعه و نمایندگان مجلس و حتی اعضای دولت از وضعیت نرخ ارز عصبی هستند. امروز که کار از کار گذشته برای همه روشن شده که تثبیت نرخ ارز در سال‌های گذشته سیاست درستی نبوده است، ولی اگر متصفانه به گذشته برگردیم آیا کسی بود که از افزایش نرخ ارز دفاع کند؟ آیا همه نمی‌گفتند که نرخ ارز نباید افزایش یابد چون تورم‌زا است؟

شاهد این مدعا این است که همین الان نیز نمایندگان مجلس عمدتاً موافق سیاست‌های اشتباه دولت نظیر حفظ قیمت بنزین و آب و برق و مخالف اصلاح قیمت حامل‌های انرژی هستند. پس این سوال از رئیس‌جمهور با چه هدفی طرح می‌شود؟ به نظر می‌رسد که در خوشبینانه‌ترین حالت چون جامعه در حالت عصبی است نمایندگان مجلس می‌خواهند با این اقدام نوعی همدلی با جامعه را نشان دهند و در یک نگاه بدبینانه می‌خواهند خود را از اشتباهات سیاست‌گذاری میرا نشان دهند. واقعیت این است که وقتی مجلس عمیقاً در فرآیند تصمیم‌گیری‌ها حضور و مشارکت دارد، نمی‌تواند حساب‌کشی به شکلی که در دیگر پارلمان‌ها هست داشته باشد. در کشورهای دیگر نمایندگان مجلس هر از چندگاهی تشکیل جلسه می‌دهند و تنها به موارد بسیار بسیار کلی می‌پردازند و از دخالت زیاد در امور در مسائل اجرایی پرهیز دارند و به همین دلیل می‌توانند از دولت بازخواست کنند ولی در ایران نقش مجلس به کلی متفاوت است و مجلس خود یکی از بازیگران اصلی در تصمیم‌گیری‌هاست و اگر نتیجه مطلوب از سیاست‌ها حاصل نشده باید خود را نیز مورد بازخواست قرار دهد.

در عین حال شرط آنکه تحولات اقتصاد کلان موجب نشود که موضوعاتی نظیر سوال از رئیس‌جمهوری مطرح شود این است که وزرا مسئولیت کامل در قبال حوزه‌های تحت سرپرستی خود داشته باشند و مجلس بتواند آنها را در قبال عملکرد نادرست بازخواست نماید. وزرا نیز وقتی مسئولیت کامل در قبال سیاست‌ها را بپذیرا خواهند شد که اختیارات کامل داشته باشند و از سمت رئیس‌جمهوری، معاون اول یا دیگر مسئولان حکومتی از جمله عملکرد نمایندگان مجلس تحت فشار نباشند که سیاستی را اتخاذ کنند که قبول ندارد بلکه تنها محدودیت‌های قانونی را پیش روی خود ببینند. در این وضعیت اگر مشخص شد که یک سیاست شکست خورده است آنگاه به جای طرح اموری چون سوال از رئیس‌جمهوری انگشت اتهامات متوجه وزیر مسئول می‌شود و وزیر

فرصت امروز: رئیس‌جمهور امروز برای پاسخ به سوال مجلس به بهارستان می‌رود. این دومین طرح سوال از رئیس‌جمهور در تاریخ پس از انقلاب است که در ادوار مجلس اعلام وصول شده است. اولین بار محمود احمدی‌نژاد بود که در ۲۴ اسفندماه سال ۹۰ به عنوان نخستین رئیس‌جمهور در تاریخ نظام جمهوری اسلامی برای پاسخگویی به سوالات ۷۹ نماینده به صحن علنی مجلس رفت. حالا پس از احمدی‌نژاد، این بار حسن روحانی باید در مجلس پاسخگوی طرح سوالی باشد که درباره «عدم موفقیت دولت در کنترل قاچاق کالا و ارز»، «استمرار تحریم‌های بانکی»، «عدم اقدام شایسته دولت درباره کاهش نرخ بیکاری»، «رکود اقتصادی شدید چند ساله» و «افزایش شتابان نرخ ارز خارجی و کاهش شدید ارزش پول ملی» مطرح شده است.

دهم مردادماه بود که طرح سوال از رئیس‌جمهوری با ۸۰ امضا در مجلس اعلام‌وصول شد؛ البته از مدت‌ها قبل زمه‌های طرح سوال از رئیس‌جمهور به گوش می‌رسید و سرانجام تلاش چند ماهه برخی نمایندگان برای طرح سوال از روحانی به سرانجام رسید. اگر نخستین‌بار این مجلس هشتم بود که به طرح سوال از رئیس‌جمهور دست زد و به خاطر نحوه برخورد و پاسخ‌های احمدی‌نژاد به حاشیه و جنجال نیز کشیده شد، این‌بار اما حسن روحانی باید در مجلس پاسخگوی طرح سوالی باشد که پنج محور دارد و همه آنها اقتصادی است.

روال سوال از رئیس‌جمهور در مجلس

براساس آیین‌نامه داخلی مجلس، رئیس‌جمهور حداکثر تا مدت یک ماه فرصت دارد برای پاسخ به سوال، در بهارستان حضور یابد و به سوال یا سوالات نمایندگان پاسخ دهد مگر با عذر موجه و با تشخیص مجلس شورای اسلامی. طبق تبصره ماده ۲۱۳ آیین‌نامه مجلس، پس از این مرحله درباره پاسخ رئیس‌جمهوری به هر یک از سوالات از نظر قانع‌کننده بودن به‌صورت جداگانه رای‌گیری می‌شود. چنانچه اکثریت نمایندگان حاضر در جلسه از پاسخ رئیس‌جمهوری به سوال قانع نشده باشند و موضوع مورد سوال نقض قانون یا استکلاف از قانون محسوب شود، آن سوال به قوه قضاییه ارسال می‌شود.

مدت‌زمان پیش‌بینی شده در آیین‌نامه مجلس برای سوال‌کنندگان از رئیس‌جمهور نیم ساعت و برای رئیس‌جمهور یک ساعت است که البته هر کدام می‌توانند وقت خود را به دو بخش تقسیم کنند. در بخش اول سوال‌کنندگان پرسش‌های‌شان را مطرح می‌کنند و رئیس‌جمهور پاسخ می‌دهد و در بخش دوم آنها اظهارات‌شان را می‌گویند و رئیس‌جمهور هم توضیحات لازم را خواهد داد. در ادامه، تک تک سوالات نمایندگان از رئیس‌جمهور به رای مجلس گذاشته می‌شود و اگر نصف به‌علاوه یک نماینده حاضر از پاسخ‌های رئیس‌جمهور قانع نشده باشند سوال جهت رسیدگی به قوه قضاییه ارجاع خواهد شد.

تفاوت استیضاح با سوال از رئیس‌جمهور

اما طرح سوال از رئیس‌جمهور با طرح استیضاح او کاملاً متفاوت است. براساس اصل هشتاد و نهم قانون اساسی، نمایندگان مجلس شورای اسلامی می‌توانند در مواردی که لازم می‌دانند هیات‌وزیران یا هر یک از وزرا را استیضاح کنند. در صورتی که حداقل یک‌سوم از نمایندگان مجلس شورای اسلامی، رئیس‌جمهوری را در مقام اجرای وظایف مدیریت قوه مجریه و اداره امور اجرایی کشور مورد استیضاح قرار دهند، رئیس‌جمهوری باید طرف مدت یک ماه پس از طرح آن در مجلس حاضر شود و درخصوص مسائل مطرح‌شده توضیح بدهد. در صورتی که پس از بیانات نمایندگان مخالف و موافق و پاسخ رئیس‌جمهوری، اکثریت دوسوم کل نمایندگان به عدم کفایت رئیس‌جمهوری رأی دادند مراتب جهت اجرای بند ۱۰ اصل یکصد و دهم به اطلاع مقام رهبری می‌رسد. مجلسی‌ها تاکنون از حق استیضاح و طرح عدم کفایت رئیس‌جمهوری تنها در یک مورد استفاده کردند و در خرداد سال ۶۰، ابوالحسن بنی‌صدر، اولین رئیس‌جمهوری اسلامی را استیضاح و طرح عدم کفایت سیاسی او را به تصویب رساندند.

خونه و محل کار جدید

تلفن و اینترنت

همون یک همیشگی!

TD-LTE

ADSL2+

۱۵۴۴

asiatech.ir

آیاتک

دارای مجوز FCP به شماره ۱۶-۹۴-۱۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

یادداشت

صاحبان کسب‌وکار در مسیر استفاده از ارزهای دیجیتال

مه‌دی معصومی اصفهانی
عضو کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران

ارزهای دیجیتال از دو جنبه حائز اهمیت است. اول اینکه این ارزها به‌نوعی کالا محسوب می‌شوند که ارزش خریدوفروش دارند و مورد معامله قرار می‌گیرند و البته بازاری دارد که قیمت هم در این بازار تعیین می‌شود. کارکرد دوم ارزهای دیجیتال، قابلیت انتقال پول است. اکنون انتقال پول از طریق شبکه بانکی و سوئیفت انجام می‌شود. پولی که بازرگان ایرانی می‌خواهد به شریک تجاری‌اش در خارج از کشور بپردازد از یک بانک ایرانی به بانک مرکزی می‌رود و از بانک مرکزی ایران به بانک مرکزی کشور مقصد می‌رود و از آنجا به یک بانک مشخص واریز می‌شود. با استفاده از ارزهای دیجیتال بدون نیاز به واسطه‌ها می‌توان مبلغ موردنظر را بدون نیاز به ثبت یا اطلاع سازمان‌های دیگر به شریک تجاری رساند. ارزهای دیجیتال ظرفیت بسیار بالایی برای تسریع و بهبود معاملات بین‌المللی دارد و اما این ظرفیت هنوز در دنیا ناشناخته است. این ناآگاهی درباره یکی از مهم‌ترین پدیده‌های پولی و اقتصادی جهان در حالی ادامه دارد که اگر از ارزهای دیجیتال استفاده کند، معاملات کم حاشیه‌تر و سریع‌تر انجام می‌شود. در ایران روند آشنایی با ارزهای دیجیتال در بخش خصوصی و دولت آغاز شده است. برای آگاهی‌بخشی بیشتر به بخش خصوصی در این‌باره از ریاست اتاق تهران درخواست کردیم تا دفتری را برای آموزش ارزهای دیجیتال دایر کند. دانشگاهیان کمک بزرگی برای بخش خصوصی برای توسعه استفاده از ارزهای دیجیتال است اما صاحبان کسب‌وکار با این مفاهیم آشنا نیستند تا اعتماد کرده و از آن استفاده کنند. بسیاری از صاحبان کسب‌وکار هنوز سنتی عمل می‌کنند، اما این امید وجود دارد تا با تدوین راهکارهای درست اعتماد بخش خصوصی به ارزهای دیجیتال جلب شود. کشورهای کمی در دنیا ارزهای دیجیتال را به رسمیت شناخته‌اند اما به نظر من، استفاده از این ارزها و اعتماد به آن‌ها رقابت آگاهی کشورهای مختلف است. هر کشوری زودتر آگاه شود، زودتر اعتماد کرده و از منافع این ارزها بهره می‌برد. در ایران مسئله تحریم‌ها توجه به ارزها را به الزام تبدیل کرده است. حتی ریاست جمهوری ایالات متحده آمریکا نسبت به استفاده ایرانیان از این ارزها هشدار داد اما متأسفانه هم‌زمان با ترامپ، بانک مرکزی ایران هم نسبت به ارزهای دیجیتال موضع منفی گرفت هرچند به رسمیت شناختن این ارزها اکنون در دست بررسی است. برای استفاده از ارزهای دیجیتال به منظور کاستن از فشار تحریم‌ها، فقط کافی است وزارت صنعت، معدن و تجارت در کنار ارزهای دلار، یورو و یوان، ارزهای دیجیتال را هم برای تجارت به رسمیت بشناسد.

دریچه

بازگشت ارزهای خانگی به چرخه اقتصاد

نرخ سود سپرده‌های ارزی جذاب است

مدیرعامل بانک توسعه صادرات با بیان اینکه طرح سپرده‌گیری ارزی در شبکه بانکی موجب بازگشت ارزهای خانگی به چرخه اقتصادی می‌شود، گفت: نرخ سود این سپرده‌ها مناسب و جذاب است. علی صالح‌آبادی در گفت‌وگو با آیینا درباره بخشنامه سپرده‌گیری ارزی در شبکه بانکی گفت: با توجه به اینکه امروز ممکن است بسیاری از افراد ارزهای فیزیکی به صورت اسکناس در اختیار داشته باشند نیاز بود که سازوکاری اندیشیده شود که این منابع به شبکه رسمی کشور بازگردد. او ادامه داد: سپرده‌گذاری این اسکناس‌ها امنیت بیشتری را برای مردم فراهم می‌کند، ضمن اینکه کمک می‌کند این پول در چرخه اقتصادی استفاده شود و افراد نیز سود دریافت کنند. مدیرعامل بانک توسعه صادرات با بیان اینکه تدبیری که در این زمینه اندیشیده شده و در مصوبه هیات وزیران در بسته ارزی نیز آمده این است که افراد وجوه خود را نزد بانک‌ها سپرده‌گذاری کنند، ادامه داد: بانک‌ها این وجوه را با کارمزد ۰.۳ درصد نزد بانک مرکزی سپرده‌گذاری می‌کنند و بانک مرکزی برای ارزهای یورو، درهم و دلار سودهایی را در طول سال به صورت ماهانه پرداخت می‌کند. صالح‌آبادی یادآور شد: همانطور که سالیان سال است که مردم ریال را خارج از شبکه بانکی نگهداری نمی‌کنند و آن را نزد بانک‌ها سپرده می‌کنند و نقل و انتقالات نیز در شبکه بانکی انجام می‌شود، در حوزه ارزی نیز باید این اتفاق بیفتد. وی تصریح کرد: امروز مردم ارزهای خارجی مانند یورو، دلار و درهم را به صورت اسکناس نگهداری می‌کنند و این پول از چرخه اقتصادی خارج می‌شود، بنابراین با تدبیری که اندیشیده شده می‌توان ارزهای را که در منازل وجود دارد جذب شبکه بانکی کرد. صالح‌آبادی تأکید کرد: بانک مرکزی تضمین می‌کند که اصل و سود این وجوه را بازپرداخت کند و بانک‌ها از طرف بانک مرکزی عاملیت دارند که سپرده‌گیری ارزی انجام و این وجوه را در اختیار بانک مرکزی قرار دهند که تدبیر بسیاری خوبی است.

تقدیر بانک پاسارگاد از قهرمانان کشتی در بازی‌های آسیایی ۲۰۱۸ جاکارتا

در خجسته ایام دهه ولایت و آستانه عید سعید غدیر خم، هم‌زمان با زادروز جهان پهلوان تختی و روز ملی کشتی، بانک پاسارگاد از افتخارآفرینان تیم‌های ملی کشتی آزاد و فرنگی در رقابت‌های آسیایی ۲۰۱۸ جاکارتا، با اهدای هدایای ویژه تقدیر می‌کند. به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، خسرو رفیعی، مدیر روابط عمومی این بانک، اظهار داشت: به مناسبت افتخارآفرینی قهرمانان کشتی در مسابقات آسیایی، بانک پاسارگاد از کشتی‌گیران رقابت‌های آزاد و فرنگی و کادر فنی در مراسم ویژه‌ای تقدیر می‌کند.

وی افزود: بانک پاسارگاد به عنوان تنها حامی کشتی کشور، در این مراسم با گرمی‌داشت یاد جهان‌پهلوان تختی و قدردانی از تلاش‌های مستمر ورزشکاران، هدایایی را به رسم یادبود به کشتی‌گیران افتخارآفرین ایران تقدیم خواهد کرد.

پاوربازنگ

رقابت جذب سپرده در شبکه بانکی بالا گرفت

ویرین جذاب بانک‌ها



بروید، دلیل هم مشخص است و می‌خواهند پول حداقل یک سال در حساب بانک‌ها بماند، چرا که در صندوق امکان برداشت وجود داشته ولی برداشت از حساب سپرده با جریمه همراه می‌شود. در این میان هستند برخی بانک‌های بزرگ که به حساب سپرده دست زده و همان ۱۵درصد را پرداخت می‌کنند. جالب اینجاست در پاسخ به اینکه در رقابت با بانک‌های دیگر سود را تغییر نداده‌اند، عنوان می‌کنند که افزایش نرخ سود سپرده با ریسک بالایی برای آنها همراه بوده و در قیاس با سود تسهیلات ۱۸درصدی که اکنون پرداخت می‌شود در نهایت به ضرر بانک و منفی شدن ترازنامه آنها منجر می‌شود. رفتار کارکنان بانک‌ها هم جالب است؛ به طوری که بلافاصله بعد از پرسش مشتری برای شرایط حساب سپرده تلاش می‌کنند تا به هر نحوی که شده او را متقاعد به سپرده‌گذاری در بانک و یا انتقال حساب از بانک‌های دیگر به بانک خودشان کنند. حتی پیشنهاد می‌کنند اگر

به دنبال فرصتی که بانک مرکزی در اختیار شبکه بانکی قرار داد تا سپرده‌های مشتریان را تمدید و یا تغییر دهند، بانک‌ها در این چند روز اقدام به افزایش نرخ سود برای جذب سپرده و نگهداشت منابع قبلی کردند؛ چنانچه نرخ سودی که این روزها به مشتریان پیشنهاد می‌شود تا ۲۳درصد افزایش داشته و ۸درصد بالاتر از نرخ متعارف ۱۵درصدی مصوب شورای پول و اعتبار است. به گزارش ایسنا، در حالی نرخ سود بانکی در تیرماه ۱۳۹۵ به مصوبه شورای پول و اعتبار به ۱۵درصد کاهش پیدا کرد که با توجه به انحرافی که بانک‌ها از این نرخ داشتند در شهریورماه سال گذشته بانک مرکزی طی دستورالعملی بانک‌ها را مکلف به کاهش نرخ سود به ۱۵درصد کرد. اما قبل از اجرای این دستورالعمل در فاصله اول تا ۱۱ شهریورماه فرصتی ایجاد شد تا بانک‌ها بتوانند سپرده‌های با نرخ بالا جذب کرده و یا حساب‌های کوتاه‌مدت را به بلندمدت تبدیل کنند، از این رو اکنون و در زمان فرا رسیدن سررسید حساب‌های سال گذشته نگرانی از عدم تمدید حساب‌ها و خروج سرمایه از بانک‌ها برای حرکت به سمت بازارهایی همچون سکه و ارز و ایجاد التهاب در آن موجب شد تا شبکه بانکی به سمتی پیش برود که تا حدی مانع از خروج سپرده شود. بر این اساس اخیراً بانک مرکزی در بخشنامه‌ای به بانک‌ها اعلام کرد که سپرده‌های در فاصله دوم تا یازدهم شهریورماه را تا مدت یک ماه تمدید کند.

اما در زمان تمدید حساب‌ها، گذری بر شعب بانک‌ها و بررسی نرخ‌های سودی که به مشتریان پیشنهاد می‌شود از این حکایت داشت که اغلب بانک‌ها نرخ سود را تا ۲۳درصد هم افزایش داده‌اند؛ به گونه‌ای که پیشنهاد متفاوتی برای مشتریان داشته و برای تمدید حساب‌های قبلی و یا گشایش حساب‌های جدید نرخ سود بین حداقل ۱۸ تا ۲۳درصد متغیر است. کارکنان شعب می‌گویند با توجه به فرصتی که از سوی بانک مرکزی در اختیار آنها قرار گرفته تا در این چند روز که احتمالاً ۱۱ شهریورماه خواهد بود، بتوانند به هر ترتیبی شده از بیرون رفتن سپرده‌ها جلوگیری کنند، از این رو برای سپرده‌های با مبالغ متفاوت نیز سوده‌های مختلفی در نظر گرفتند. برخی از بانک‌ها برای سپرده‌های کمتر از ۱۰ میلیون تا ۲۲درصد سود پرداخت کرده و مبالغ بالاتر از این رقم تا ۲۳درصد سود در نظر گرفتند. یکی از بانک‌ها که حتی بدون در نظر گرفتن کف مبلغ کلاً ۲۰درصد سود پرداخت می‌کند، دیگری ۲۲درصد برای سپرده‌های مدت‌دار در نظر گرفته و بانک دیگر تا سقف ۵۰ میلیون ۲۰درصد و بالاتر از آن را ۲۲.۵درصد سود می‌دهد. برخی از بانک‌ها نیز به جای حساب‌های سپرده صندوق‌های سرمایه‌گذاری را تقویت کردند و در آن سوده‌های ۱۸ تا ۲۰درصدی پرداخت می‌شود، اما پیشنهاد می‌کنند که به جای صندوق به سمت حساب‌های سپرده

ردیف	شرح پروژه	کمیت و کیفیت	محل اجرا	برآورد اولیه بر مبنای فهرست بهای تجمیع شده راه و باند سال ۹۶ (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)	صلاحیت مورد نیاز
۱	بهرسازی راه اصلی تقاطع شهرک صنعتی چهاربیشه - امامزاده جعفر - پایاکلان - جرام (قطعه) ۳ کیلومتر ۲۱۰۰۰۸ الی (۲۵+۰۳۳) (دو مرحله ای)	عملیات راهسازی از ۲۱۰۰۰۸ الی ۲۵+۰۳۳ مطابق برآورد و نقشه های اجرایی	گچساران	۲۱۵۶۹۶۳۰۰۶۰۰	۵۶۳۴۰۰۰۰۰۰	رتبه ۳ راه و بالاتر
۲	بهرسازی راه اصلی تقاطع شهرک صنعتی چهاربیشه - امامزاده جعفر - پایاکلان - جرام (قطعه) ۴ کیلومتر ۲۵+۰۳۳ الی (۳۰+۸۱۸) (دو مرحله ای)	عملیات راهسازی از ۲۵+۰۳۳ الی ۳۰+۸۱۸ مطابق برآورد و نقشه های اجرایی	گچساران	۱۸۲۷۷۴۴۲۶۳۵۶	۴۹۷۵۰۰۰۰۰۰	رتبه ۳ راه و بالاتر

دستگاه مناقصه گزار و نشانی: **اداره کل راه و شهرسازی استان کهگیلویه و بویراحمد** - یاسوج - ضلع جنوبی میدان شهید فهمیده
۱- آدرس سایت الکترونیکی مناقصات: <http://iets.mporg.ir> و سامانه ثبت معاملات سازمان بازرسی کشور: <http://tender.bazresi.ir>
۲- زمان و محل دریافت اسناد مناقصه و آگاهی از سایر شرایط: از تاریخ ۹۷/۶/۶ لغایت ۹۷/۶/۱۳ ساعت ۹/۳۰ تا ۱۳:۳۰ از طریق سامانه ستاد به آدرس: www.setadiran.ir قابل دریافت می باشد.
۳- مناقصه گران می بایست پاکات اسناد و پیشنهادهای خود را حداکثر تا ساعت ۱۳:۳۰ مورخ ۹۷/۶/۳۱ بصورت الکترونیکی در سامانه ستاد و به صورت فیزیکی به اداره حراست اداره کل راه و شهرسازی واقع در یاسوج- ضلع جنوبی میدان شهید فهمیده - دبیرخانه حراست تحویل و رسید دریافت دارند.
۴- جلسه کمیسیون بازگشایی مناقصه مورخ ۹۷/۷/۱ رأس ساعت ۸ صبح تشکیل می گردد. از کلیه مناقصه گران و یا نماینده رسمی آنها جهت شرکت در جلسه بازگشایی پاکات پیشنهاد قیمت دعوت به عمل می آید.
۵- تنها پیمانکارانی میتوانند در مناقصات فوق شرکت نمایند که رتبه و صلاحیت آنان در سامانه اینترنتی www.sajar.mporg.ir دارای اعتبار باشد. برینست صلاحیت شرکت باید از سایت مذکور تهیه گردیده و روی پاکت اصلی مناقصه (لقاف اصلی) نصب گردد بطوریکه پیش از بازگشایی قابل رویت و بررسی باشد.
۶- لازم است ضمانت نامه شرکت در مناقصه در پاکت الف، اسناد شرکت در پاکت ب، پیشنهاد قیمت و آنالیز بها در پاکت ج، هر سه پاکت فوق الذکر لاک و مهر و همه پاکتها در لفاف مناسب لاک و مهر شده به اداره حراست تحویل نمایند و به همین صورت در سامانه ستاد ارائه گردد.
۷- مناقصه گران مکلفند نسبت به تکمیل اسناد و مهر و امضا نمودن آنها و اخذ گواهی های لازم درخواستی اداره کل راه و شهرسازی، که در چک لیست منضم به اسناد مناقصه درج گردیده اقدام نمایند.در صورت عدم تکمیل و ارائه اسناد درخواستی مسئولیت به عهده مناقصه گر می باشد.
۸- مدت اعتبار پیشنهادات از آخرین مهلت تسلیم پیشنهادات به مدت ۳ ماه می باشد و قابل تمدید تا سه ماه دیگر می باشد.
۹- سایر شرایط در اسناد مناقصه به اطلاع پیمانکاران خواهد رسید.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۶/۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۶/۷
۹۲۰
اداره کل راه و شهرسازی استان کهگیلویه و بویراحمد - اداره پیمان و رسیدگی

نماگر بازار سهام



سید جعفر سبحانی تشریح کرد

نقش پرننگ بورس و فرابورس در خصوصی سازی

تاکنون ۱۴۷ هزار میلیارد ریال سهم از بنگاه‌های مشمول اصل ۴۴، خصوصی سازی شده که سهم بورس و فرابورس از عرضه این بنگاه‌ها بیش از ۶۶درصد بوده است.

سید جعفر سبحانی، مشاور مدیرعامل سازمان خصوصی سازی در ۱۷ سال اخیر در گفت‌وگو با سنا و با اعلام این مطلب گفت: از سال ۱۳۸۰ یعنی ابتدای تأسیس سازمان خصوصی سازی تا به امروز، بیش از ۱۴۷ هزار میلیارد ریال از سهام بنگاه‌های دولتی به بخش خصوصی واگذار شده که ۷۹ هزار میلیارد آن از طریق بورس صورت گرفته است.

او با تأکید بر نقش پرننگ بورس و فرابورس در اجرای بهتر فرآیند خصوصی سازی گفت: از ابتدای تأسیس این سازمان ۵۴درصد از کل واگذاری‌ها از طریق بورس، ۱۲درصد از طریق فرابورس و ۳۴درصد نیز از طریق مزایده بوده است.

سبحانی درباره سهم دولت‌ها در واگذاری‌های صورت گرفته به بخش خصوصی واقعی از ابتدای تأسیس سازمان تا به امروز تصریح کرد: این نرخ از شروع فعالیت سازمان خصوصی سازی تا شروع دولت یازدهم یعنی شهریور ۹۲، حدود ۱۸درصد بوده که در ۴ سال فعالیت دولت یازدهم به حدود ۶۷درصد رسید.

وی ادامه داد: این در حالی است که میزان واگذاری‌ها به بخش خصوصی واقعی از ابتدای فعالیت دولت دوازدهم و طی یک سال اخیر به ۱۰۰درصد رسیده است. این مساله به این معنی است که در این مدت حتی یک ریال از سهام شرکت‌های دولتی به شبه دولتی‌ها و خصولتی‌ها واگذار نشده است.

مشاور مدیرعامل سازمان خصوصی سازی دستیابی این سازمان به بالاترین نرخ خصوصی سازی واقعی را اتفاقی ندانست و تأکید کرد: سازمان همواره برای رساندن این نرخ از ۱۸درصد به ۱۰۰درصد متحمل سختی‌هایی شده است. حتی در برخی موارد خود را ملزم به رویارویی با منتقدین و مخالفان کرده و برای حمایت از واگذاری‌های خود به بخش خصوصی واقعی حتی با حضور در دادگاه به دفاع از واگذاری خود پرداخته است.

وی افزود: در دولت یازدهم و دوازدهم برای افزایش حضور بخش خصوصی واقعی در واگذاری‌ها و شرکت در مزایده‌ها، مشوق‌هایی ایجاد شده است که در کنار سایر حمایت‌های دولت و سازمان خصوصی سازی نتیجه‌بخش بوده و باعث افزایش نرخ حضور بخش خصوصی واقعی در واگذاری‌ها شده است.

این مقام مسئول در سازمان خصوصی سازی در تشریح برخی از این مشوق‌ها گفت: در واگذاری بنگاه‌ها براساس صلاحیت هیات واگذاری، به صورت نقد و اقساط عمل می‌شود. اگر بنگاهی به بخش شبه دولتی یا همان خصولتی واگذار شود، نرخ سود فروش اقساطی آن ۱۴درصد و اگر این واگذاری به بخش خصوصی واقعی صورت گیرد نرخ سود می‌تواند تا ۳درصد کاهش یابد. همچنین نحوه بازپرداخت برای یک بنگاه شبه دولتی به هر میزان باشد، بخش خصوصی واقعی می‌تواند یک سوم به این مدت زمان اضافه کند، یعنی مثلاً به جای ۶عساله، ۹ ساله پرداخت کند یا اینکه اقساط را به صورت پلکانی پرداخت کند.



کارنامه بورس تهران در یک سالگی دولت دوازدهم



از صعود پرشتاب شاخص کل تا رشد ۵۲درصدی ارزش بازار

ابزارهای مالی جدید از جمله اوراق اجاره، مریجه و اسناد خزانه اسلامی دولتی در این دوره از رونق بسیاری برخوردار بود. این موضوع گسترش وسعت بازار بدهی را به خوبی نشان می‌دهد؛ موضوعی که از آغاز به کار دولت فعلی، در دستور کار تیم اقتصادی قرار داشته و تأکید بسیاری از استفاده از مزیت‌های آن شده است.

سبیل نقدینگی روانه بازار سرمایه شد

مؤلفه بعدی که در بحث جذب نقدینگی و تحرک سهامداران، بسیار مهم ارزیابی می‌شود، ارزش معاملات بازار سرمایه است. لازم به ذکر است در تعاریف اقتصادی، ارزش معاملات ارزش ریالی سهامی است که طی یک روز معاملاتی، بین سهامداران جابه‌جا (خرید یا فروش) شده است.

برهمن اساس، ارزش معاملات چهار بورس فعال بازار سرمایه ایران (بورس اوراق، فرابورس، بورس کالا و بورس انرژی) با بازدهی ۷۹درصدی همراه بوده است.

محاسبه جزئیات این مؤلفه نشان می‌دهد بیشترین رشد ارزش معاملات در این بازارها مربوط به بازارهای کالایی است. بر همین اساس، ارزش معاملات بورس‌های کالایی (کالا و انرژی) طی این دوره، ۱۳۸درصد رشد نشان می‌دهد. همچنین ارزش بازار اوراق بهادار که جمعیت بورس تهران و فرابورس است در مدت یک‌سال با رشد ۳۳درصدی همراه بوده است.

در تأیید حضور هرچه پرننگ‌تر سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه طی فعالیت دولت دوازدهم تاکنون، می‌توان به ضریب نفوذ بازار سرمایه اشاره کرد. این شاخص که از مجموع تعداد کدهای سهامداری و تعداد صاحبان واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق‌ها به دست می‌آید، از ۱۱میلیون و ۵۱۸ هزار و ۱۲۹ نفر در مردادماه سال ۱۳۹۶ به ۱۲ میلیون و ۲۸۰ هزار و ۵ نفر تقریباً ۱۵ مردادماه سال ۱۳۹۷ رسیده که نمایانگر رشد ۹درصدی در بازه یک‌ساله دولت دوازدهم است.

تأمین مالی گسترده از بازار سهام یکی از مهم‌ترین نقش‌های بازار سرمایه در اقتصاد هر کشور مربوط به تأمین مالی بنگاه‌ها از این بازار است. براساس داده‌های آماری، تأمین مالی از رقم ۳۲۷ هزار میلیارد ریال در دوره یک‌ساله قبل از شروع دولت دوازدهم، به رقم ۱۰۷۶ هزار میلیارد ریال در دوره یک‌ساله دولت دوازدهم رسیده است که نشان‌دهنده رشد ۱۶درصدی این شاخص نسبت به دوره مشابه گذشته است.

شاخص صنایع طی یکسال اخیر با بازدهی قابل توجه ۷۵درصدی همراه شده که کارشناسان آن را موفقیت دیگری برای صنایع بورسی می‌دانند.

در کنار بورس، شاخص کل فرابورس نیز با بازدهی مجذوب‌کننده توانست در محور تصمیمات سهامداران قرار بگیرد. بر همین اساس شاخص این بازار نیز از سطح ۹۳۱ هزار واحد در میانه‌های مردادماه سال قبل به سطح ۱۵۲۷ واحد صعود کرد و بازده خود را به حدود ۶۴درصد برساند.

اندازه بازار سرمایه ۵۲درصد بزرگ‌تر شد

ارزش کل بازار اوراق بهادار مؤلفه‌ای است که نشان‌دهنده اندازه بازار است؛ موضوعی که دغدغه مسئولان بورسی و سهامداران بوده و همواره تلاش شده سبیل این بازار نسبت به کل اقتصاد افزایش یابد.

در این خصوص خبر خوشایند، رشد ۵۲درصدی ارزش بازار طی یک‌سال فعالیت دولت دوازدهم است. ارزش کل بازار اوراق بهادار ایران از رقم ۴هزار و ۹۴۹ میلیارد ریال در نیمه مرداد ۹۶، به ۷هزار و ۵۱۳ میلیارد ریال در مدت مشابه سال ۹۷ رسیده است.

دادهای دریافتی در این زمینه نشان می‌دهد، بیش‌ترین افزایش در اندازه بازار مربوط به ارزش اوراق مشتقه بوده و پس از آن به ترتیب ارزش بازار صکوک و ارزش بازار سهام قرار می‌گیرند. چنانچه اوراق مشتقه با بازدهی ۱۰۰درصدی در ارزش بازار، موفقیت قابل توجهی داشته‌اند.

بازار مشتقه در بازار سرمایه ایران جز بازارهای نوپا تلقی می‌شود. بررسی روند ابزار مشتقه حاکی از آن است که طی چهار سال فعالیت این بازار، (که عمده آن در بورس کالا صورت گرفته)، طرح‌های توسعه‌ای از سوی نهاد ناظر نقش بسزایی در آگاهی مردم از مزیت‌های آن داشته است.

مشابه این عملکرد برای اوراق صکوک نیز صدق می‌کند. انتشار انواع

همزمان با یک سالگی دولت دوازدهم، بررسی آمارها نشان می‌دهد که بورس تهران نیز در طی این یک سال، کارنامه مثبتی از خود به جای گذاشته است، چنانچه شاخص کل بورس و فرابورس از ابتدای فعالیت دولت دوازدهم تا ۱۵مردادماه امسال، بازدهی حدود ۶۴درصدی را به همراه داشته است. در همین ارتباط، پایگاه اطلاع‌رسانی سازمان بورس و اوراق بهادار (سنا) همزمان با هفته دولت در گزارشی به بررسی کارنامه بازار سرمایه در یک سال اخیر پرداخته است. طبق این گزارش، عملکرد مثبت بورس‌های چهارگانه در این مدت، در حالی ترسیم شده که به زعم بسیاری از کارشناسان، تصمیمات جدید از سوی نهاد ناظر نقش بسزایی در این موفقیت داشته است.

صعود پرشتاب شاخص کل بازار سرمایه

یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی که در سنجش عملکرد بازار سرمایه مد نظر است، نمودار شاخص کل است. بر همین اساس و بر طبق آمارها شاخص کل بورس و فرابورس در زمان فعالیت دولت دوازدهم تا ۱۵مرداد سال جاری (یک‌ساله)، بازدهی حدود ۶۴درصدی را به همراه داشته است.

شاخص کل که در میانه‌های مردادماه سال قبل، در محدوده کانال ۸۱ هزار واحد قرار داشت با گذشت تنها ۱۲ ماه، به کانال ۱۳۳ هزار واحد رسید؛ امری که در تاریخ فعالیت این بازار بی‌سابقه تلقی شده و نشان از رشد و توسعه بی‌وقفه این بازار در این مدت دارد.

یکی از نکات مهم مقایسه بازدهی شاخص کل و شاخص هم‌وزن است. شاخص هم‌وزن در این مدت تنها ۶درصد رشد داشته است. این رقم، سیگنال مهمی است که نشان می‌دهد بازار سهام عمدتاً تحت تأثیر صنایع و نمادهای بزرگ بورسی رشد داشته است؛ امری که بی‌تردید سودآوری صنایع بزرگی چون فلزی و شیمیایی را نشان می‌دهد. همچنین موضوع دیگری که گواه رشد این صنایع و بهبود عملکرد مالی آن‌ها در این مدت بوده، رشد قابل توجه شاخص صنایع است.

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای با

ارزیابی کیفی شماره ۱۰۴/ت/۹۷/ش/نوبت دوم



- موضوع مناقصه: **احداث شبکه توزیع برق فاز توسعه شهرک صنعتی کوثر**
- محل اجرا: استان البرز -کیلومتر ۲۵ جاده ماهدشت بهشتهارد شهرک صنعتی کوثر
- رتبه و رشته پیمانکاری: رتبه ۵ رشته نیرو
- آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه و ارزیابی کیفی: ساعت: ۱۹:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۹۷/۰۶/۱۲
- آخرین مهلت تحویل اسناد ارزیابی کیفی و مناقصه (پاکات الف، ب و ج): ساعت: ۱۴:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۹۷/۰۶/۲۵
- زمان بازگشایی پاکات (الف، ب و ارزیابی کیفی): ساعت: ۱۴:۳۰ روز یکشنبه مورخ ۹۷/۰۶/۲۵
- زمان اعلام نتایج ارزیابی کیفی در سامانه: ساعت: ۱۴:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۹۷/۰۷/۰۱
- زمان بازگشایی پاکت (ج): ساعت: ۱۴:۳۰ روز یکشنبه مورخ ۹۷/۰۷/۰۱
- مدت زمان و مبلغ برآورد اولیه اجرای پروژه: ۸ ماه و ۲۷،۲۴۵،۳۶۳،۶۰۰ ریال
- منبع تأمین بودجه:منابع داخلی و اوراق اسناد خزانه
- مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱،۳۶۳،۰۰۰،۰۰۰ ریال.
- هزینه خرید اسناد ۵۰۰،۰۰۰ ریال واریز به شماره حساب ۲۱۷۵۸۶۰۱۲۰۰۲ (شبا: ۲۱۷۵۸۶۰۱۲۰۰۲۱۷۵۸۶۰۱۷۰۰۰۰۰۰۰۰ IR) به نام رابط تمرکز درآمد شعبه کرج ۲۶۲۱ (پرداخت از طریق سامانه صورت پذیرد)
- آدرس دریافت اسناد: اسناد صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت قابل دریافت می باشد. www.setadiran.ir

لازم به ذکر است جهت تحویل اسناد، تمامی پاکات (الف، ب و ج) می بایست در سایت مذکور بارگزاری گردد.

پاکت الف حاوی اصل ضمانتنامه می بایست علاوه بر بارگزاری، بصورت فیزیکی تا ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۹۷/۰۶/۲۵ به دبیرخانه شرکت تحویل داده شود.

تلفن تماس شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز: ۷-۲۶-۳۴۶۴۵۸۰۲

شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۶/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۶/۱۶

آگهی مناقصات عمومی

دو مرحله ای

نوبت اول



مناقصه گذار: **شرکت توزیع نیروی برق خوزستان**

موضوع:

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	سپرده شرکت در مناقصه (ریال)
۹۷-۱۰۳	خرید انواع سیم آلومینیوم و سیم مهار جهت اتفاقات سال ۹۷	پیوست اسناد مناقصه

مهلت دریافت اسناد مناقصه: از تاریخ ۹۷/۶/۱۲ لغایت ۹۷/۶/۱۲

محل دریافت اسناد مناقصه:

- افدهوار آملیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه دوم اتاق ۲۰۲ امور بازرگانی و قراردادهای تلفن تماس جهت دریافت اطلاعات ۰۶۱-۳۳۳۳۴۰۳۹
- توزیع نیروی برق خوزستان www.kepdc.co.ir، سایت شرکت توزیع www.tavanir.org.ir یا پایگاه ملی اطلاع رسانی <http://ets.mporg.ir> نیز قابل رویت می باشد.
- تاریخ تحویل پاکت های مناقصه: پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۹۷/۶/۲۴
- محل تحویل پاکت های مناقصه:افدهوار آملیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه اول اتاق ۱۰۷
- تاریخ گشایش پاکت های مناقصه: روز دوشنبه مورخ ۹۷/۶/۲۶ ساعت ۱۴
- مبلغ خرید اسناد مناقصه: ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال واریز به حساب سپهر شماره ۰۱۰۴۹۷۸۳۰۰۰۷
- پیشنهادهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده، تضمین های معتبر تسلیم یا مبلغ مذکور را به حساب بانکی شرکت واریز و یا چک بانکی تضمینی در وجه شرکت تهیه و حسب مورد ضمانت نامه یا رسید واریز وجه را ضمیمه پیشنهاد به شرکت تسلیم نماید.
- به پیشنهاد های فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر یا چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- به پیشنهاد های فاقد امضاء مخدوش و پیشنهادهائی که بعد از انقضای مدت مقرر واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۶/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۶/۱۶

فراوانی فرش افسار گرانی را کشید

رئیس اتحادیه فروشنندگان فرش ماشینی با اشاره به اینکه اشباع بازار از افزایش قابل توجه قیمت فرش جلوگیری کرد، گفت: سالانه ۶۰ تا ۷۰ میلیون مترمربع فرش ماشینی بیش از نیاز بازار تولید می‌شود. محمدمهدی کمالیان در گفت‌وگو با ایسنا، درباره آخرین وضعیت بازار فرش ماشینی و موکت، اظهار کرد: در پی رشد نرخ ارز به ویژه دلار قیمت مواد اولیه با افزایش ۸۰ تا ۹۰درصدی روبه‌رو شده و این در حالی است که به واسطه اشباع بازار، قیمت محصول نهایی ۲۰ تا ۳۰درصدافزایش یافته است. رئیس اتحادیه فروشنندگان فرش ماشینی و موکت ادامه داد: به دلیل عدم دسترسی آسان و افزایش قیمت مواد اولیه، عرضه اقساطی و مدت‌دار محصولات کنار گذاشته شده و تمام خریده‌ها به صورت نقدی انجام می‌شود و در کنار آن به دلیل بالاترکلفی که سردرگمی را به صنعت فرش ماشینی وارد کرده، برخی از کارخانه‌ها فرآیند تولید و عرضه را متوقف کرده‌اند. وی خاطرنشان کرد: با وجود تمام این مسائل در بازار فرش ماشینی همچون لوازم‌خانگی احتکار و انبار کردن محصولات وجود ندارد و مشتری می‌تواند نیاز خود را از بازار تأمین کند. کمالیان با اشاره به اینکه افزایش نرخ دلار تأثیر مستقیم بر بازار دارد، گفت: ۸۰درصد مواد اولیه تولید فرش ماشینی به صورت وارداتی تأمین می‌شود. او یادآور شد: بسیاری از کارخانه‌ها مواد اولیه را با نرخ ۴۲۰۰ تومانی خریداری کرده‌اند و به گمرکات رسیده که دولت خواستار مابه‌التفاوت شده که یکی از مشکلات کارخانه‌هاست و برخی از اخبار گواه آن را دارد که قرار بر آن است تا این مابه‌التفاوت دریافت نشود. رئیس اتحادیه فروشنندگان فرش ماشینی و موکت بیان کرد: تعدادی از کارخانه‌ها به دلیل نوسانات نرخ و عدم دسترسی آسان به مواد اولیه بهانه تعطیلات تابستانی را در پیش گرفته‌اند و کارخانه‌ها خود را با این بهانه تعطیل کرده‌اند. وی یادآور شد: با توجه به تعداد بالای کارخانه و کارگر، میزان تولید بیش از نیاز بازار است؛ از این‌رو باید راه چاره‌ای برای مزاد نیاز در نظر گرفته شود و تنها راه منطقی این موضوع صادرات است. در حال حاضر افغانستان و پاکستان مشتری بسیار خوبی برای فرش ماشینی ایران هستند و در پی رشد نرخ دلار، قیمت محصولات ایرانی برای بازارهای هدف بسیار مقرون‌به‌صرفه‌است. کمالیان با اشاره به اینکه قیمت محصولات فرش ماشینی در ایران برای مصرف‌کننده بسیار گران تمام می‌شود، خاطرنشان کرد: فرش در بازار ایران در شرایط فعلی آن‌چنان مشتری ندارد و فقط کارخانه‌های کوچک که برای تأمین مواد اولیه به صورت روزانه با نوسان نرخ مواجه هستند با مشکلات درگیر هستند، اما در کنار آن‌ها کارخانه‌های بزرگ برای تولید و عرضه مشکلی ندارند و نیاز بازار را تأمین می‌کنند. وی با بیان اینکه در سال ۶۰ تا ۷۰ میلیون مترمربع مزاد تولید وجود دارد، گفت: با پایان یافتن تعطیلات تابستانی کارخانه‌های بزرگ و ثبات نرخ دلار به واسطه میزان تولید قابل توجه در کشور بار دیگر رکود ابتدایی سال به بازار باز خواهد گشت.

هشدار نسبت به کمبود و گرانی ظروف یکبار مصرف برای محرم

نوسانات نرخ ارز بر بسیاری از بازارها تأثیرگذار بوده است اما این نوسانات بر بازار محصولات پتروشیمی که مواد اولیه پلاستیک است، تأثیر بسزایی داشته که به گفته رئیس اتحادیه فروشنندگان پلاستیک و ظروف یکبار مصرف، رشد چند برابری قیمت را تجربه کرده و اگر مواد اولیه تأمین نشود، در دلایل آنکه بازار ارز کشور نیاز به اسکناس ظروف یکبار مصرف افزایش می‌یابد، فاجعه رخ خواهد داد. به گزارش ایسنا، در ماه‌های اخیر نوسان نرخ ارز به‌ویژه به بیشترین میزان خود در سال‌های اخیر رسید تا هر دلار آمریکا حتی بیش از ۱۰ هزار تومان معامله شود. این رشد قیمت ارز به‌ویژه دلار بر تمام بازارهای اقتصادی تأثیرگذار بود و در گفته کارشناسان بازارهایی همچون پتروشیمی که صفر تا ۱۰۰ آن به بازارهای خارجی نیازی ندارد و حتی دیگر کشورها مشتری محصولات آن هستند، از نوسانات نرخ دلار تأثیر گرفت. تأثیر محصولات پتروشیمی به واسطه آن بود که دلارهای دیگر کشورها برای خرید مواد پتروشیمی، شرکت‌های پتروشیمی را وسوسه کرد تا محصولات خود را با وجود نیاز داخلی به بازارهای دیگر عرضه کنند و در این مسیر به دلیل آنکه بازار ارز کشور نیاز به اسکناس دلار داشت، دولت نیز از این اتفاق دلخو نبود. تولیدکنندگان داخلی در بازارهای مختلف به‌ویژه پلاستیک و ظروف یکبارمصرف برای تهیه مواد اولیه تولیدی پتروشیمی‌ها باید محصولات را در سختی تمام و با قیمت‌های گران شده خریداری می‌کردند که البته این روند با وجود آنکه وزیر صنعت، معدن و تجارت دستور توقف صادرات محصولات پتروشیمی را داد تا نیاز بازار داخلی تأمین شود، همچنان پابرجاست.

قیمت‌ها گران نشده؛ گران کرده‌اند!

بررسی بازار ظروف یکبارمصرف و محصولات پلاستیکی نشان از آن دارد که قیمت این محصولات بیش از نرخ مواد اولیه رشد داشته که در این رابطه رئیس اتحادیه فروشنندگان پلاستیک و ظروف یکبارمصرف بر این باور است که برخی تولیدکنندگان و سودجویان، قیمت محصولات نهایی را با وجود رشد ۱.۵ تا دو برابری مواد اولیه تا ۱۰ برابر افزایش داده‌اند. احمد مقیمی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه قیمت محصولات داخلی گران نشده و برخی افراد آن را گران کرده‌اند، گفت: تنها تولید داخلی که ۱۰۰ درصد هم داخلی است و وابستگی به بازارهای دیگر ندارد و دیگر کشورها در این بازار خریدار به حساب می‌آیند، صنعت پتروشیمی است. او خاطرنشان کرد: دست‌اندرکاران از طریق پتروشیمی می‌توانند دیگر کشورها را تحریم کنند یا از طریق آن، دیگر نیازها همچون دارو را تأمین کنند. مقیمی یادآور شد: در پی نظارت ضعیف دستگاه‌های حکومتی بر فعالیت پتروشیمی‌ها که خوراک و امکانات دولتی دریافت می‌کنند، شرایط سخت، عدم تأمین مواد اولیه و گرانی در محصولات پلاستیکی و ظروف یکبارمصرف رخ داده است.

افزایش ۱۰ برابری قیمت!

رئیس اتحادیه فروشنندگان پلاستیک و ظروف یکبارمصرف، با تأکید بر اینکه ثبات و نظارت کاملی بر بازار وجود ندارد، بیان کرد: در حالی که قیمت مواد اولیه دو برابر شده، قیمت ظروف یکبارمصرف حتی تا ۱۰ برابر افزایش یافته است، برخی تولیدکنندگان افزایش ۱.۵ تا دو برابر هر کیلو مواد اولیه را بر هر قلم کالا تولیدی لحاظ کرده‌اند که می‌توان مدعی شد که برخی تولیدکنندگان و سودجویان عامل گرانی بیش از حد ظروف یکبارمصرف هستند.



گوسفند و بز گفت: درد چند سال اخیر معاونت امور دام، واردات نژادهای اصلاح شده است که تاکنون بیش از ۵۰ هزار راس ظرفیت‌سازی شده و ۲۱ هزار راس دام‌های کوچک گوسفند و بز اصلاح شده موجود است. به گفته رضایی پیش‌بینی می‌شود که جمعیت دام‌های اصلاح‌شده تا سال ۱۴۰۰ به یک‌میلیون راس برسد. معاون وزیر جهاد کشاورزی درباره اصلاح نژاد دام‌های بزرگ گفت: هم‌اکنون بیش از ۲۰۰ هزار راس گاو دو منظوره در کشور وجود دارد که در زمینه تولید شیر و گوشت پتانسیل مناسبی دارند ضمن آنکه عادت‌پذیری به شرایط سخت محیط از منافات بارز آنهاست که پیش‌بینی می‌شود تا سال ۱۴۰۴ جمعیت آنها به ۲۰درصد برسد. به گفته وی تا سال ۱۴۰۰، حدود ۶ هزار و ۵۰۰ تن گوشت قرمز از مسیر گاوهای دو منظوره و ۱۵۰ هزارتن شیر از این محل تأمین خواهد شد.

محدودیتی در توزیع تخم مرغ داخل وجود ندارد

رضایی از توزیع مستقیم گوشت مرغ در میادین میوه و تره بار خبر داد و گفت: ۲۰درصد غرفه‌های پروتئین عرضه در اختیار تشکل‌ها، اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها قرار خواهد گرفت تا با حذف واسطه‌ها هزینه‌های تولید کاهش یابد. وی درباره عرضه تخم مرغ در بازار گفت: با توجه به کاهش حجم صادرات، تخم مرغ به اندازه کافی در داخل وجود دارد . این مقام مسئول ادامه داد: سال گذشته به سبب بیماری آنفلوآنزای حاد پرندگان ۲۵ میلیون قطعه مرغ معدوم‌سازی شد و در حالی که پیش‌بینی می‌شد تولید تخم مرغ به کمتر از ۶۰۰ هزارتن برسد، اما خوش‌بختانه با تمهیدات اندیشیده شده کاهش محسوسی نداشتیم و پیش‌بینی می‌شود تولید به ۹۰۰ هزارتن برسد.

اینکه زنجیره‌سازی در تولید یکی از کارهای اصلی معاونت امور دام به شمار می‌رود، گفت: ایجاد زنجیره‌سازی و فروش بدون واسطه، در کاهش هزینه‌ها و پایداری تولید تأثیر بسزایی دارد. به گفته وی هم‌اکنون ۱۶ تا ۱۸درصد گوشت مرغ در این زنجیره‌ها در حال انجام است و پیش‌بینی می‌شود که تا چند سال آینده این رقم به ۴۰درصد برسد. معاون امور تولیدات دامی با اشاره به اینکه در دنیا بیش از ۸۰درصد گوشت مرغ در سباز ۱۲۰۰ تا ۱۸۰۰ گرم عرضه می‌شود، بیان کرد: این در حالی است که در ایران مردم به دلایل مختلف مرغ با لاشه سنگین را می‌پذیرند که این امر به سبب افزایش هزینه‌های مرغدار در قیمت تمام شده و تولید تأثیر بسزایی دارد. به گفته این مقام مسئول تولید مرغ استاندارد با وزن کمتر از ۱۸۰۰ گرم علاوه بر جلوگیری از هدررفت ۸۰۰ هزار تن دان به نفع مصرف‌کننده و اقتصاد ملی کشور است.

وی با اشاره به اینکه فرهنگ‌سازی و الگوسازی مرغ‌ساز در دستور کار است، افزود: اگرچه مرغ درشت ارزش غذایی پایین‌تری دارد، اما در ایران به دلایل مختلفی لاشه سنگین را می‌پسندند. رضایی استاندارد مصرف دان در دنیا را ۱.۶ کیلو گرم اعلام کرد، گفت: این در حالی است که این رقم در ایران ۲ کیلو گرم است چرا که مرغدار برای تولید مرغ درشت باید دان بیشتری مصرف کند که این امر به ضرر اقتصاد کشور است.

این مقام مسئول ادامه داد: اگر مصرف‌کننده خواهان مرغ استاندارد باشد، مرغدار تابع بازار خواهد بود و اقدام به تولید مرغ استاندارد خواهد کرد چرا که یکی از برنامه‌های وزارتخانه الگوسازی روی سباز مرغ است.

جمعیت دام‌های اصلاح نژاد به یک میلیون راس می‌رسد

وی درباره آخرین وضعیت برنامه پرورش و اصلاح دام‌های کوچک

معاون امور تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی گفت که تولید مرغ استاندارد با وزن کمتر از ۱۸۰۰ گرم علاوه بر جلوگیری از هدررفت ۸۰۰هزار تن دان به نفع اقتصاد خانوار و کشور است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مرتضی رضایی در نشست خبری که صبح روز گذشته برگزار شد با اشاره به اینکه محصولات دام و طیور ۵۰درصد غذای مردم را تشکیل می‌دهد، اظهار کرد: براساس آخرین آمار تولیدی پیش‌بینی می‌شود که امسال ۸۶۰ هزار تن گوشت قرمز از جمله بز، گوسفند، گاو، گاو میش و گوساله، ۹۰۰ هزار تن تخم مرغ، ۱۰ میلیون و ۷۰۰ هزار تن شیر خام، ۸۷ هزار تن عسل، هزار و ۲۶۰ تن پیله تر ابریشم و بیش از ۲میلیون و ۳۰۰ هزار تن گوشت مرغ تولید شود که با احتساب جمعیت ۸۱ میلیون نفری این میزان تولید محصولات پروتئینی برای تغذیه افراد مناسب است.

وی افزود: معاونت امور دام برای اطمینان خاطر از تولید پایدار در آینده برنامه‌هایی نظیر تولید مناسب پروتئین جامعه و کاهش هزینه‌های تولید به ازای هر واحد تولیدی، ارتقای بهره‌وری و کیفیت محصولات دامی، تأمین امنیت پایدار در زیر بخش دام و طیور، حفظ ذخایر ژنتیک به عنوان منابع پایه تولید، توانمندسازی تشکل‌ها و اتحادیه‌ها و صندوق‌های مرتبط با تولید، حذف وابسته‌ها، توسعه دامپروری متناسب با آمایش سرزمین، توجه به افزایش تولید و اصلاح ساختار مزرعه تا سفره را سرلوحه برنامه‌های خود قرار داده است. رضایی با اشاره به اینکه حمایت از تولیدکنندگان از طریق تأمین منابع مالی به عنوان از کان سیاست کلان است، گفت: دولت با اختصاص ارز ۲۲۰۰تومانی به واردات نهاده‌ها و مواد خوراکی می‌تواند پشتیبان و دلگرمی برای تولیدکنندگان باشد.

معاون وزیر جهاد کشاورزی در بخش دیگر سخنان خود با اشاره به

قدرت خرید کارگران به یک سوم رسید

تصمیماتی که در سال گذشته برای بهبود وضع معیشت کارگران گرفتیم، یک‌سوم تکافوی زندگی آن‌ها را پوشش می‌دهد. به همین دلیل اعضا به دنبال راهی بودند که هم از طریق کارفرمایان بتوان به کارگران کمک کرد و هم دولت به شکل غیرنقدی با اختصاص سبد کالا خانوارهای کارگری را تحت پوشش قرار بدهد. فتح‌اللهی متذکر شد: پیشنهاد ما این است که دولت از محل صندوق توسعه ملی یا ذخایر بازرگانی و درآمدهایی که عایدش می‌شود، منابع تأمین سبد کالا را در نظر بگیرد.

نماینده کارگران در شورای عالی کار ادامه داد: بعد از اجماع همه شرکای اجتماعی و تصویب شورای عالی کار می‌توانیم این پیشنهاد را از رقام رسمی از مراجع ذی‌صلاح این مساله را تأیید می‌کنند.

رئیس کانون عالی انجمن‌های صنفی کارگران با بیان اینکه قدرت خرید کارگران به یک‌سوم رسیده است، گفت: در چنین شرایطی

نماینده کارگران در شورای عالی کار با تشریح جزئیات جلسه کمیته مزد گفت که در شرایط موجود قدرت خرید کارگران به یک‌سوم رسیده و کارفرمایان برای حفظ معیشت نیروهای کار خود باید پیشقدم شوند. ابوالفضل فتح‌اللهی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به برگزاری جلسه کمیته مزد شورای عالی کار اظهار کرد: این جلسه بدون حضور نمایندگان کارفرمایان و به حضور نماینده دولت، وزارت اقتصاد و صنعت، معدن و تجارت و نمایندگان کارگران برگزار شد و موضوع کاهش قدرت خرید کارگران در دستور کار جلسه قرار گرفت.

وی ادامه داد: در این جلسه با توجه به شرایط اقتصادی موجود همه اعضا متفق‌القول بودند که شرایط برای کارگران مساعد نیست و آمار و ارقام رسمی از مراجع ذی‌صلاح این مساله را تأیید می‌کنند.

رئیس کانون عالی انجمن‌های صنفی کارگران با بیان اینکه قدرت خرید کارگران به یک‌سوم رسیده است، گفت: در چنین شرایطی منطقی‌ی آلومینیوم و تصمیم وزارت صنعت بازار این‌فلز به وضعیت طبیعی باز می‌گردد. به گزارش ایسنا، به دنبال نوسانات ارزی در کشور، صنایع بیشترین خسارت را متحمل شدند به طوری که برخی برای تأمین مواد اولیه خود با سدی بزرگ از قیمت‌ها که روزانه افزایش پیدا می‌کرد، مواجه شدند. استان مرکزی یک استان کاملاً صنعتی و در واقع قطب آلومینیوم کشور است، اما درست از زمان آغاز چالش‌های اقتصادی و نوسانات قیمت ارز، صنایع وابسته به آلومینیوم استان با چالش‌های جدی در حوزه تأمین مواد اولیه مواجه شدند، به نحوی که باید نیاز خود را با پرداخت مبالغ بیشتر تأمین می‌کردند که این امر گاهی از توان یک تولیدکننده خارج بود و هست.

اولین گزارش درخصوص آشفتنگی بازار آلومینیوم ۲۰ تیرماه با عنوان «روزگار صنایع اراکی خریدار آلومینیوم؛ حکایت آب در کوزه» بر روی خروجی خبرگزاری ایسنا قرار گرفت که گویای نارضایتی صنعتگران جهت تأمین آلومینیوم و قیمت بالای این فلز در بازار بود. روزها گذشت، اما مشکلات این صنعت به قوت خود باقی بود که خبر

بخشنامه وزارت صنعت رسید

بازار آلومینیوم به وضعیت طبیعی بازمی‌گردد

ستاد تنظیم بازار تصمیماتی اتخاذ شد، اما امروز خوشبختانه بخشنامه وزارت صنعت برای قیمت آلومینیوم که استان منتظر آن بود واصل شد. سید علی آقازاده افزود: براساس این بخشنامه قرار است که آلومینیوم با نرخ ارز بازار ثانویه عرضه شود به طوری که مواد اولیه با این قیمت خریداری شده و محصولات نیز با این قیمت در بازار به فروش برسد. وی با تأکید بر اینکه اصرار استان مرکزی بر قیمت‌گذاری و تعیین تکلیف این بازار جواب داد، گفت: اقدام قابل قبولی از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام گرفته است و ایرالکو نیز مشکلی برای عرضه محصولات خود به بازار نخواهد داشت. آقازاده بیان کرد: در حال حاضر ایرالکو ۱۵ هزار تن ذخیره شمش آلومینیوم دارد که می‌تواند طبق روال قبل وارد بورس کند و بفروشد و به این ترتیب و با تصمیم وزارت صنعت بازار به روال طبیعی برمی‌گردد. استاندار مرکزی درخصوص انبار مشکوفه شمش آلومینیوم به میزان ۲۲۰۰ تن گفت: در این خصوص باید سازمان تعزیزات حکومتی استان نتیجه نهایی را مبنی بر احتکار یا انبار بودن این محموله اعلام کند و با توجه به اینکه احتکار باید کارشناسی شود، اگر مشمول احتکار باشد، برخوردهای قانونی انجام می‌گیرد.

اخبار

قطعه‌سازان داخلی در کشور چین چه می‌کنند؟

عضو کمیسیون برنامه و بودجه با اشاره به واردات بی‌شمار قطعات خودرو به کشور گفت که قطعه‌سازان داخلی یک شرکت تولیدی نیز در کشور چین راه‌اندازی و سفارشات را در آنجا تولید می‌کنند. به گزارش تسنیم، عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس در مصاحبه با رادیو با اشاره به واردات بی‌شمار قطعات خودرو به کشور گفت: قطعه‌سازان داخلی یک شرکت تولیدی نیز در کشور چین راه‌اندازی و سفارشات را در آنجا تولید می‌کنند. عبدالرضا مصری گفت: «در صنعت خودرو به زیرساختی وابسته هستیم که متعلق به ما نیست؛ لذا نمی‌توان به خودکفایی مورد نظر در حوزه تیراژ و کیفیت دست یافت.» وی افزود: «گر در صنعت خودرو مستقل عمل می‌کردیم، عوامل مؤثر در قیمت کیفیت، نظارت و توزیع به دست داخل می‌بود و می‌توانستیم اهرم‌های مورد نظر را کاهش، ارتقا یا جا به جا کنیم.» مصری اضافه کرد: «بالع بر ۹۰درصد ظرفیت ریلی کشور از نظر حمل بار مبتنی بر واردات قطعات خودرو است. ما نسبت به خودروی داخلی تعصب نشان می‌دهیم ولی همین قطعه‌سازان داخلی یک شرکت تولیدی نیز در کشور چین راه‌اندازی و سفارشات را در آنجا تولید می‌کنند.» این نماینده مجلس اظهار کرد: «حتی مدیران خودروسازی اعتقاد دارند این ساختار، خروجی مورد انتظار را نخواهد داشت و وقتی تصمیم گرفته شود صنعت خودروسازی صد درصد دولتی باشد و یک نظام مثل وزارت صمت پاسخگو باشد یا اینکه کار کلا در دست بخش خصوصی باشد وضعیت قابل حل خواهد بود.»

مصری گفت: «یک مدیر دولتی اگر برای طراحی یک خودرو با یک شرکت خارجی قرارداد ببندد، باید صد درصد محرمانه پیش رود، بنابراین باید سفارش یک پلنفرم جدید را بدهد و بایستی ۲۰۰میلیارد تومان هزینه کند! اما هیچ مدیری جرات بستن چنین قراردادی ندارد و بلافاصله در مطبوعات، مجلس و دولت مورد خطاب قرار می‌گیرد.»

وی در عین حال گفت: «بخش خصوصی این هزینه‌های ریسک را تقبل می‌کند، اما ممکن است ورشکسته شود. در بسیاری کشورها یک صنعت خودروسازی وجود دارد اما بسیار موفق هم هستند.»

ثبت اطلاعات خرید و فروش برای ساماندهی بازار خودرو

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو، ثبت اطلاعات خرید و فروش را یکی از راهکارهای ساماندهی بازار خودرو دانست. به گزارش افکارنیوز، سعید موتمنی رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو از آشفته بودن وضعیت بازار خودروهای داخلی به‌علت محدودیت تقاضا و عرضه طی دوهفته اخیر خبر داد و اظهار کرد: اختلاف موجود در قیمت کارخانه‌ای و بازار خودروها گویای وجود حباب در این بخش است. موتمنی از بازگشت آرامش و ثبات به بازار خودروهای وارداتی خبر داد و گفت: هم‌اکنون خرید و فروش چندانی در این بخش صورت نمی‌گیرد. وی یکی از راهکارهای ساماندهی بازار خودرو، را ثبت اطلاعات خرید و فروش این کالا دانست و افزود: به رغم سامانه طراحی‌شده برای بازار خودرو، هنوز خبری از بهره‌برداری آن نیست. معتقدم با شروع فعالیت این سامانه، می‌توان بازار را در شرایط بهتری قرار داد. رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو ضمن انتقاد از سکوت نهادهای نظارتی در زمینه افزایش قیمت خودرو، بیان کرد: نهادهای نظارتی بر عملکرد خودروسازان به نوعی در افزایش قیمت خودرو دخیل هستند و مشخص نیست که این سکوت تا کی ادامه خواهد داشت. موتمنی در پایان گفت: بازار خودرو، بازاری انحصاری است و نهادهای نظارتی هم باید رصدی بر آن داشته باشند به‌طوری‌که در یک ماه گذشته، ۲۵درصد رشد قیمت داشتیم.

رئیس اتحادیه فروشندگان اتومبیل:

احتمال رسیدن پراید به ۵۰ میلیون تومان

رئیس اتحادیه فروشندگان اتومبیل و نمایشگاه‌داران با بیان اینکه نابسامانی در بازار خودرو موج می‌زند و قیمت‌ها به صورت ساعتی در حال تغییر است،گفت: احتمال رسیدن قیمت پراید به ۵۰ میلیون تومان تا آخر هفته وجود دارد. سعید موتمنی در گفت‌وگو با خبرگزاری میزان، درباره آخرین وضعیت بازار خودرو اظهار کرد: نابسامانی در بازار خودرو موج می‌زند و قیمت‌ها به صورت ساعتی در حال تغییر است. رئیس اتحایه فروشندگان اتومبیل با بیان اینکه خودروسازها از عرضه خودرو به بازار جلوگیری می‌کنند، افزود: ورودی بازار خودرو بسته است و تنها تعداد محدود خودرو از طریق نمایندگی‌های که در گذشته به صورت عمده خریداری کردند در بازار عرضه می‌شود. وی با بیان اینکه بازار، بازار واسطه‌ها است و به خریداران توصیه می‌شود از خرید خودداری کنند، گفت: مصرف‌کنندگان عادی خرید ندارند اما، در این بین برخی افراد سودجو با خرید خودرو به دنبال سود هستند.

موتمنی تصریح کرد: علاوه بر انحصار در تولید خودرو که در کشور وجود داشت در حال حاضر انحصار در فروش نیز به وجود آمده و خودروهای صفر از طریق نمایندگی‌ها به بازار عرضه می‌شوند.

رئیس اتحایه فروشندگان اتومبیل خاطرنشان کرد: خودروهای موجود تولید سال گذشته است و تحریم تازه شروع شده است و خودروسازان با عدم عرضه به دنبال افزایش قیمت هستند. وی گفت: اگر تصمیم مسئولان مبنی بر افزایش قیمت خودرو است آن را یکباره اعلام کنند، شایعات و گمانه‌زنی‌ها درباره قیمت، بازار با تلاطم مواجه کرده است.

موتمنی اظهار کرد: خودروسازان در گذشته اعلام می‌کردند ما در برخی خودروها مانند دنا و سمند خودکفا هستیم، اما حدود یک ماه که از آغاز تحریم‌ها گذشته می‌گویند قطعه نداریم.

رئیس اتحایه فروشندگان اتومبیل هشدار داد؛ اگر نهادهای نظارتی ذی‌ربط به عملکرد خودروسازان ورود پیدا نکنند احتمالا رسیدن قیمت پراید به ۵۰میلیون تومان وجود دارد.

کارگران قطعه‌ساز تاوان کدام گناه ناکرده را می‌پردازند؟



می‌خواهند بازهم کارگران را قربانی بی‌تدبیری‌ها و کژکارکردی‌های اقتصاد کنند. شاید تعبیر «قشنگی» نباشد اما کاملاً درست است این که کارگران همواره نقش قربانی را دارند؛ چه عزا باشد و چه عروسی؛ فرقی نمی‌کند.

جداً از این نامه که مخاطب آن وزارت صنعت و معدن، بانک مرکزی و دیگر نهادهای متولی است، قطعه‌سازان کشور نیز اعلام کرده‌اند بیش از ۱۵هزار میلیارد تومان مطالبات معوق نزد خودروسازان وجود دارد که موعد بیش از ۵ هزار میلیارد تومان از این مطالبات، از سه ماه پیش «نباشت» شده است.

به سراغ واحدهای تولیدی قطعه‌سازی می‌روم؛ همان واحدهایی که ادعا کرده‌اند علاوه بر مشکلات عدیده ناشی از التهاب اقتصاد، بدهی‌های انباشته‌ای دارند که شرکت‌های خودروسازی، از پرداختن آن امتناع کرده‌اند.

تعدادی از این شرکت‌ها در حال حاضر در «تعطیلی تابستانه» هستند، اما دو شرکت قطعه‌ساز در تهران و البرز، وضعیت خود را شرح می‌دهند؛ البته به این شرط که نام شرکت ذکر نشود. می‌گویند: همه قطعه‌سازها مشکلات مشترکی دارند؛ نام شرکت چندان اهمیتی ندارد. مدیر روابط عمومی یک شرکت قطعه‌ساز در استان البرز در ارتباط با شرایط فعلی تولید در قطعه‌سازها می‌گوید: مطالبات انباشته از خودروسازهای بزرگ داریم که پرداخت نمی‌کنند و در نتیجه قادر به تامین هزینه‌های مواد اولیه و دیگر هزینه‌های تولید نیستیم.

این شرایط «می‌تواند» به تعدیل نیرو بینجامد

وی در ارتباط با احتمال تعدیل نیرو در قطعه‌سازی‌ها می‌گوید: این

چرا خودرو گران شد؟

می‌رود رکود همچنان بر بازار حاکم باشد.

در این پوند، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو به اختلاف فاحش قیمت کارخانه و بازار این روزهای خودرو اشاره کرد و افزود: مصاحبه‌های غیرکارشناسی و عرضه کم خودرو، دلیل وضعیت فعلی قیمتی است.

به گفته «سعید موتمنی» تا ۲۰ روز پیش قیمت پراید ۲۴ میلیون تومان بود و امروز به ۳۸ میلیون تومان رسیده است. پژو ۲۰۶ تیپ ۲ که ۳۸ میلیون تومان بود، امروز ۶۶ میلیون تومان معامله می‌شود.

عرضه قطره‌چکانی خودروها

این مقام صنفی به حضور سه هفته پیش خودروسازان در مجلس شورای اسلامی اشاره و یادآوری کرد، فرادی همان روز «حمیدرضا فولادگر» عضو کمیسیون صنایع مجلس، اعلام کرد «قیمت خودرو باید آزاد شود. قیمت‌گذاری در بازار خودرو معنا ندارد، بلکه باید عرضه و تقاضا تعیین‌کننده نرخ خودرو باشد.»

موتمنی ادامه داد: با چراج سبز مجلسی‌ها، به‌تدریج عرضه خودروها قطره‌چکانی شد و سایپا، ایران خودرو و حتی شرکت‌های چینی فروش خود را متوقف کردند.

وی اضافه کرد: به این ترتیب، در کمتر از سه هفته شاهد متوسط اختلاف قیمت تا ۲۵ میلیون تومانی خودروها بین کارخانه و بازار

دعوی خودروسازها و قطعه‌سازها هر چه که باشد، چه جنگ زرگری و چه واقعیت، به نظر قرار است این وسط، تاوان آن را چند صد هزار خانواده کارگری بپردازند؛ این نه‌تنها نا عادلانه است؛ بلکه نشان می‌دهد که همیشه «بار» بر دوش ضعیف‌ترین حلقه‌های این زنجیر است؛ شرکت‌های بزرگ که به نوعی مافیای قدرت هستند، همیشه سرپا می‌مانند اما کوچک‌ترها هزینه می‌دهند، تولید را می‌خوابانند و متضرر می‌شوند و البته کارگران که نه‌تنها متحمل ضرر و زیان مادی می‌شوند بلکه زندگی‌شان دچار فروپاشی می‌شود.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو، همه چیز از یک نامه شروع شد؛ نامه مشترک دو انجمن کارفرمایقطعه‌سازی و خودروسازی کشور. آنچه در این نامه آمده، سرراست و روشن، پیش‌درآمدی بر تعطیلی مهم‌ترین واحدهای صنعتی کشور و بیکاری خیل عظیم کارگران است. در این نامه آمده صنعت قطعه‌سازی و خودروسازی کشور از شهریورماه متوقف می‌شود و تولید خودرو به میزان حداقل ۸۰درصد کاهش خواهد یافت.

چنین خطاری گرچه خطاب به دولت است اما در ماهیت خود اعتراف به احتمال بیکاری ۵۵۰ هزار کارگر این حوزه است. نامه «اعلام بحران»، آژیر قرمز تعدیل است؛ نامه‌ای است که می‌تواند فضا را برای بیکار شدن چند صد هزار کارگر متخصص، آماده و هموار کند. این نامه تلخ دو بعد ناراحت‌کننده دارد؛ اول اینکه نشان می‌دهد یک صنعت دیرپای ۶۰ساله در آستانه فروپاشی است. علل و عوامل این فروپاشی هم هر چه که هست نمی‌تواند «فقط» بالا رفتن نرخ ارز و یا تحریم‌های اخیر باشد؛ اما بعد دلهره‌آورتر دیگری هم دارد؛ چراکه

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو معتقد است، آنچه خودروسازان برای افزایش قیمت‌ها اعلام کرده‌اند از جمله کمبود قطعه، بهانه‌ای بیش نیست و آنها خواب رشد یکباره قیمت‌ها در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ را در سر می‌پروراندند.

به گزارش ایسنا، این روزها قیمت خودروهای داخلی و مونتاژی در بازار رشدهای عجیبی را شاهد است، به طوری که تفاوت‌های فاحشی بین قیمت بازاری و قیمت کارخانه وجود دارد و به نظر می‌رسد این فاصله هر روز در حال افزایش است.

در حالی که سوم شهریورماه قیمت کارخانه خودروی پراید ۱۱۱، ۲۲ میلیون و ۴۹۲ هزار تومان اعلام شده بود قیمت این خودرو مورد توجه قشرهای متوسط و ضعیف جامعه در بازار ۳۵میلیون تومان اعلام شد. همچنین پژو ۲۰۰۸ که عنوان نخستین خودروی پسابرجامی را یدک می‌کشد با حاشیه‌ای ۸۶میلیون تومانی در بازار همراه بود.

اینها تنها مشتتی نمونه خروار بوده و قیمت بازاری و کارخانه‌ای همه خودروهای داخلی چنین فاصله قیمتی را شاهد است.

بررسی خبرنگار ایرنا از بازار خودرو حاکی است در روزهای گذشته قیمت انواع خودروهای داخلی پنج تا ۱۰درصد افزایش یافت که این موضوع تداوم رکود این بازار را به دنبال دارد.

به این ترتیب، حتی اگر قیمت‌ها در این هفته باز افزایش یابد، انتظار

اعمال استانداردهای هشتادوپنج‌گانه خودرویی

تولید خودروهای ناایمن متوقف می‌شود

ممکن است خودرویی یک ماهه استانداردها را پاس کند، اما خودروی دیگر همان واحد یک سال بعد پاس کند اما اگر پس از مدتی مشخص شود شرایط آن خودرو اجازه پاس کردن استانداردهای هشتادوپنج‌گانه را نمی‌دهد آن موقع فهرست آن خودروها را اعلام و تولیدشان را متوقف می‌کنیم. وی اضافه کرد: البته تا زمانی که بررسی می‌کنیم تولید خودرو ادامه دارد اما بعد از گذراندن استانداردهای هشتادوپنج‌گانه، خودروهای تولیدی وارد بازار می‌شود.

رئیس سازمان ملی استاندارد درباره مصوبه اخیر هیات مقررات‌زدایی مبنی بر کاهش ۸ در هزار هزینه خدمات استاندارد کالاها گفت: چیزی را که هیات مقررات‌زدایی درباره کاهش هزینه خدمات استاندارد از ۸ در هزار به مقدار کمتر مصوب کرده، بدون موافقت سازمان استاندارد بوده است، اما ما قبلاً در بررسی و تصویب کارمزد خدماتی سازمان، برای واحدهای تولیدی، این تسهیلات را قائل شدیم که برای واردات مواد اولیه و واسطه‌ای، از ۸ در هزار به ۴ در هزار کاهش یابد.

پیروزیخت با بیان اینکه برای بقیه کالاها این ۸ در هزار اعمال می‌شود، افزود: این ۸ در هزار مصوبه شورای عالی استاندارد را دارد

^[1] می‌خواهند بازهم کارگران را قربانی بی‌تدبیری‌ها و کژکارکردی‌های

^[2] می‌خواهند بازهم کارگران را قربانی بی‌تدبیری‌ها و کژکارکردی‌های

^[3] می‌خواهند بازهم کارگران را قربانی بی‌تدبیری‌ها و کژکارکردی‌های

همکاری اوبر، ایرباس برای توسعه تاکسی

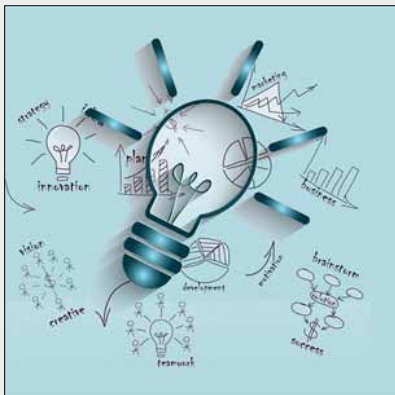
این گونه وسایل نقلیه را بیافریند. همانطور بسیاری از کمپانی‌ها تبدیل شده است. به تازمینه طراحی و تولید خودروهای لوکس فعال رونمایی کرده است. این وسیله نقلیه یک است که به لطف بال‌هایی با قابلیت چرخش دارد. از سوی دیگر کمپانی معروفی چون اس و بسیاری از آنها را در سری فیلم‌های جیمز باند که قصد دارد در حوزه تولید و توسعه تاکسی این در حالی است که چندی پیش غول

ژاپن قصد دارد طی دهه آینده تاکسی پرنده را به وسایل نقلیه اصلی شهرهایش اضافه کند و به همین دلیل دولت این کشور گروهی عظیم را کنار هم جمع کرده تا توسعه تاکسی پرنده ژاپنی را هرچه سریع‌تر تحقق بخشند. به گزارش دیجیاتو، به نقل از بلومبرگ وزارت تجارت ژاپن اعلام کرده، قرار است طی هفته‌های آتی گروهی متشکل از ۲۱ کمپانی مختلف نظیر اوبر، ایرباس، بویینگ، ژاپن ایرلاینز و کمپانی تاکسی هوایی تویوتا یعنی Cartivator با یکدیگر ملاقات کنند تا درباره توسعه تاکسی پرنده ژاپنی در سرزمین آفتاب با یکدیگر صحبت کنند. گفته شده دولت ژاپن قصد دارد راهی برای ظهور تاکسی پرنده در آسمان این کشور پیدا کند و به همین دلیل از طرح‌های مفهومی مختلف برای تاکسی‌های پرنده استقبال می‌کند تا بتواند با بررسی آنها قوانین لازم برای



استارتاپ گردشگری آذربایجان شرقی برگزار می‌شود

سرپرست معاونت گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان از برگزاری رویداد استارتاپی گردشگری آذربایجان شرقی خبر داد. به گزارش ایسنا، فرشاد رستمی با اعلام این خبر افزود: برگزاری استارتاپ‌های حوزه گردشگری در استان‌ها از سوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور سیاست‌گذاری شده که در همین راستا در آذربایجان شرقی نیز رویداد استارتاپی برگزار می‌شود. وی مدت برگزاری استارتاپ را سه روز اعلام کرد و افزود: استارتاپ حوزه گردشگری از ۱۴ لغایت ۱۶ شهریورماه برگزار خواهد شد که سه برگزیده نخست این رویداد در مرحله ملی با سایر استارتاپ‌ها به رقابت خواهند پرداخت.



دریچه

پیش‌نیازهای راه‌اندازی استارتاپ

۲- از معلم یا مشاور کمک بگیرید

تجربه نداشتن در کسب‌وکار به معنای عدم توانایی در راه‌اندازی آن نیست، اما به این معنا است که داشتن یک مشاور یا مربی بیش از هر چیزی اهمیت دارد. درست مانند دوران مدرسه و دانشگاه بهترین مشاور نیز شخصی است که با موانع و مشکلات شما آشنایی داشته باشد. همچنین مشاور مورد نظر باید دانش عمومی در صنعت کاری شما داشته باشد تا بتواند فضاهای خالی مهارتی مانند دانش مالی را پر کند. بهترین مشاور کسی است که جلوی اشتباهات بزرگ اعضای استارتاپ را بگیرد.

۳- از قوانین پیروی کنید

پیروی از قوانین در تمام مراحل زندگی لازم است، اما زمانی که صحبت از راه‌اندازی استارتاپ به میان می‌آید این موضوع اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. انتخاب ساختار حقوقی برای کسب‌وکار از اولین گام‌های راه‌اندازی استارتاپ است و تأثیر زیادی روی عواملی مانند مالیات، مسئولیت‌ها و سایر جنبه‌های کسب‌وکار می‌گذارد. به‌عنوان مثال شرکتی با مسئولیت‌های محدود یکی از رایج‌ترین انواع کسب‌وکارها است؛ زیرا انعطاف‌پذیری زیادی دارد و در عین حال مسئولیت‌های سنگینی برای صاحب کسب‌وکار ندارد. در نتیجه صحبت کردن با یک وکیل متخصص در امور مربوط به کسب‌وکار و مشاوره گرفتن از او بهترین راه برای جلوگیری از مشکلات حقوقی است. مهم نیست در چه زمینه‌ای مشغول به کار هستید مهم این است که تمام مسائل حقوقی باید تحت نظر وکیل متخصص باشد.

۴- مطالعه کنید

مطالعه بخش جدایی‌ناپذیر کسب‌وکار است. به‌عنوان مثال استارتاپی که می‌خواهد طرح کسب‌وکار خود را به سرمایه‌گذاران توضیح دهد باید در مورد بازار و نیازمندی‌های آن به طور کامل تحقیق کرده باشد. مطمئناً هیچ کارآفرینی دلش نمی‌خواهد بعد از ارائه محصول و خدمات به بازار با رفتار سرد و عدم رضایت مشتری‌ها روبه‌رو شود. بسیاری از مردم فکر می‌کنند تحقیقات بازار به یک تحقیق ساده نیاز دارد، در صورتی که عوامل زیادی در این کار دخیل هستند. تعیین اندازه بازار، شناسایی محصول و خدمات مشابه و علاقه مردم نسبت به محصول عواملی هستند که موفقیت محصول را در بازار تضمین می‌کنند. نتیجه یکی از مطالعات نشان داده است بیش از نیمی از کسب‌وکارها تنها پنج سال بعد از راه‌اندازی شکست می‌خورند، بنابراین بعد از پیدا کردن ایده جدید سریع دست به کار نشوید. ابتدا پیش‌نیازهای آن را برطرف کنید تا عملکرد بهتری در بازار داشته باشید.

منبع: ENTREPRENEUR

برای راه‌اندازی کسب‌وکار بهتر است عجله نکنید، قدم‌های درست و حساب‌شده بردارید و از متخصصان مشاوره بگیرید تا شانس موفقیت استارتاپ بیشتر شود. داشتن یک ایده جدید و بزرگ تنها آغاز راه پر پیچ و خم راه‌اندازی یک کسب‌وکار است. به‌عنوان مثال اگر ایده را روز اول دانشگاه در نظر بگیریم، اولین دلاری که از آن درآمد کسب می‌کنید معادل فارغ‌التحصیلی است. زندگی بخشیدن به یک استارتاپ و به موفقیت رساندن آن ساده نیست و باید ابتدا پیش‌نیازهای آن برطرف شود. معمولاً اولین قدم‌ها با بررسی و تجزیه و تحلیل بازار و پتانسیل آن برای پذیرش محصول جدید آغاز می‌شود. سپس با بررسی رقبا، عملکرد آن‌ها و تحقیق در مورد اینکه آیا کسب‌وکار می‌تواند عملکرد بهتری داشته باشد یا خیر، ادامه پیدا می‌کند.

شخصی که استارتاپی را راه‌اندازی می‌کند یعنی محصول یا خدمات جدیدی را معرفی می‌کند که نمونه آن قبلاً در بازار وجود نداشته است. سپس باید استراتژی مورد نظر خود را برای فروش مشخص کند. سرمایه‌گذاران نیز پیش از آغاز همکاری باید گزارش دقیقی از ارزیابی مالی استارتاپ دریافت کنند در نتیجه بنیانگذار استارتاپ باید آشنایی نسبی با امور حسابداری داشته باشد. به همین دلیل بسیاری از استارتاپ‌ها کار خود را از مراکز شتابدهی آغاز می‌کنند تا در مورد این مسائل به آن‌ها آموزش دهند، اما هر استارتاپی حتی پیش از ورود به مراکز شتابدهنده نیز باید جزئیات دقیق و ارزش کار خود را بسنجد زیرا همان‌طور که می‌دانید هر استارتاپی نمی‌تواند به مراکز شتابدهنده وارد شود و باید ابتدا از طرف کارشناسان ارزیابی شود. در ادامه این مقاله به معرفی بیشتر پیش‌نیازهایی می‌پردازیم که برای راه‌اندازی استارتاپ لازم هستند:

۱- جدی گرفتن محاسبات

زمانی که صحبت از راه‌اندازی یک کسب‌وکار به میان می‌آید، علم ریاضی یکی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای آن است. راه‌های زیادی برای تأمین سرمایه استارتاپ وجود دارد که هیچ‌کدام مشابه نیستند. گرفتن وام بانکی شاید مشکلات مالی اولیه را حل کند، اما وام بانکی نیز به حساب و کتاب و وثیقه نیاز دارد. از طرفی اگر بتوانید دیگران را قانع کنید که ایده خوبی دارید و درآمد خوبی از آن کسب خواهید کرد، می‌توانید نظر مثبت سرمایه‌گذار را جلب کنید. مهم نیست برای جذب سرمایه استارتاپ خود چه هدفی دارید مهم این است که هدف و بودجه مورد نظر خود را مشخص کرده باشید. به همین دلیل بهتر است با علم ریاضی آشنایی نسبی داشته باشید. برای کسب اطلاعات بیشتر نیز می‌توانید از یک مربی یا مشاور کمک بگیرید.

تاثیر پایین آگهی‌های تلویزیونی با رویکرد فرهنگی بر مخاطبان

به برخی از موارد این تبلیغات، کُد اکران داده می‌شود و به برخی داده نمی‌شود و اساساً قوانین و مقررات در این زمینه، چگونه است، موضوعی بود که من را مجاب به انجام این تحقیق کرد. در تبلیغات تلویزیونی ایران، انیمیشن بیشترین و فیلم‌های آموزشی کمترین میزان تأثیر را بر مخاطب دارند. وی

با اشاره به ۸ مدل تبلیغات تجاری شامل فیلم تبلیغاتی، فیلم سینمایی، آنونس، پاکدست، آگهی تلویزیونی (فرهنگی)، آگهی تلویزیونی (آموزشی)، آگهی تلویزیونی (رئال) و آگهی تلویزیونی (انیمیشن)، گفت: در این تحقیق، ابعد مبتنی بر مدل‌های یادشده تجزیه و تحلیل و تأثیر هر یک بر تبلیغات رادیویی و تلویزیونی مورد آزمون قرار گرفت. این دانش‌آموخته علوم ارتباطات اجتماعی افزود: در نهایت مشخص شد آگهی با رویکرد رئال، انیمیشن، آگهی تلویزیونی با رویکرد

آموزشی، آنونس، فیلم سینمایی و فیلم تبلیغاتی جزو شاخص‌های مؤثر بر تبلیغات دیداری و شنیداری هستند و هر یک به تنهایی بر تبلیغات دیداری و شنیداری تأثیر دارند.

پژوهشی که به تازگی درباره شناسایی شاخص‌های تبلیغات در حوزه دیداری و شنیداری در کشور انجام شده است، نشان می‌دهد آگهی تلویزیونی با رویکرد فرهنگی، کمترین تأثیر را در مخاطب دارد. به گزارش

مهر، پژوهشی که به تازگی درباره شناسایی شاخص‌های تبلیغات در حوزه دیداری و شنیداری در کشور انجام شده است، به یافته‌های جالبی درباره میزان تأثیرگذاری تبلیغات بر مخاطبان رسیده است. براساس این پژوهش که توسط «پهناز سیکارچی» دانش‌آموخته علوم ارتباطات اجتماعی انجام شده و پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد او در دانشگاه آزاد اسلامی تهران شرق است، آگهی تلویزیونی با رویکرد فرهنگی، از نظر تأثیرگذاری بر مخاطب در پایین‌ترین سطح قرار دارد و آگهی تلویزیونی با رویکرد انیمیشن هم با کسب اولویت نخست، مؤثرترین سبک

تبلیغی قلمداد می‌آید. پهناز سیکارچی در این باره به خبرنگار مهر، گفت: امروزه ما با تبلیغات محیطی و بنرها و بیلборدهای تبلیغاتی که معمولاً در بزرگراه‌ها نصب می‌شود، بسیار سر و کار داریم و اینکه بر چه اساس

یک و نیم میلیارد دلار اعتبار برای توسعه کسب‌وکار در مناطق روستایی

رفاه اجتماعی توافق کرده که کمک‌های فنی اعتباری ارائه شود. در سال ۹۷ با استفاده از تاییدیه بانک مرکزی می‌توانیم تسهیلات را به صنعتگران اعطا کنیم. معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران اضافه کرد: صنعت مبلمان صنعتی است که اشتغال‌زاست و در دنیا نیز یکی از مدل‌های صنعت خوشه‌ای‌اش در صنعت مبلمان قرار دارد. استفاده مردم از مبلمان در کشورهای توسعه‌یافته در ۱۵ سال از ۱۴ دلار به ۲۲۳ دلار رسیده است و متوسط برای کل دنیا نیز پیش‌بینی شده است به ۹۰ دلار در سال ۲۰۳۰ برسد، بنابراین توسعه در صنعت مبلمان یکی از الزامات اساسی برای کشورهایی است که مزیت وجود دارد.

مقیمی در ادامه درباره برنامه‌های مدون برای رونق صنعت مبلمان گفت: مجموعه ما فقط حمایت‌های مالی و تسهیلات را ندیده است بلکه استفاده از امکانات وزارت صنعت و حمایت‌های بانکی دیده شده است.

معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران گفت: تسهیلات و حمایت‌های دولت براساس مصوبه دولت مبنی بر توسعه کسب و کارها در مناطق روستایی به صنعتگران تعلق

می‌گیرد. به گزارش روابط عمومی، فرشاد مقیمی با حضور در برنامه تیترا امشب درباره توسعه صنایع کوچک و حمایت‌های دولت از صنعت مبلمان تصریح کرد: تسهیلات در حوزه مبلمان به مصوبه مجلس مبنی بر توسعه کسب و کارها در مناطق روستایی برمی‌گردد و براساس مصوبه قانون و هیأت وزیران همه صنایعی که شرایط را داشته باشند، می‌توانند از تسهیلات استفاده کنند. وی ادامه داد: در مناطق مرزی این تسهیلات با نرخ ۴ درصد و در حریم شهرها و روستاها با نرخ ۶ درصد ارائه می‌شود و شهرهای زیر ۳۰۰ هزار نفر می‌توانند با

نرخ ۱۰ درصد از تسهیلات استفاده کنند. مقمی افزود: اما کسانی که در شهرهای بالای ۱۰ هزار نفر هستند، می‌توانند از تسهیلات فراگیر استفاده کنند و سازمان با همکاری وزارت تعاون، کار و



س و ۱۹ کمپانی دیگر سی پرنده ژاپنی

آزمایش موفقیت‌آمیز تاکسی پرنده برقی و خودران خود خبر داده است. این وسیله نقلیه منحصر به فرد که توسط لابرآتوار A³ واقع در سیلیکون ولی توسعه یافته بود، واهانا (Vahana) نام داشت. علاوه بر این کمپانی اوبر به تازگی دانشگاه آستین تگزاس را برای توسعه طرح تاکسی‌های پرنده به جمع شرکای خود اضافه کرده تا با استفاده از ظرفیت‌های علمی آن، ایده خود را هرچه زودتر به ثمر برساند. اینطور که از شواهد پیداست تاکسی‌های پرنده در آینده‌ای نزدیک به وسایل نقلیه عادی شهرهای بزرگ تبدیل خواهند شد و کشور ها از حالا باید به فکر تنظیم قوانین و مقرراتی باشند که بتوانند پیشرفت این تکنولوژی را آسان‌تر کنند. اقدامی که اکنون ژاپن و آمریکا اولین گام‌ها را در این راستا برداشته‌اند.

بر که می‌دانید تاکسی پرنده به هدف اصلی رگی کمپانی بریتانیایی «رولز رویس» که در یت دارد، از مدل مفهومی یک ماشین پرنده خودروی الکتریکی عمودپرواز (EVTOL) س ۹۰ درجه، توانایی حمل پنج سرنشین را یتون مار تین که ماشین‌های لوکس می‌سازد یاند به نمایش گذاشته است، هم اعلام کرده ی پرنده قدم بگذارد.

صنعت هوانوردی جهان یعنی ایرباس از



سود ۲۰۱۸ میلیارد دلاری شیائومی در بهار ۲۰۱۸ به‌عنوان شرکت سهامی عام

شیائومی برای اولین بار پس از ورود به بازار بورس اقدام به انتشار گزارش مالی خود کرد که براساس آن، این شرکت موفق شده طی بهار سال ۲۰۱۸ میلادی سودی ۲۰۱ میلیارد دلاری کسب کند. به گزارش زومیت، با توجه به فروش خوب گوشی‌های هوشمند و سخت‌افزار، شرکت شیائومی اعلام کرد در سه‌ماهه اول سال ۲۰۱۸ موفق شد سود ۲۰۱ میلیارد دلاری را به ثبت برساند. اوایل ماه جولای (۹ تیرماه)، شیائومی سرمایه ۴۰۷ میلیارد دلاری را در عرضه اولیه سهام کسب کرد. در اصل، عرضه اولیه سهام شیائومی در بورس هنگ‌کنگ با پایین‌ترین قیمت تعیین‌شده انجام شد و شیائومی توانست سرمایه‌ای ۴۰۷ میلیارد دلاری جذب کند. از آن زمان به بعد، ارزش سهام شیائومی به‌صورت پیوسته کاهش یافت.

یادداشت

۸ راه هوشمندانه برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی جهت یافتن ایده‌های تجاری جدید

۴. رقبا را زیر نظر داشته باشید

یک راه عالی برای کسب ایده‌های تجاری جدید، بررسی مخفیانه فعالیت شرکت‌های بزرگ یا سایر رقبا در شبکه‌های اجتماعی است. به گفته متیو رایشر (Matthew Reischer)، مدیرعامل لیگل ادوایس دات کام (LegalAdvice.com)، کلید دستیابی به ایده‌های جدید در شبکه‌های اجتماعی و پیشرفت، بررسی رقبا است. هنگامی که از میزان رضایت مشتریان و نحوه فعالیت رقبا آگاه شوید، درک بهتری از الگوهای حاکم به دست خواهید آورد و می‌توانید با بررسی دقیق به ایده‌های بسیار خوبی دست پیدا کنید. محتوای رقبای خود را بخوانید و با طرح‌های آن‌ها آشنا شوید. به فعالیت رقبا توجه کنید تا درک خوبی از اکوسیستم بازار و صنعت به دست آورید.

۵. به انتقادات توجه داشته باشید

شبکه‌های اجتماعی محل انتقاد از محصولات و خدمات هستند. گرچه شاید خواندن انتقادات و اعتراضات چندان لذتبخش نباشد، ولی چنانچه تمام افراد از یک مورد خاص انتقاد می‌کنند باید دست به کار شوید. به نظر دین شودا (Dayne Shuda)، مدیرعامل گوست بلاگ رایترز (Ghost Blog Writers)، مردم همیشه از خواسته‌های خود آگاه نیستند، ولی کاملاً می‌دانند که از چه چیزی متنفر خواهند بود. یک نشانه خوب برای کارفرما، شناسایی موردی است که همه از آن انتقاد می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی این قدرت بزرگ را در اختیار شما قرار خواهند داد. نیکی براو (Nicky Brau)، بنیانگذار لباس‌های نیدل (Nidel Dresses)، پیشنهاد می‌کند که به راه‌حل مشکلات نیز توجه داشته باشید؛ می‌توانید با جست‌وجو در فروم، از مشکلات بزرگ یک صنعت آگاه شوید. این یک فرصت بسیار عالی برای خلق یک راه حل مناسب و تسخیر بازار است.

۶. به الگوها توجه کنید

هنگام جست‌وجو در شبکه‌های اجتماعی به دنبال الگوهای محبوب و پرتعداد باشید. هنگامی که لیلیا کریمی (Lilia Karimi)، بنیانگذار ودول (Wedwell)، در اینترن به دنبال ایده‌های عروسی بود، متوجه شد که اکثر شرکت‌های حاضر در این صنعت به جای تمرکز بر سلامت روحی و روانی عروس و داماد، به دنبال ارائه برنامه‌های متنوع و پرخرج عروسی و کاهش وزن هستند! پس بلافاصله دست به کار شد و با ایجاد یک شرکت این خلأ بزرگ را برطرف ساخت: «من پیشنهاد می‌کنم که مردم به اخبار و تصاویر دقت داشته باشند و موارد الهام‌بخش را به خاطر بسپارند و اگر با چنین مواردی مواجه نشدید، زمان ارائه ایده و ایجاد یک تغییر بزرگ است.

۷. به دنبال هشتگ‌ها و کلمات کلیدی باشید

باروا (Barua) معتقد است که ابتدا باید به دنبال هشتگ‌ها و کلمات کلیدی مرتبط با ایده و علاقه خود باشید. به نظر دیورا سویینی (Deborah Sweeney)، مدیرعامل مسای کورپوریشن (MyCorporation)، هشتگ‌های کلیدی مرتبط با صنعت خود را در اینستاگرام دنبال کنید. با این کار با الگوهای حاکم بر بازار هدف خود آشنا شده و به الگوهای جدیدی نیز دست پیدا خواهید کرد.

۸. در گروه‌های فیس‌بوکی عضو شوید

گروه‌های فیس‌بوک معدن طلای بازار یابان و صاحبان کسب و کار هستند. در چند گروه مرتبط با صنعت خود عضو شوید و گفت‌وگوها را زیر نظر بگیرید. افراد فعال در این گروه‌ها ایده‌های بسیار خوبی در اختیار شما قرار خواهند داد. هنگام اعتراض نیز به نکات کلیدی توجه کنید و به دنبال راه حل باشید. همچنین محصولات محبوب و پرتعداد را نیز نادیده نگیرید. منبع: businessnewsdaily

مترجم: نیما جوادی

شبکه‌های اجتماعی تنها یک سرگرمی ساده نیستند. این پلتفرم‌ها می‌توانند به شما در یافتن شغل، تبلیغ محصولات و گفت‌وگو با رابطان ارزشمند کمک کنند. شما حتی می‌توانید ایده‌های تجاری خود را از این شبکه‌ها به دست آورید. ما ۸ راه هوشمندانه به شما معرفی خواهیم کرد تا به جای جست‌وجوی بی‌هدف در فیس‌بوک و توییتر، از این فضا برای کسب ایده‌های تجاری جدید استفاده کنید.

۱. **جست‌وجوی سوالات و پرسش‌ها در ساب ردیت (Subreddit)** چنانچه به دنبال ایده ساخت یک تکنولوژی یا ارائه خدمات جدیدی هستید، به بخش اخبار و سرگرمی سایت ردیت (Reddit) رفته و ساب ردیت‌ها (بخش‌هایی که هر یک به یک دسته‌بندی خاص تعلق دارند) را جست‌وجو کنید. به خصوص افرادی که به دنبال ایده‌های تجاری جدید هستند باید حتماً به ویژگی «هرچه که می‌خواهی از من بپرس» (Ask Me Anything) توجه داشته باشند، زیرا می‌توانند با استفاده از این قابلیت سوال خود را از متخصصان و افراد مشهور بپرسند و ایده‌های جالب و بسیار خوبی برای شروع یک کسب و کار کوچک و یا متوسط به دست آورند.

۲. به بخش نظرات پینترست (Pinterest) توجه کنید

چنانچه در شناسایی یا خلق یک محصول عالی و کاربردی استعداد دارید، حتماً یک حساب پینترست داشته باشید. این وب‌سایت تصویرمحور هر روز با ارائه تصاویر جالب و خلاقانه به شما در خلق ایده‌های تجاری جدید و استثنایی کمک خواهد کرد. گیل الیور (Gail Oliver)، مشاور و بلاگر بازاریابی گیرا (Attention Getting Marketing)، چنین می‌گوید: «به نظر من پینترست در میان تمام شبکه‌های اجتماعی، بهترین شبکه برای آشنایی با الگوهای جذاب و پرتعداد آینده است.» تعداد زیادی از ایده‌های عروسی، دکوراسیون منزل و لباس در پینترست به شهرت و محبوبیت رسیدند. کاربران این وب‌سایت می‌توانند بدون آگاه شدن سایر کاربران به بررسی نظرات بپردازند و با سلاقی افراد آشنا شوند. به گفته الیور، معمولاً کاربران به بخش نظرات توجهی نخواهند کرد، در حالی که میزان خلاقیت و ایده در این بخش گاهی حتی از برخی شبکه‌های اجتماعی نیز بالاتر است! به گفته الیور: «تمام افراد به بخش نظرات دسترسی خواهند داشت و شما می‌توانید ایده‌های بسیار خوبی به دست آورید.» پینترست اخیراً قابلیت استفاده از هشتگ بر روی پین‌ها را به وب‌سایت خود اضافه کرده است و این خبر خوبی برای افرادی خواهد بود که به دنبال شروع یک تجارت هستند. البته صاحبان کسب و کار نیز می‌توانند از این قابلیت به نفع خود استفاده کنند. شما هم‌اکنون می‌توانید با استفاده از هشتگ در نوار جست‌وجو بلافاصله به پین‌های مرتبط دست یابید. شاید تنها یک پین باعث خلق یک ایده فوق‌العاده شود!

۳. **اپلیکیشن‌ها و شبکه‌های اجتماعی گمنام را شناسایی کنید** منابع بعدی ایده‌ها بکر و استثنایی، شبکه‌های اجتماعی موبایلی گمنام و فروشگاه‌های مجازی اجتماعی هستند. چنانچه به موبایل و اپلیکیشن علاقه ندارید، به یک یا چند وب‌سایت ناشناخته مراجعه کنید. الیور معتقد است: «وب‌سایت‌های اجتماعی مانند وانلو (Wanelo) یک فروشگاه و فروم بین‌المللی آنلاین و لاوِرلی (Loverly) فروشگاه وسایل عروسی برای شناسایی فرصت‌های تجاری مناسب‌تر هستند، زیرا کاربران و مردم می‌توانند میزان رضایت و ناراضی‌تی خود از یک محصول یا خدمات را از طریق سیستم «لایک» اعلام کنند و نیازی به خواندن تمام نظرات نیز نخواهید داشت.»

۱۰ شرکت دانش‌بنیان فناوری اطلاعات به نمایشگاه جیتکس می‌روند

امیدواریم حضور در نمایشگاه امسال نسبت به سال گذشته اندکی ارزان‌تر تمام شود. ۱۰ شرکت دانش‌بنیان با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ۵ موسسه فرهنگی دیجیتال با حمایت مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال و ۴ شرکت فناورانه تحت عنوان پاوایون جمهوری اسلامی ایران در این رویداد مهم فناوری منطقه حضور خواهند داشت.

در جیتکس امسال ۴۷۰۰ شرکت از ۱۰۰ کشور سرتاسر جهان حضور دارند و محل مناسبی برای معرفی پتانسیل‌های صنعت ICT ایران در خارج از کشور است. در ۳ سال گذشته به صورت مستمر در کنار پاوایون ایران در نمایشگاه جیتکس، همایش معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و کسب و کار ایران نیز در روز سوم نمایشگاه برگزار شده که امسال نیز برگزار می‌شود و از شرکت‌های خارجی نیز برای شرکت در این همایش دعوت خواهد شد تا امکان ملاقات‌های رودرو نیز برای شرکت‌های ایرانی فراهم شود.

رئیس اتحادیه صادرکنندگان نرم‌افزار از برگزاری پاوایون (مجموعه غرفه) رسمی ایران در سی و هشتمین نمایشگاه جیتکس در مهرماه و حضور ۱۰ شرکت دانش‌بنیان حوزه فناوری اطلاعات در این رویداد

خبر داد. به نقل از وب‌سایت رسمی این اتحادیه، «محمد رضا طلایی» حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، صندوق نوآوری و شکوفایی، صندوق صادرات و مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت ارشاد را سازمان‌هایی موثر در اجرای این طرح در جیتکس ۲۰۱۸ دوی اعلام کرد.

به گزارش دیجیاتو، طلایی همچنین مجوزهای لازم برای اجرای این پاوایون را نیز از سازمان‌هایی چون سازمان توسعه تجارت ایران عنوان کرد و خبر داد که ۳۰ تا ۵۰ درصد هزینه‌های غرفه‌ها به صورت

یارانه تا سقف ۲۰ میلیون تومان توسط برخی سازمان‌ها چون اتاق بازرگانی ایران، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، وزارت ارشاد اسلامی و سازمان توسعه تجارت پرداخت شده است.



تفاهم‌نامه همکاری بانک خاورمیانه و شرکت آسیاتک امضا شد

جهت تبدیل شدن به مطلوب‌ترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور و همچنین فرصت‌های ادغام و تملیکی که در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات به وجود آمده، همکاری با مجموعه بانکی می‌تواند در سرعت بخشیدن

به روند توسعه اثرگذار باشد. وی گفت: در تفاهم‌نامه میان بانک خاورمیانه و شرکت آسیاتک زمینه‌های همکاری بسیار زیادی مورد بحث و بررسی و تفاهم قرار گرفته که از آن جمله می‌توان به تامین سرمایه، مشاوره ادغام و تملیک، نقل و انتقالات سهام، تامین مالی، معاملات اوراق بهادار و بازارگردانی به عنوان برترین موارد یاد کرد. مدیرعامل آسیاتک اذعان داشت: بی‌شک آسیاتک و بانک خاورمیانه از بازی‌گردانان جوان و توانای صنعت ICT و بانکداری به شمار می‌آیند و این همکاری میان دو مجموعه مقتدر در حوزه فعالیت خود، می‌تواند

ضمن بروز چشم‌اندازهای روشنی در زمینه ادغام شرکت‌های فعال، پویا و صاحب دانش و تکنولوژی و تولد ارزش‌های ارتباطی در کشور، آینده روشن‌تری را در حوزه تکنولوژی‌های ارتباطی رقم بزند.

تفاهم‌نامه همکاری دوجانبه میان بانک خاورمیانه و شرکت انتقال داده‌های آسیاتک، توسط مدیران ارشد بانک خاورمیانه و شرکت آسیاتک امضا شد. به گزارش روابط عمومی شرکت انتقال داده‌های آسیاتک،

محمدعلی یوسفی‌زاده، مدیرعامل آسیاتک ضمن اعلام این خبر گفت: با توجه به روند چرخه اقتصاد در دنیا، ادغام شرکت‌های موفق به جهت هم‌افزایی و استفاده از دانش، تکنولوژی، تجربه و منابع مالی با هدف ارتقای کمی و کیفیت خدمات، چندین سال است که به صورت گسترده در تمامی صنایع مادر و زیربنایی آغاز شده و با موفقیت در حال ادامه است. وی افزود: موفقیت‌های به دست آمده در این زمینه، مدیون و مرهون تلاش مدیران سازمان‌ها، هوشمندی و آینده‌نگری شرکت‌ها، چشم‌پوشی از منافع انفرادی و تلاش در جهت دستیابی به ارزش افزوده مشارکتی و همچنین

برخورداری از پشتوانه و منابع مالی غنی، قابل اطمینان و قانونی است. مدیرعامل آسیاتک ادامه داد: با توجه به پتانسیل پروانه شرکت آسیاتک به عنوان برترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور و چشم‌انداز این شرکت در



کارگاه برندینگ

۶ گام موثر در راستای حفاظت از برند چگونه از برندهمان محافظت کنیم؟

به قلم: تارا امیلر
ترجمه: علی آل علی

برندسازی یکی از گام‌های مهم برای هر کسب‌وکاری در هر حوزه‌ای است، با این حال متأسفانه همچنان برخی از شرکت‌ها نسبت به این موضوع بسیار مهم بی‌توجه هستند. به همین جهت مسئله حفاظت از برند نیز به دلیل بی‌توجهی به برندسازی تا حد زیادی نادیده گرفته می‌شود. باید توجه داشت که اهمیت برندسازی در مورد حفظ آن نیز صادق است. در هر صورت شما هزینه، زمان و انرژی قابل توجهی را برای ایجاد برندهتان صرف کرده‌اید. اگرچه بسیاری از وجهه‌های یک برند مفهومی و غیرمادی است، اما آلمان‌های مشخصی برای حفاظت نیز وجود دارد. به عنوان مهم‌ترین اقدام نباید هرگز اجازه دهید هویت و جلوه رقابت‌پذیر برندهتان خدشه‌دار شود. در ادامه به معرفی پنج گام موثر برای اندازه‌گیری میزان موفقیت در محافظت از برندهتان خواهیم پرداخت.

۱. ثبت علائم تجاری

در عرصه کسب‌وکار هر شرکت حقوق معینی نسبت به علائم تجاری شرکتش شامل شعارها، سمبل‌ها و لوگوها دارد. با این حال برای استفاده از چنین حقی باید ابتدا آن را به طور رسمی ثبت کرد. به عنوان مثال در ایالات متحده مرکز ثبت و نگهداری از علائم تجاری وظیفه این کار را برعهده دارد. بی‌شک دلایل متعددی برای ثبت رسمی علائم تجاری شرکت‌مان وجود دارد. مهم‌ترین آنها امکان مقابله حقوقی به هنگام سوءاستفاده سایر شرکت‌ها از علائم‌مان است. به این ترتیب با ثبت رسمی علائم شرکت‌مان همیشه حق انحصای استفاده از آنها را خواهیم داشت. اگر هم شرکتی بدون اجازه ما از آنها استفاده کند، در دادگاه‌های رسمی متهم و جریمه خواهد شد.

۲. حفاظت و استفاده مناسب از نماد

ثبت علائم تجاری دربرگیرنده عناصر مختلفی است. یکی از آنها نماد تجاری شرکت‌هاست. بر این اساس شرکت متبوع حق انحصاری استفاده از نماد خود را به دست خواهد آورد. به محض اینکه درخواست شما برای ثبت انحصاری نمادتان تایید شد، راه‌های مختلفی برای اعلام ثبت رسمی آن و هشدار به دیگر شرکت‌ها وجود دارد. یکی از ساده‌ترین روش‌ها افزودن علامت (*) در گوشه‌های از نمادمان است. با این کار از بسیاری از سوءاستفاده‌ها جلوگیری به عمل خواهد آمد. علامت انحصاری (*) سبب به نمونه قدیمی‌تر (*) امکانات بیشتری را در اختیار طرف صاحب حق اختصاصی قرار می‌دهد. با این حال توجه داشته باشید که ناتوانی در ثبت رسمی علائم تجاری عواقب نسبتاً خطرناکی را به همراه دارد. به طور معمول رد درخواست ثبت رسمی علامت تجاری به دلیل استفاده غیرقانونی از آلمان‌های مشابه با سایر شرکت‌ها رخ می‌دهد. در چنین شرایطی شما مجبور به تغییر علائم تجاری شرکت‌تان خواهید شد.

۳. نظارت بر شیوه استفاده از علائم تجاری

ثبت رسمی علائم تجاری تازه ابتدای ماجرا به حساب می‌آید. کارن هاوکز، کارشناس مسائل تجاری، در گفت‌وگوهای خود به راه‌های مختلفی که با استفاده از آنها امکان حفاظت از برندهمان وجود دارد اشاره کرده است. بر این اساس بسیاری از کسب‌وکارها به جست‌وجوی شخصی خود در موتور گوگل به منظور مشاهده سوءاستفاده دیگران از علامت تجاری‌شان متکی هستند. اگرچه این شیوه کاربرد نسبتاً مطلوبی دارد، اما باید راهکار دقیق‌تری برای مراقبت از برندهمان دست‌وپا کنیم. براساس آنچه در سطر پیشین گفته شد، یک برند موفق باید بخش ویژه‌ای برای نظارت بر استفاده‌های جانبی از علامت تجاری‌اش داشته باشد. همچنین آموزش‌های لازم در این زمینه‌بایستی به کارمندان شرکت داده شود. به این ترتیب هر کدام از کارمندان تا حد زیادی توانایی لازم برای عمل به عنوان سفیر محافظ برند ما را کسب خواهند کرد. به یاد داشته باشید که در دنیای دیجیتال سرعت اطلاعات بسیار راحت‌تر از گذشته رخ می‌دهد. خبر خوش اینکه به موازات این سهولت سرعت، امکانات پیشرفته‌ای برای جلوگیری از چنین رخدادهایی به وجود آمده است. بر این اساس نظارت بر شیوه استفاده از علامت تجاری مهم‌ترین راهکار نوین محسوب می‌شود.

۴. حفظ و افزودن علائم تجاری

به موازات توسعه و پیشرفت برندهتان، علامت تجاری شما نیز باید تحول یابد. به عنوان مثال اگر شما ظرفیت تازه‌ای را برای شرکت‌تان مهیا کرده‌اید، باید فرصت‌های بازاریابی و برندسازی مناسبی را نیز فراهم نمایید. بر همین اساس شاید شما به فکر ایجاد برندی مستقل با علامت تجاری منصر به فرد برای پوشش کسب‌وکار فعلی‌تان بيفتید. همچنین بسیاری از شرکت‌ها پس از گذشت چند سال فرآیند برندسازی و بازاریابی دوباره را کلید می‌زنند. یکی از فعالیت‌های عمده در این زمینه بهبود کیفیت و اعمال تغییرات جزئی در لوگو شرکت است. بر این اساس توجه داشته باشید که لوگوی قبلی را همچنان به صورت انحصاری برای شرکت‌تان حفظ نمایید.

۵. استفاده از قانون کی‌یرایت برای محتوای تولیدی

قانون کی‌یرایت برای کسب‌وکارهای فعال در زمینه موسیقی، تولید فیلم، عکاسی و انتشار آثار هنری نقشی حیاتی بازی می‌کند. با این حال تنها کاربرد این قانون در چنین کسب‌وکارهایی نیست. بر این اساس به موازات توسعه کسب‌وکارها در بخش‌های جانبی نظیر وبلاگ‌نویسی، تولید پادکست و اینفوگرافی‌ها دامنه قانون کی‌یرایت پیش از پیش گسترده شده است. به این ترتیب حتی کارهای ساده و طراحی‌های جزئی نیز امروزه تحت پوشش قانون کی‌یرایت قرار می‌گیرند. توجه داشته باشید که براساس قانون کی‌یرایت شباهت آثار مختلف به هم تا حدی مجاز است. با این حال استفاده مستقیم از اثر متعلق به شرکتی دیگر خلاف قانون محسوب می‌شود. در صورت محاکمه شرکتی به دلیل تخلف از قانون کی‌یرایت جریمه‌های سنگینی در انتظار آنها خواهد بود.

۶. استخدام یک وکیل متخصص در حوزه علامت تجاری

بی‌تردید حفاظت از برند کاری راحت نیست. حتی با رعایت تمام توصیه‌های قبلی نیز باز هم امکان اشتباه وجود خواهد داشت. به علاوه بسیاری از کارهای مربوط به حوزه حفاظت از برند پیوند نزدیکی با مسائل حقوقی دارد. به این ترتیب به راحتی امکان گمراهی و اشتباه برای شرکت‌ها وجود خواهد داشت. به این ترتیب علاوه بر استفاده از توصیه‌های پیشین باید به فکر همکاری با وکیلی کارکشته نیز بود. به منظور اطلاع از سرویس‌های موردنیاز تماس با یکی از آژانس‌های حقوقی بزرگ و صاحب نام اقدام منطقی محسوب می‌شود. در این‌صورت حتی اگر شما آن آژانس همکاری نکنید، حداقل نکات کلیدی در مورد خدمات و وظایف یک وکیل متخصص در حوزه علامت تجاری را فرا خواهید گرفت. به عنوان مثال گروه وکالت سن دیگو یکی از آژانس‌های حقوقی مشهور در زمینه ارائه خدمات حقوق کسب‌وکار و علائم تجاری در ایالات متحده است. این موسسه با کادری ماهر سالانه با بسیاری از برندهای کوچک و بزرگ همکاری دارد، بنابراین هرچه زودتر به دنبال همکاری با یک وکیل ماهر باشید.

منبع: noobpreneur

تبلیغات و برندینگ

پیروز شدن اعتماد بر جذابیت

۵ دلیل اعتماد نکردن مشتریان به یک برند



برخورداری از بازاریابی نفوذی محروم می‌کند، به این ترتیب شانس تحسین شدن توسط مردم را از دست می‌دهید یا نمی‌توانید با اینفلوئنسرها ارتباط برقرار کنید.

همان طور که درباره وب‌سایت گفتیم، سعی کنید که متن پست‌های‌تان نامفهوم و درهم برهم نباشد. حتی اگر می‌خواهید یک رابطه معمولی ایجاد کنید، مطمئن باشید که با متنی پر از غلط‌های املایی و دستوری یا واژگان اشتباه راه به جایی نخواهید برد.

صراحت ندارید

هرگز درباره خدمات یا محصولات خود دروغ نگویند. البته صراحت و دقت فراتر از راستگویی و صداقت است؛ برای حفظ این خصلت باید به تعهدات خود نسبت به مشتریان پایبند بمانید. چنانچه زمان مشخصی را برای ارائه خدمت یا تحویل محصولی قید کنید، اما به قول خودتان عمل نکنید، انتظار مورد اعتماد قرار گرفتن نیز نداشته باشید.

همچنین دقت کنید که کلیه اطلاعات ذکرشده در کانال‌های مختلف درباره محصولات، خدمات، رخدادها و پروموشن‌های خاص دقیق و صحیح باشد. هر نوع رسانه‌ای ارتباطی، اعم از وب‌سایت یا افرادی که با هر موقعیت و سمتی درباره شرکت‌تان صحبت می‌کنند، باید کاملاً با هم هماهنگ باشند. به این ترتیب تناقضات موجب خدشه‌دار شدن اعتماد دیگران نمی‌شود.

رابطه برقرار نمی‌کنید

تلاش آشکار برای فروش، مشتریان مطلع و به‌روز امروزی را به شک می‌اندازد. شور و شوق بیش از حد برای فروش اعتماد را از بین می‌برد؛ به همین دلیل بازاریابان هوشیار و نکته‌سنج اطلاعات مفیدی را به مشتریان ارائه می‌دهند که مستقیماً درباره محصول مورد نظر نیست. برای مثال یک شرکت بیمه عمر می‌تواند مطالبی درباره سبک زندگی و سلامتی یا دینامیک خانواده در وبلاگش منتشر کند. مطلع ساختن مخاطبان و آموزش آنها اعتماد را به ارمغان می‌آورد. برای ایجاد یک رابطه خوب لازم است که اطلاعات کافی درباره دستورالعمل استفاده از محصول بعد از خرید را در اختیار مشتری قرار بدهید و کارکنان بخش خدمات مشتریان نیز پیگیری لازم را داشته باشند. به گونه‌ای رفتار نکنید، که مشتری تصور کند رابطه‌تان پس از خرید محصول به اتمام رسیده است. ارتباط گرم و مستمر با مشتری اعتماد وفاداری او را جلب می‌کند.

جمع‌بندی

بهترین کار برای درک وضعیت خود و برداشتی که مشتریان از شما دارند، این است که خودتان را به جای آنها بگذارید. مردم می‌دانند که هدف شما از این کسب و کار کسب درآمد است، اما برای آن که به شما اعتماد کنند باید متوجه شوند که در این بین در صدد حل مشکلات یا تأمین نیازهای آنها نیز هستید. برای جلب و حفظ اعتماد مشتریان لازم است که درباره هویت خود و نوع فعالیت‌تان شفاف باشید، اطلاعات را به روشی خوشایند و کاربرپسند ارائه دهید، تمامی اعضای گروه‌تان را با هم هماهنگ کنید و نقشی فعال در بحث‌ها و تبادل نظرهای صادقانه داشته باشید. به این ترتیب نه تنها اعتماد مشتریان را جلب می‌کنید، به احتمال زیاد به قلب‌شان نیز راه خواهید یافت.

منبع: inc

دستور زبان، کاربرد و املای کلمات را نیز کنترل کنید. شاید اکثر مشتریان‌تان توجهی به این موارد نداشته باشند یا چنین اشتباه‌هایی برای‌شان مهم نباشد، اما دلیلی ندارد که مشتریان احتمالی حساس به این موارد را از خودتان بیزار کنید.

سایت باید به سرعت بارگذاری شود. اکثریت قریب به اتفاق کاربران اینترنت بیشتر از چهار ثانیه برای بالا آمدن یک سایت صبر نمی‌کنند. به علاوه اگر سرعت بارگذاری سایت‌تان پایین باشد، احتمال اینکه گوگل شما را پایین‌تر از سایت‌های سریع رده‌بندی کند، افزایش می‌یابد.

به خاطر داشته باشید که یک سایت ضعیف و پیش پاافتاده باعث می‌شود که مخاطبین‌تان فکر کنند، آن‌قدر موفق نیستید که بتوانید از توصیه‌های شخصی اعتبار قائلند و ۷۲درصد ترجیح می‌دهند که فقط صرفاً فردی هستید که نظر دیگران برای‌تان مهم نیست.

مردم درباره شما و محصول‌تان صحبت نمی‌کنند

براساس گزارش اینوسپ، ۹۹درصد از مشتریان نقدها و نظرات برخط را می‌خوانند و از این میان ۸۸درصد برای این نظرات به اندازه توصیه‌های شخصی اعتبار قائلند و ۷۲درصد ترجیح می‌دهند که فقط در صورت رضایت‌بخش بودن نظرات با یک برند خاص وارد معامله شوند. قدرت نفوذ نظرات یک مشتری راضی را دست‌کم نگیرید.

نظرات و انتقادات مشتریان را دنبال کنید و آنها را برای درج نظرات‌شان تشویق کنید. براساس نتایج یک پژوهش، ۷۰درصد مشتریان در صورتی که از آنها خواسته شود، تمایل به شرکت در نظرسنجی دارند. برای ترغیب مشتریان به نظر دادن درباره محصولات و خدمات‌تان می‌توانید در رسانه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها و بخش نظرات مستقیماً با آنها ارتباط برقرار کنید. نظرات دریافتی را در وب‌سایت و کانال‌های رسانه‌های اجتماعی منتشر کنید.

از دریافت نظرات منفی نترسید. اگر مشکلی وجود دارد، آن را برطرف کنید؛ در هر حال اگر انتقادها را بازتاب ندهید، مشتریان فکر خواهند کرد که موضوعی را از آنها مخفی می‌کنید. درج چند نظر منفی و نقد تند با نشان دادن صراحت و آمادگی‌تان برای یادگیری به اعتبارتان خواهد افزود.

در رسانه‌های اجتماعی و دنیای مجازی فعالیت ندارید یا حضور‌تان کم‌رنگ و بی‌نظم است

این علت بی‌اعتمادی مشتریان مرتبط با مورد قبلی است. اگر مدتی در دنیای مجازی حضور نداشته باشید، مشتریان احتمالی فکر می‌کنند که دیگر فعالیتی ندارید یا آن‌قدر منظم نیستید که بتوانید فعالیت‌تان در رسانه‌های اجتماعی را در میان مشغله‌های کاری خود پیش ببرید. فرض مخرب دیگری نیز وجود دارد، مخاطبین‌تان فکر می‌کنند که علاقه‌ای به برقراری ارتباط با آنها و آموختن از آنها ندارند. مطمئن شوید که گرافیک آشفته، محتوای کلامی سنگین، حرکات زیاد یا تصاویر و فونت‌هایی نامرتب با برند و وجهه شرکت وجود ندارد که چشمان مخاطب را آزار دهد و حواس او را پرت کند. مخاطب باید بتواند به راحتی با سایت ارتباط برقرار کند.

مترجم: مریم‌امیری‌خواه

مردم بیشتر دوست دارند با شرکتی معامله کنند که هرچند چندان مورد علاقه‌شان نیست، اما به آن اعتماد دارند، تا اینکه شرکتی را طرف معامله قرار دهند که آن را دوست دارند، اما به آن اعتماد ندارند.

مورد پسند قرار گرفتن و محبوب بودن بدون شک برای هر کسب و کاری مهم است. ابل موفق شده است که تصویری دوستانه و صمیمی از خود در ذهن مشتریان بسازد و به کمک این برخورد گرم به گل سرسبد این صنعت تبدیل شود، بنابراین هر کاری که در توان دارید، انجام بدهید تا برندهتان به برند محبوب مشتریان تبدیل شود. اما به جز محبوبیت به اعتماد نیز نیاز دارید. مشتریان از بین دو شرکت محبوب و مورد اعتماد، همواره شرکت مطمئن‌تر را انتخاب می‌کنند و به عبارتی کفه اعتماد همواره بر کفه محبوبیت می‌چربد. اگرچه اعتبار و راستگویی، دو مولفه مهم اعتماد به شمار می‌آیند، اما مفهوم اعتماد فراتر از این دو است. اعتماد تابعی از تصویری است که از خود به مشتریان ارائه می‌دهید و به شیوه بیان‌تان نیز بستگی دارد. اگر سهل‌انگار و بی‌دقت و از روی ناتوانی عمل کنید، مطمئناً چنانچه خودتان را به جای مشتریان بگذارید، خودتان هم به خودتان اعتماد نخواهید کرد.

در این مقاله به توضیح ۵ دلیلی می‌پردازیم که اعتماد مشتریان به برندهتان تحت‌الشعاع قرار می‌دهد.

وب‌سایت‌تان تأثیر خوبی بر روی مخاطب نمی‌گذارد

وب‌سایتی با طراحی ضعیف و اجرای ناشیانه برای هر کسب و کاری فاجعه به بار می‌آورد، ابعاد این فاجعه برای شرکت‌هایی که صرفاً به تجارت الکترونیکی می‌پردازند، بسیار وسیع‌تر است. جذابیت وب‌سایت حتی برای شرکت‌های سنتی که دادوستدی در فضای مجازی ندارند، نیز نقش مهمی در تأثیر اولیه بر روی مخاطب دارد. اگر وب‌سایت‌تان اعتماد را القا نکند و سریفاً نباشد، مشتری احتمالی به این نتیجه می‌رسد که شما در زمینه‌های دیگر نیز بی‌مالات و بی‌توجه هستید. تعداد قابل توجهی از کسب و کارها در وب‌سایت‌شان حتی عملکرد اصلی خود را نیز به درستی توضیح نمی‌دهند و مشتری متوجه نمی‌شود که این شرکت دقیقاً چه کاری را انجام می‌دهد. بسیار مهم است که ارزش‌های پیشنهادی خود را شفاف و واضح بیان کنید؛ چه کاری انجام می‌دهید و این فعالیت چه فایده‌ای برای مشتریان دارد؟ وجه تمایز شما با رقبای‌تان چیست؟ هیچ مطلبی را بدیهی فرض نکنید و ناگفته نگذارید، با مخاطبین خود ارتباط برقرار کنید.

اطمینان حاصل کنید که صفحات وب‌سایت، به ویژه صفحه فروش، بیش از حد شلوغ نیست تا اطلاعات مهم نادیده بماند. همچنین مطمئن شوید که گرافیک آشفته، محتوای کلامی سنگین، حرکات زیاد یا تصاویر و فونت‌هایی نامرتب با برند و وجهه شرکت وجود ندارد که چشمان مخاطب را آزار دهد و حواس او را پرت کند. مخاطب باید بتواند به راحتی با سایت ارتباط برقرار کند.

ایستگاه بازاریابی

می‌خواهید وبلاگ جذاب‌تری داشته باشید؟ این ۳ نکته نگارشی قدرتمند را امتحان کنید

مترجم: علی اکبری

بسیاری از مطالب وبلاگی و محتواهای اینترنتی با هم شباهت دارند و تفاوتی نمی‌کند که این مطالب در مورد طراحی باغچه، کاهش وزن، اجاره آپارتمان، مصاحبه شغلی موفق و یا طراحی یک وب‌سایت برای کسب و کار جدیدتان باشد. چرا؟ خب، اغلب اوقات این مطالب شباهت زیادی دارند. بسیاری از آنها زبان مشابه، روش بازاریابی همسان و حتی کلمات کلیدی تکراری دارند. آیا تمایل دارید که محتوای وبلاگ‌تان با دیگران متفاوت بوده و این تمایز به نظر برسد؟ پس یاد بگیرید که چگونه می‌توان خود را با دیگران متمایز کرد. در این جا سه نکته مهم ارائه شده است:

۱- از انتخاب عناوین ضعیف خودداری کنید

تا به حال دقت کرده‌اید که اکثر مقالات و مطالب وبلاگی با جملات زیر آغاز می‌شوند:

هنگامی که صحبت از... می‌شود...

در حالی که ...

در مورد فلان چیز می‌گویند که ...

تمام این مثال‌ها نشان‌دهنده یک عنوان ضعیف و منفعل است. اگر مخاطب‌تان از وسط جمله وارد بحث شود، ایسن عناوین جلب توجه خواهند کرد، اما مسلماً چنین چیزی مد نظر نیست، چرا که خواننده به اولین کلماتی که در ذیل عنوان آورده شده است، توجه می‌کند. پس از انتخاب چنین عناوینی اجتناب کنید. به جای آن از عناوینی استفاده کنید که تا جای ممکن از ساختن جملات مجهول جلوگیری کرده و در نهایت منجر به خلق یک عنوان ضعیف نشود. برای مثال اگر جمله خود را با توصیف چیزی آغاز کنید، احتمال ارتقا و دوباره‌نویسی آن وجود خواهد داشت، مگر اینکه این توصیف به جملات و یا پاراگراف‌های پیشین اشاره داشته باشد. برای نمونه می‌توانید جمله «می‌توان از راه‌هایی سخت، درس گرفت» را با جمله «بسیاری از درس‌ها را به سختی خواهید آموخت» تعویض کنید. به همین نسبت بسیاری از شعارهای تبلیغاتی با موضوع کاهش وزن، با اعمال چنین اصلاحاتی قوی‌تر خواهند شد: «می‌توانید در اینترنت شعارهای تبلیغاتی بسیاری را بیابید» یکی دیگر از فرمت‌هایی که می‌توان به‌جای عبارات توصیفی استفاده کرد، عبارتند از: «عده‌ای اعتقاد دارند که»، «اغلب اوقات می‌بینیم که»، دنبال مثال‌های بیشتری برای جایگزینی کلمات بهتر هستید؟ عبارت «در جایگاه یک...»، «به عنوان یک کارآفرین» یا «در جایگاه یک استارت‌آپ جدید» را با عبارت «هنگامی که یک ... هستید...» و یا «اگر یک ... هستید...» جابه‌جا کنید. یک روش دیگر برای قوت بخشیدن به جمله‌ای که با «در حالی که» آغاز می‌شود این است که این کلمه را به کل حذف کرده و به‌جای آنکه جمله را با یک عبارت پیرو آغاز کنیم، آن را با یک اعلان شروع کنیم. سپس می‌توانید به سمت اطلاعات اصلاحی خود میل کرده و از عبارتی همچون «اما» و یا «بنابراین» و «گرچه» استفاده کنید.

۲- از صفات عالی بی‌مفهوم استفاده نکنید

من اغلب اوقات جملات زیر را در مقالات و وبلاگ‌های مختلف دیده‌ام:

- نمی‌توان انکار کرد که...
- هرگز نمی‌توانید بگویید که...
- یکی از برترین نکات در مورد...

این نمونه‌های ادبی و کلامی بار عاطفی خوبی دارند، اما هر خواننده‌ای که به اندازه کافی صبر کرده و به این جملات فکر کند، متوجه خواهد شد که موضوعات مد نظر نویسنده چندان مطابق با حقیقت نیستند. به بیان دیگر، هنگامی که موضوعی غیرقابل‌انکار باشد، دلیلی برای بیان آن وجود ندارد. مردم اکثر اوقات از عبارت «هیچ جای انکاری نیست که...» استفاده می‌کنند، اما در حقیقت قصد دارند خواننده را به درستی موضوعی که هنوز زیر سوال و یا حتی قابل انکار است، مجاب کنند. تولیدکنندگان محتوا به هنگام صحبت از آسیب‌دیدگی دندان کودکان و خرابی موتور خودرو از عبارت «همیشه می‌توان گفت» استفاده می‌کنند اما منظور واقعی آن‌ها عبارت «ممی‌توانید لزوماً بگویید که...» است. کلمه «همیشه» بدین معناست که دائماً در حال تماشای دندان فرزندتان هستید تا از آسیب‌دیدگی آن اطلاع یابید و یا اینکه هر لحظه و هر ثانیه به صدای موتور خودروتان گوش می‌کنید تا متوجه کوچک‌ترین اشکال آن شوید. در مورد عبارت «بهترین نکته در مورد...» همچنین مسأله‌ای برقرار است، وقتی کسی از این عبارت استفاده می‌کند، من دیگر به بهترین نکته‌هایی که دیگران بیان کنند توجهی نمی‌کنم، حال فرقی نمی‌کند که این نکات چه باشند، اما به ندرت پیش می‌آید که این «بهترین نکات» موضوع یک مقاله وبلاگی باشند. من هنگامی که محتوای وب‌سایت‌ها را ویرایش می‌کنم این عبارت را به عبارت «یکی از بهترین نکات در مورد...» تغییر می‌دهم، البته که قدرت این عبارت به اندازه عبارت پیشنهادی نیست، اما صادقانه‌تر است.

۳- از کلمات صرفاً به‌خاطر تأثیر گذار بودن‌شان استفاده نکنید

چهار کلمه‌ای که بدون هیچ دلیلی در عمده مقالات اینترنتی دیده می‌شوند، عبارتند از:

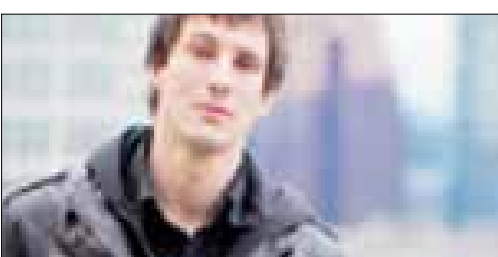
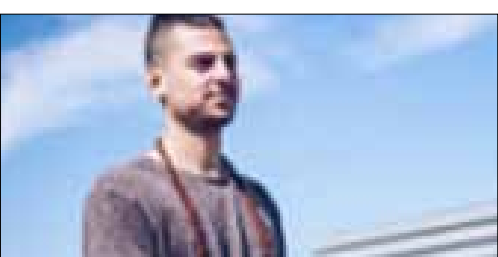
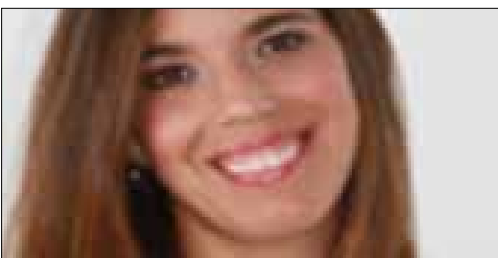
- به شدت
- نامایی
- واقعا
- مطلقاً

نویسندگان برای قدرت بخشیدن به افعال و جملات خود از این کلمات استفاده می‌کنند. متأسفانه در اکثر مواقع کلمه «به شدت» در محتوای مثبت مورد استفاده قرار می‌گیرد، مثلاً «میزان فروش به شدت افزایش یافته است» اما فهای ستنی این عبارت منفی است، مثلاً «سیلاب به شدت آسیب رسانده است». سابقاً کلمه «به شدت» با کلماتی نظیر خشن، رادیکال و وحشی ترادف معنایی داشت، من فکر می‌کنم نویسندگان این کلمه را با کلمات هم‌معنا و مناسب‌تر اشتباه گرفته‌اند. هر دو کلمه «نامایی» و «مطلقاً» تعاریف ریاضیاتی دارند، اما تولیدکنندگان محتوا هر جا که احساس نیاز بکنند از این کلمات استفاده می‌کنند. عباراتی نظیر «به طور مشخص»، «در نتیجه» و حتی «بسیاری» کفاف کار را می‌دهند. تنها در شرایطی که می‌خواهید در مورد تعداد دقیق باکتری‌ها و شمارش تعداد اتم‌ها صحبت کنید، از کلمات «نامایی» و «مطلق» استفاده کنید.

آخرین نکته: شاید تا به حال دقت نکرده باشید که مردم تا چه میزان از کلمه «واقعا» استفاده ناهج‌ای می‌کنند، مسلماً ناامید خواهید شد، لطفاً در گوگل جست‌وجو کنید!

منبع: entrepreneur

۱۵ فن مذاکره موفقیت‌آمیز برای معاملات



مترجم: مهسا زمانی

۵- از آنچه قرار است نصیب‌شان شود، تعریف و تمجید کنید
کُلیبی بی‌فاند(Colbey Pfund): باید بدانید که از یک معامله چه می‌خواهید و همان خواسته‌ها را حفظ کنید، اما همواره به طرف دیگر یادآوری کنید که این معامله چقدر به نفعش است. اگر آن‌ها برای آنچه قرار است به‌دست آورند، مشتاق باشند و بدانند که از دید شما این معامله منصفانه است، علاقه بیشتری به موافقت با شروط نشان می‌دهند.

۶- آماده ترک میز مذاکره باشید

جوئل متیو(Joel Mathew): با در نظر گرفتن معاملاتی که طی چند سال گذشته انجام گرفته‌اند، بزرگ‌ترین بردها آن‌هایی بوده‌اند که امتیازاتی را مطرح و در صورت نرسیدن به آن‌ها، میز مذاکره را ترک کرده‌ایم. داشتن این ذهنیت که نباید مداوماً عقب‌نشینی کنیم و گاهی حاضر به ترک میز مذاکره باشیم، در انجام گرفتن معاملات، با شرایط موردنظرمان، بسیار کمک‌دهنده هستند.

۷- به ارزش‌های مشترک متوسل شوید

جاستین فائرمِن(Justin Faerman): سال‌ها پیش در جوار بهترین مذاکره‌کنندگان دنیا به تحصیل پرداختم و هیچ‌گاه توصیه‌ای که درباره متوسل شدن به ارزش‌های مشترک طرفین مذاکره به من کردند را فراموش نخواهم کرد. به‌خاطر داشته باشید، هدف نهایی مذاکره، رسیدن به توافقی سودده برای طرفین است. ساده‌ترین راه برای به توافق رسیدن طرفینی که اختلاف‌نظر دارند، تمرکز برروی اهداف، ارزش‌ها و نتایج مشترک است.

۸- همواره کمک‌کننده باشید

مارسلدا دی‌ویوو(Marcela De Vivo): اکثر افراد با مشاهده این موضوع که چگونه معامله‌ای را به پایان می‌رسانم شوکه می‌شوند. من به شرکت‌هایی که با آن‌ها کار می‌کنم، حتی قبل از امضای قرارداد، اطلاعات زیادی می‌دهم. این کار مجالی برای نشان دادن مهارت‌هایم و اثبات اینکه ما حتی در مراحل اولیه و قبل از امضای قرارداد، همواره شریک‌شان باقی می‌مانیم می‌دهد و سبب ایجاد اعتماد از همان ابتدا می‌شود.

۹- صبر داشته باشید و سکوت کنید

بلیر توماس(Blair Thomas): برای پاسخ دادن به یک پیشنهاد عجله نکنید، مگر اینکه آن پیشنهاد زمان‌بندی حساسی داشته باشد. صبر کردن و در انتظار نگاه داشتن مذاکرات نشان می‌دهد که شما برای انجام معامله بی‌قرار نیستید و احتمالاً درحال بررسی گزینه‌های دیگری هستید. گاه سکوت کردن بیش از هر حرفی می‌تواند فشار وارد کند.

۱۰- از اهرم قدرت «چگونه» استفاده کنید

کریس اسمیت(Chris Smith): کلمه «چگونه» می‌تواند یک مذاکره را دگرگون کند. این کلمه، قدرتمندترین واژه در هر مذاکره‌ای‌ست، زیرا از طرف مقابل می‌خواهید که موضوع موردبحث را از دیدگاه شما موردبررسی قرار دهد. این کلمه، قوی‌تر از «نه» عمل و پویا بودن مذاکرات در رسیدن به توافقی دوجانبه را تضمین می‌کند. بار بعدی که مذاکره می‌کنید، کلمه «چگونه» را از طرف مقابل بپرسید و

انجام معاملات فروش بزرگ یا بستن قراردادهای مهم، می‌تواند کار مشکلی باشد؛ مخصوصاً که عوامل بسیاری در این میان دخیلند. درحالی‌که برخی افراد فوت‌وفن گرفتن امضای توافق را به‌خوبی بلدند، برخی دیگر با وجود سال‌ها تمرین، باز هم با مشکلاتی مواجه می‌شوند و فرصت‌های معاملاتی خود را از دست می‌دهند.

به‌همین دلیل، از اعضای انجمن کارآفرینان جوان (YEC) سوال

چه فن، روش یا رویکرد موثری را در جهت موفقیت‌آمیز بودن

مذاکرات پیشنهاد می‌کنید و چرا؟

۱- شفافیت داشته باشید

چارلز بوگویان(Charles Bogoian): متوجه شده‌ام که شفافیت داشتن تا بیشترین حد ممکن، در تمامی مذاکرات نتایج عالی می‌دهد؛ زیرا سالم‌ترین روابط طولانی‌مدت را می‌سازد. بیشتر جزئیاتی که شرکت‌ها سعی در مخفی کردن‌شان دارند، درنهایت فاش می‌شوند و عموماً هرگونه تلاش جهت پنهان‌سازی، تنها خسارات وارده را افزایش می‌دهد. شفافیت در سخن، ارتباطی باکیفیت می‌سازد و توقعات هر دو طرف مذاکره را به‌وضوح تعیین می‌کند.

۲- موانع و مخاطرات را از سر راه بردارید

رابی برتوم(Robby Berthume): با برقراری روابطی واقعی مذاکره خود را آغاز کنید. من قبل از این‌که سر میز مذاکره حاضر شوم، زمانی را صرف شناخت طرف مذاکره به‌صورت شخصی و نه صرفاً کاری می‌کنم و برروی دانستن آنچه واقعاً سبب تشویق و ترغیب او می‌شود، تمرکز می‌کنم. این مسئله به من در معقولانه رفتار کردن و همچنین پیش‌بینی و فهم احساساتی که آن‌ها در روند مذاکره پیدا خواهند کرد، کمک می‌کند و درنهایت منجر به نتایج برد-برد می‌شود.

۳- کمتر صحبت کنید، بیشتر شنونده باشید

راجر لی(Roger Lee): به‌جای تلاش جهت متقاعد کردن طرف قراردادتان با ارائه بهترین سخنرانی، با پرسیدن سئوالاتی با پایان باز شروع کنید و سپس به‌دقت به حرف‌های او توجه کنید. این کار نه‌تنها فهم و درک احساسات را نشان می‌دهد، بلکه اطلاعات سودمند بسیاری راجع به اهداف، انگیزه و ترس‌های طرف قراردادتان فراهم می‌کند. شما می‌توانید از این دانش برای طراحی معامله‌ای دو سر برد یا تعیین میزان فشار وارده در مذاکره، استفاده کنید.

۴- سودبری بااستفاده از عدم‌قطعیت

نیکل مونوز(Nicole Munoz): عدم‌قطعیت می‌تواند ابزار مذاکره بسیار خوبی در مراحل اولیه یک معامله باشد. متأسفانه، این کار در صورتی که به‌درستی انجام نشود، می‌تواند منجر به شکست در معامله در همان مراحل اولیه شود. گزینه دیگر تمرکز برروی مسئله برد-برد است. سعی کنید در حین توافق، به ارزش همه‌چیز بیفزایید.



۳۰ استراتژی ساده رهبری برای جلوگیری از ایجاد حس ناامیدی و استعفای کارمندان

مترجم:نیما جوادى

در این یادداشت ۳۰ استراتژی ساده رهبری برای جلوگیری از ایجاد حس ناامیدی و استعفای کارمندان را عنوان می‌کنیم. گرچه این استراتژی‌ها به هیچ عنوان یک راه حل جامع و کامل برای تمام چالش‌های رهبری شما نیستند، ولی راه را برای رفع مشکلات خاص و راهی از شرایط ویژه هموار خواهند کرد. به طور کلی، چنانچه بخواهید تمام کتاب‌ها و مقالات مرتبط با رهبری را به صورت مجموعه‌ای از نکات و پیشنهادات سازنده خلاصه‌سازی کنید، مطمئنا در نهایت به این ۳۰ نکته خواهید رسید. موفق باشید!

۳۰ راه برای تقویت رهبری در عرض ۳۰ روز

- به نظرات تمام کارمندان سازمان توجه کنید و راه‌هایی برای ایجاد مشارکت، دریافت بازخورد و کسب اطلاعات و ایده‌ها بیابید.
- به یاد داشته باشید افرادی که با مشتری سر و کار دارند، افرادی هستند که از اوضاع واقعی شرکت و بازار اطلاع دارند. حتما با آن‌ها صحبت کنید.
- با انگیزه و علاقه کار کنید و اعتماد و حمایت کارمندان را به دست آورید. همچنین به روابط خود با افراد خارج از سازمان و مجموعه نیز توجه داشته باشید.
- سخنان و اعمال شما باید با یکدیگر همخوانی داشته باشند.
- از توجه به یک سری افراد خاص و نادیده گرفتن دیگران خودداری کنید. با این کار باعث ایجاد اختلاف و دعوا خواهید شد. شما باید از توانایی‌ها و مهارت‌های تمام افراد خود استفاده کنید.
- مشکلات و نقاط ضعف کارمندان را به صورت خصوصی با آن‌ها در میان بگذارید و حتما در اولین فرصت این کار را انجام دهید.
- از کنترل افراد پرهیز کنید. شما با اعطای آزادی به کارمندان خود در واقع فرصت رشد و تعالی را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهید و فرد در چنین محیطی مسئولیت پیروزی‌ها و شکست‌های خود را خواهد پذیرفت.

- تمام موارد را با کارمندان خود در میان بگذارید. هرچه اطلاعات آن‌ها بیشتر باشد، درک‌شان افزایش خواهد یافت. هرچه درک بیشتر باشد، احساس مسئولیت بیشتر خواهد شد و زمانی که احساس مسئولیت کنند، هرگز متوقف نخواهند شد.

- برای کارمندان خود یادداشت‌های خصوصی بنویسید. رهبران می‌توانند با قدردانی خصوصی از تلاش‌های هر شخص انرژی تیم خود را به شدت افزایش دهند.

- افراد مناسب پیدا کنید، به آن‌ها آزادی عمل دهید تا اشتباه کنند و به انتخاب خود هرگز شک نکنید.

- تمام افراد باید فرصت کار داشته باشند. هیچ‌کس را رها نکنید.
- با مراقبت و حفاظت از کارمندان، روحیه مشارکت و روابط مثبت و سازنده را در سازمان تقویت کنید. زمانی که مردم احساس امنیت می‌کنند، از ارائه ایده‌های خود ترسی نخواهند داشت و این باعث نوآوری خواهد شد.

- این جمله را به خاطر بسپارید: «بازخورد، محرک قهرمانان است.» افراد شما باید از نحوه فعالیت خود آگاه باشند. رهبران موفق همواره کارمندان خود را در جریان نحوه کار و فعالیت‌شان قرار می‌دهند.

- به کارمندان خود در راه پیشرفت، رشد و یادگیری مهارت‌های جدید کمک کنید. تمام افراد باید با حداکثر پتانسیل و توان خود کار کنند و این باید سرلوحه کار شما نیز باشد.

- رهبران از نیازهای کارمندان خود مطلع هستند. ابتدا به نیازهای آن‌ها رسیدگی کنید.

- اهداف را شفاف‌سازی و با تمام قدرت از کارمندان خود حمایت کنید. تیم همواره به تشویق و روحیه نیاز خواهند داشت.

- کارمندان باید نسبت به پروژه و وظایف خود احساس مسئولیت کنند و شما نیز باید آزادی عمل را در اختیار آن‌ها قرار دهید.

- کارمندان باید به منابع مختلف اطلاعاتی دسترسی داشته باشند.

- به جای ارائه گزارش عملکرد رسمی به کارمندان خود، بازخوردهای دوره‌ای و غیررسمی در اختیار آن‌ها قرار دهید.

- موارد تشویقی را حتما مشخص کنید. جمله‌ای مانند: «عالی بود» هیچ فایده‌ای نخواهد داشت. منتظر دستاوردهای بزرگ باشید و به جملات ساده و بی‌احساس اکتفا نکنید.

- حتما به وعده‌های خود عمل کنید، حتی چنانچه آن عمل توضیح دلیل عدم تحقق یک وعده باشد.

- از صحت در مورد شکست هراسی نداشته باشید. از رویارویی با چالش‌ها ترسید و دلیل تصمیمات خود را توضیح دهید. صادق باشید، اخبار بد نیز باید به مانند اخبار خوب بازگو شوند. هرگز صداقت را فراموش نکنید.

- شنونده‌ای فعال باشید. تمام کارمندان را بشناسید. ایده‌ها را بپذیرید. در دسترس باشید و مغرور نباشید.

- حتما پیش از برگزاری یک جلسه، محتوای آن را اعلام کنید. قوانین را به صورتی تنظیم کنید که فضای دوستانه و صمیمی برای بحث و تبادل نظر به‌وجود آید.
- پاسخ دهید، واکنش نشان ندهید.
- تیم باید به‌روز باشد. به کارمندان خود اطلاع دهید که تلاش و کار آن‌ها چطور باعث پیشرفت یک پروژه بزرگ و تاثیرگذار خواهد شد.

- تمرکز خود را بر روی اولویت‌ها قرار دهید. به قول استیو جابز: «کاری که نباید انجام دهید، به اندازه کاری که باید انجام دهید اهمیت دارد. این جمله چه برای شرکت‌ها و چه برای محصولات صادق است.»
- پیش از قضاوت (و برخورد) این فرض را در نظر داشته باشید که شاید نیت فرد، خیر بوده باشد – و شاید شما از کل ماجرا باخبر نباشید.

- بازخورد دریافت کنید و همواره اعمال و رفتار خود و راه‌های پیشرفت را در نظر داشته باشید.
- در نهایت، عاشق کارمندان خود باشید. به قول یکی از مربیان فوتبال: «عشق یعنی وفاداری، عشق یعنی کار گروهی، عشق یعنی احترام به غرور و شخصیت طرف مقابل. این قدرت هر سازمانی است.»

منبع: **inc**



انگیزش برای کار (بخش ۶)

رشد و یا انحطاط اقتصادی بعدی

افزایش بده تا عملکرد اقتصادی جامعه افزایش یابد.

با این حال این فرضیه تا چه اندازه صحت دارد؟ چه اندازه از مجموعه رفتارهای عظیم و پیچیده مربوط به رشد و یا انحطاط اجتماعی را می‌توان به اثرات نیاز پیشرفت نیست داد؟ حتی چگونه می‌توانیم این فرضیه را بیازماییم؟ یک شرط لازم این است که دست کم بتوانیم دو گونه ابزار سنجش فراهم کنیم. اولاً، باید بتوانیم رشد و انحطاط اقتصادی تمدن‌ها را به گونه‌ای نسبتاً رضایت‌بخش بسنجیم. ثانیاً باید بتوانیم علاقه نسبی به پیشرفت را در تمدن‌های معینی اندازه‌گیری کنیم (براساس این فرض که تعداد افرادی که در یک تمدن به پیشرفت گرایش دارند مستقیماً با علاقه آن تمدن به پیشرفت به طور کلی ارتباط دارد). پس از فراهم ساختن این ابزارهای سنجش به ترتیب زیر عمل می‌کنیم: (۱) میزان علاقه جامعه‌ای را به پیشرفت اندازه می‌گیریم و (۲) پس از سنجش علاقه به پیشرفت، رشد یا انحطاط اقتصادی آن جامعه را شاید برای ۲۵ تا ۵۰ سال بعدی می‌سنجیم.) این سنجش باید پس از سنجش نیاز پیشرفت صورت گیرد چه در اینجا رابطه‌ای علی‌الغرض شده است.) مک کلند قادر بوده است که عیناً به همین گونه عمل کند. بخشی از علت توانایی او به انجام چنین کاری مربوط است به شیوه‌ای که او و همکارانش در سنجش نیاز پیشرفت در پیش گرفتند. در اغلب پژوهش‌های انفرادی انجام شده، نیاز پیشرفت بر مبنای داوری‌هایی که درباره میزان علاقه به پیشرفت منعکس در داستان‌های نگارش یافته یک فرد به عمل آمده، سنجش شده است. در معمولی‌ترین صورت خود این شیوه اندازه‌گیری مستلزم این بوده است که به فرد تصویری نسبتاً مبهم ارائه گردد و از وی خواسته شود تا در مورد آن طبق یک دستورالعمل معین داستانی بنگارد. به طور کلی، هرچه این داستان‌ها در بردارنده علایق مربوط به پیشرفت بیشتری باشند، نیاز پیشرفت بیشتری از آنها استنباط می‌شود. منطقی که مک کلند دنبال کرد این بود که اگر بتوان نیاز پیشرفت را در یک فرد از طریق مطالعه بازده ادبی او در یک موقعیت ارزشیابی کرد، می‌توان سطح نیاز پیشرفت را در یک ملت هم به همان طریق، یعنی از طریق مطالعه بازده ادبی آن ملت سنجید. این همان چیزی است که وی انجام داده است. وی موضوعات برجسته را در داستان‌های کودکان و قصه‌های عامیانه در ملل مختلف در اعصار گوناگون مورد مطالعه قرار داد(براساس این فرض که ویژگی‌های برجسته یک جامعه به احتمال بیشتر در این جنبه از ادبیات متجلی خواهند شد)، برای هر ملت نمره‌ای در رابطه با نیاز پیشرفت محاسبه کرد و آنگاه آن نمره را با رشد و یا انحطاط اقتصادی بعدی آن کشور مربوط گردانید. رشد اقتصادی به دو روش اصلی سنجیده شد: نیروی الکتریکی و درآمد ملی بر حسب واحدهای بین‌المللی. البته ممکن است شما در مقرون به صلاح بودن یک چنین پژوهشی به طور کلی و با توجه به اینکه به دست آوردن یک نمونه بسنده از داستان‌های ویژه کودکان و قصه‌های عامیانه تا چه اندازه دشوار است و با توجه به دشواری مهار تاثیرات آلوده‌ساز جنگ‌ها، اقیم، منابع ملی و ... مردد باشید. با این وجود، نتایج مک کلند شگفت‌انگیز و نوید بخشند. میان این مجموعه از متغیرها روابطی کشف شد و این روابط عموماً در جهت فرضیه‌ها بودند، بدین معنا که به دنبال افزایش در رشد، نیاز پیشرفت رشد اقتصادی حاصل می‌شد. افزون بر آن، مک کلند تلاش کرده است تا الگویی گسترده از علل پیدایش نیاز پیشرفت را به دست دهد. براساس این الگو افراد واجد نیاز پیشرفت بسیار در محیط‌هایی یافته‌اند که از آنها انتظار کفایت و لیاقت می‌رود، در سنین پایین به آنها استقلال

داده می‌شود، سسله‌گرایی پدری اندک دارند و از سلطه‌گرایی مادری عاری هستند، چون مادران، در گذشته از وسایل سنتی عقیدتی و مهار برونی استفاده کرده‌اند. در عین حال این روش در سازمان‌هایی که ابعاد روان‌شناختی مشابهی دارند هم بسیار موفق است و این باز انجام تایید قابل ملاحظه‌ای برای اثر مک کلند فراهم می‌کند. هرچند، با اینکه این یک یافته تجربی مهم است، لزوماً مجبور نیستیم برای تبیین آن نظریه مک کلند را بپذیریم. در واقع آبراهام. ک. کورمن یک صورت‌بندی نظری جایگزین و بدیل با الگوی مک کلند را پیشنهاد کرده است که از پژوهش‌های وی و از کار کسانی دیگر از قبیل کلینگر و مک نلی (۱۹۶۹) ناشی می‌شود. این صورت‌بندی پیشنهاد می‌کند که روابط میان محیط و عملکرد در نتیجه آرزوداشتن برای کسب بازده‌هایی هماهنگ با ادراک‌هایی که از خود روی می‌دهند، نه از آن جهت که رشد یک انگیزه پیشرفت را ترغیب می‌کنند. یکی از دلایلی که کورمن این توضیح جایگزین را ترجیح می‌دهد این است که علی رغم، مهیج بودن و جالب بودن کار مک کلند، هنوز پرسش‌های بی‌پاسخ فراوانی درباره آن وجود دارد. یک مشکل واقعی این است که یافته‌های بسیاری که توسط کلینگر و مک نلی (۱۹۶۹) خلاصه شده‌اند، حاکی از آنند که سطح حرفه‌ای احراز شده رفتار موفقیت‌آمیز بعدی را بهتر پیش‌بینی می‌کند تا معکوس این وضع. کلینگر و مک نلی پیشنهاد می‌کنند که این یافته بیشتر مودیک صورت‌بندی هماهنگی است تا نظریه‌ای که توسط مک کلند پیشنهاد شده است. مشکل دوم این است که نظریه مک کلند در مواردی پیش‌بینی می‌کند که نباید پیش‌بینی کند. مثلاً، اگر احساس مثبت نسبت به پیشرفت مفهوم اصلی است، آن گاه آزمون نیاز پیشرفت نباید در موقعیت‌های تضادفی رفتار را پیش‌بینی کند. با این حال، چنین روابطی روی می‌دهند و این نظریه نمی‌تواند علت آن را توضیح بدهد. یک طریقه برای تبیین این موضوع این است که فرض شود موقعیت‌های تضادفی مانند بازی نرد هم ویژگی‌های موقعیت‌های ماهرانه به معنای روان‌شناختی آن را دارند، اما چرا؟ به دست دادن یک دلیل منطقی در این مورد دشوار است. به هر حال، دگرگونی‌ها در معنای یک موقعیت جزو این نظریه نیستند. همچنین نیاز به پیشرفت نباید رابطه‌ای با موفقیت مدیریت اداری عمومی داشته باشد، چه موقعیت مدیریت عمومی اجزای مخاطره‌پذیری، آگاهی فوری از نتایج و مسئولیت فردی را در بر ندارد. با این‌حال، چنین روابطی رخ نمی‌دهد و حاکی از آنند که شاید آنچه که سنجیده می‌شود یک قابلیت عملکرد عمومی است تا عملکردی که بالطبع از موقعیت‌های گوناگون شغلی و مخاطره‌آمیز تغییر می‌کند. کوگان و والچ می‌گویند: در واقع، اکثر آزمایش‌هایی که مفهوم مخاطره‌پذیری میانه را که جنبه‌ای اصیل از این نظریه است، تایید می‌کنند بسیار بحث برانگیز است چه سطوح دشواری وظایف توسط آزمایندگان تعیین شده است و آنان تصمیم گرفته‌اند که چه کارهای دشوار، چه کارهای متوسط و چه کارهایی آسانند. مثلاً، در یک آزمایش پرتاب حلقه اتکینسون و لیتوین، پژوهشگران فواصل را از نقطه هدف علامت گذاشتند و فرض کردند که فاصله میانی برای آزمودنی‌ها مخاطره‌ای میانه خواهد بود. گرچه کاملاً آشکار است که آنچه که برای یک فرد دشوار است برای دیگری دشوار نیست. یک آزمایش شایسته از فرضیه باید تفاوت‌های فردی را در مخاطره ادراک شده مهار کند، پیش از اینکه بتوانیم آزمایش کنیم که آیا نتایج مخاطره متوسط به نیاز پیشرفت مربوط است یا نه، چه مخاطره‌ها را آزمودنی تصمیم‌گیرنده ادراک می‌کند. در تنها موردی که این کار انجام گرفته است، این نظریه تاییده نشده است. ادامه دارد...

برپایی ۳ غرفه نمایشگاه فرهنگ گردشگری قم به همت معاونت فرهنگی اوقاف

قم- خبرنگار فرصت امروز- معاونت فرهنگی اجتماعی اوقاف قم با برپایی سه غرفه، سهم عمده‌ای در نمایشگاه فرهنگ گردشگری قم در مشهد دارد. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، نمایشگاه فرهنگ گردشگری قم به میزبانی مشهد مقدس برگزار شده و میزبان مسافران و زائرانی است که این روزها برای زیارت بارگاه نورانی امام رضاع(راهی این شهر شده‌اند. معاونت فرهنگی اجتماعی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم نیز در برپایی این نمایشگاه سهم ویژه‌ای دارد به طوری که سه غرفه نمایشگاه به همت این معاونت برپا شده است. این سه غرفه با محوریت معرفی بقاع متبرکه شاخص استان قم و تاریخچه هر یک از آنها راهاندازی شده‌اند و مبلغان اعزامی اوقاف، اطلاعات لازم را در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهند.

پیام تبریک رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران به مناسبت روز کارمند

ساری – دهقان : چهارم شهریورماه «روز کارمند»، یادآور ارزش نهادن به مجاهدت قشر عظیمی از جامعه و انسان های شایسته ایست که هدفشان خدمت به مردم و کسب رضای خداوند است.

چهارم شهریورماه «روز کارمند»، یادآور ارزش نهادن به مجاهدت قشر عظیمی از جامعه و انسان های شایسته ایست که هدفشان خدمت به مردم و کسب رضای خداوند است. بدون تردید تلاش این قشر شریف ، زمینه ساز توسعه و پیشرفت است و ارتقاء کیفیت خدمات و ایجاد رضایت در ارباب رجوع بدون همت و همراهی این عزیزان به ثمرنخواهد نشست. اینجانب ضمن گرامیداشت نام و یاد شهیدان والا مقام "رجایی" و "باهر" و تبریک هفته دولت و روز کارمند از زحمات و تلاشهای بیدرغ کارکنان عزیز و همکاران گرانقدر دانشگاه علوم پزشکی وخدمات بهداشتی درمانی مازندران در سراسر استان در راستای ارتقای سطح سلامت جامعه صمیمانه تقدیر و تشکر نموده، توفیق و سلامتی شما را از درگاه ایزد منان مسألت می‌نمایم.

تفاهم نامه همکاری سازمان جنگلها،مراتع و آبخیزداری کشور و استانداری گلستان امضاء شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان از امضا تفاهم نامه مشترک میان سازمان جنگلها،مراتع و آبخیزداری کشور و استانداری گلستان خبر داد.بوطالب قزل سفلو مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان از امضاء تفاهم نامه می با بین سازمان جنگلها،مراتع و آبخیزداری کشور و استانداری گلستان در زمینهانجام عملیات آبخیزداری در تاریخ ۲۱/۵/۹۷ خبر داد.قزل سفلو افزود: این تفاهم نامه با هدف حفظ احیا ء توسعه و بهره برداری مناسب از منابع طبیعی استان و در راستای تحقق اسناد بالادستی و سند چشم انداز در زمینه آبخیزداری،کنترل فرسایش،مدیریت رسوب، آبخوان داری احیا و توسعه مراتع،جلب مشار کت مردم و دینفعان محلی و استفاده از ظرفیت خیرین است.مدت اعتبار این تفاهم نامه از تاریخ امضاء به مدت یک سال و در غالب انجام همکاری مشترک و هماهنگی در تخصیص اعتبارات خواهد بود.

مهندس بیرنوندی " رئیس کمیته فنی ایمنی آب شرب شهر قزوین شد

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- با ابلاغ مهندس "علی فرخ داد" معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری، مهندس "داراب بیرنوندی" مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قزوین به سمت رئیس کمیته فنی ایمنی آب شرب شهر قزوین منصوب شد. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان قزوین، در متن ابلاخی، آمده است، به استناد بند ۳-۷ سند راهبرد ملی بهبود کیفیت آب شرب با موضوع اجرای برنامه آب آشامیدنی در کشور به موجب این ابلاغ جنابعالی به عنوان رئیس کمیته فنی ایمنی آب شرب شهر قزوین منصوب می شوید.
در ادامه تصریح شده است، امید است ضمن استفاده از کلیه امکانات و ظرفیت های موجود با همکاری اعضای محترم کمیته، کلیه وظایف محوله در سند مذکور را با تاکید بر فراهم آوردن زمینه و امکانات برای ارتقاء بهداشتی شهروندان به نحو احسن به انجام رسانید. در پایان آمده است:توفیق روز افزون جنابعالی را از درگاه احدیت مسئلت دارم.

رئیس شورای شهرستان ملارد:

ارتقاء امنیت عمومی بویژه در پارکها از اولویت های ملارد است.

ملارد- غلامرضا جباری –آئینه ونددر جمع خبرنگاران بایان اینکه مشکلات امنیتی شهر باعث شده نتوانیم از پارکهای احداث شده،استفاده مناسب ببریم، افزود: اگر پارکی احداث شود ولی خانواده ها به دلایل نامنی نتوانند از آن بهترین بهره و استفاده ببرند، بی فایده است. وی افزود: رفع ترافیک سر سام آور و خسته کننده در ملارد به عزم جدی و برنامه ریزی استانی نیاز دارد. یاد آور می شوم در شهریور ماه نشست با شورای شهر تهران دراین باره خواهیم داشت و با تشکیل جلسات مشترک با شورای استان بدنبال دستیابی به تفاهمات و نتایج مثبت هستیم.عضو فعال شورای شهر ملارد اشاره ای هم به تاثیر واریز ارزش افزوده در روند کارهای شهر، کرد و در این باره اذعان داشت: ارزش افزوده متعلق به ملارد، گره گشای خوبی در رفع برخی کمبود های مالی شده است. ما هم سعی کرده ایم که مبالغ تخصیصی از ارزش افزوده را به احداث پروژه های عمرانی اختصاص دهیم تا مردم بهره خوبی از مدیریت شهری ببرند.

تکریم ارباب رجوع؛ هدف نهایی واگذاری برخی خدمات شرکت گاز به دفاتر پیشخوان دولت

مشهد – صابر ابراهیم بای – رئیس روابط عمومی شرکت گاز خراسان رضوی هدف نهایی از واگذاری برخی از خدمات این شرکت به دفاتر پیشخوان دولت را تکریم ارباب رجوع عنوان کرد و گفت: ارائه خدمت در نزدیکترین موقعیت به شهروندان موجب رفاه و آسایش اجتماعی می شود. سید احمد علوی صبح امروز در دوره آموزشی مدیران و کاربران گاز دفاتر پیشخوان اظهار کرد: دفاتر پیشخوان به عنوان نمایندگان دولت در حضور مردم باید کسب رضایت حداکثری را ملاک عمل خویش قرار دهند. وی با اشاره به تلاش های انجام شده برای تکریم ارباب رجوع در مجموعه شرکت گاز، افزود:

اگر هر مسئولی در محل کار خود با شهروندان به خوبی رفتار کند نهایتا شاهد ارتقای رضایت مندی جمعی از نحوه ارائه خدمات خواهیم بود. علوی خاطرنشان کرد: لبخند و خوشرویی با مردم هیچ هزینه ای ندارد. اگر تصور کنیم تمام افرادی که در طول روز به ما مراجعه می کنند همانند خانواده و نزدیکان ما هستند پاسخگویی به بهترین نحو ممکن انجام می شود. رئیس روابط عمومی شرکت گاز خراسان رضوی گفت: دولت با واگذاری خدمات خود به بخش خصوصی به دنبال کاهش تصدی گری و ارائه خدمات بهتر به شهروندان است. وی دفاتر پیشخوان را بازوی دولت در مسیر چرخه خدمت رسانی دانست و بر لزوم رعایت آداب و اصول خدمتگذاری تاکید کرد. علوی یادآور شد: هم اکنون میز خدمت شرکت گاز استان در سطح ادارت مناطق مشهد و نواحی شهرستان های خراسان رضوی برپا شده است.

مدیر امور آبفای شهرستان قدس خبر داد:

ایجاد شبکه جمع آوری فاضلاب شهری ادامه خواهد یافت

شهر قدس – خبرنگار فرصت امروز – بهزاد رضوانی گفت: ایجاد شبکه جمع آوری فاضلاب شهری در خیابان های کاسویه، برازنده، کاشانی و گلشن به طول ۲۵۰۰ متر انجام شده و تعداد ۳۰۰ رشته انشعاب فاضلاب به این شبکه متصل شده است. او افزود: هم اکنون فاز یک تصفیه خانه فاضلاب شهرستان قدس از نوع بیولاک فعال است و ۱۴۷ هزار نفر را تحت پوشش قرار داده است. بهزاد رضوانی ضمن اشاره به مزایای دفع بهداشتی فاضلاب در راستای ارتقاء بهداشت عمومی و سلامت جامعه اظهار داشت: پساب به دست آمده از تصفیه فاضلاب ها برای مصارف کشاورزی و صنعتی کاربرد دارد، که توزیع و تخصیص آن به کشاورزان و صنعتگران منطقه به زودی تعیین تکلیف خواهد شد.

مدیر عامل شرکت گاز استان مرکزی به مناسبت روز خبرنگار از صدا وسیمای استان بازدید نمود

اراک- مینو رستمی – به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان محمدرضا سمعی مدیر عامل شرکت گاز استان مرکزی و هیئت همراه به مناسبت روز خبرنگار ضمن بازدید از صداوسیمای استان بامدیر کل این سازمان و کارکنان معاونت خیراین مرکز دیدار نموده و بااهدای شاخه گل ازشان تقدیروتشکر نمود.
براساس این گزارش دراین دیدار سمعی ضمن گرامیداشت یاد شهید محموصارمی وروز خبرنگار باقدردانی از زحمات کارکنان رسانه بویژه فعالان عرصه خبر نقش تلاشگران این عرصه در معرفی خدمات دولت و اطلاع رسانی وتنبویر افکار عمومی و آگاهی بخشی به مردم راهم دانست.ایشان همچنین ازمدیر کل صداوسیمای استان بخاطر تعامل مثبت وسازنده با شرکت گازاستان معرفی خدمات دولت وقادامات نظام مقدس جمهوری اسلامی واطلاع رسانی دقیق وبه موقع رویدادهای استان واین شرکت تقدیروتشکر نمود.

فرماندار تبریز: برق در زندگی مدرن شهری جایگزینی ندارد

۹۰ پروژه شرکت برق تبریز به مناسبت هفته دولت افتتاح شد



تبریز – ماهان فلاح – مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز اعلام کرد: همزمان با هفته دولت و با حضور فرماندار تبریز و هیئت همراه، ۹۰ پروژه برق رسانی این شرکت با اعتبار بالغ بر ۲۶۰ میلیارد ریال به بهره برداری رسید. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، عادل کاظمی گفت: همچنین ۴۲ دستگاه پست هوایی در شهر تبریز به منظور تعدیل بار ترانسفورماتورهای پریار با حمایت و پشتیبانی فرمانداری تبریز و مسئولین استان نصب شده است. وی افزود: ۹۰ پروژه یاد شده در بخش های توسعه و احداث، اصلاح و ساماندهی، کاهش تلفات، روشنایی معابر و ایجاد قدرت مانور اجرا شده است. وی در تشریح پروژه های ذکر شده گفت: از مجموع پروژه های افتتاح شده، ۱۱ پروژه در حوزه توسعه و احداث با اعتبار ۱۶۲ میلیارد ریال، ۲۰ پروژه در حوزه اصلاح و ساماندهی با هزینه ۴۰ میلیارد ریال، ۱۰ پروژه روشنایی معابر با هزینه ۲۵ میلیارد ریال، ۶ پروژه در بخش ایجاد قدرت مانور با اعتبار ۱۳ میلیارد ریال و ۴۲ پروژه ضریبی با اعتبار ۴۲ میلیارد ریال به بهره برداری رسیده است. وی با اشاره به یکی از مهمترین پروژه های افتتاح شده در

به مناسبت هفته دولت محقق می شود؛

بهره برداری از ۳۱ پروژه شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان شرقی

و همچنین افزایش قدرت انرژی برق محلات مختلف در شهرها و تعداد زیادی از روستاها، بازسازی، نوسازی و احداث شبکه خطوط هوایی، احداث و نصب چندین دستگانه ترانسفورماتور زمینی و هوایی، افزایش ضریب اطمینان شبکه و تعدادی از شهرک ها و واحدهای صنعتی را با هزینه ای بالغ بر یکصد و ده میلیارد ریال از جمله این پروژه ها برشمرد. وی تصریح کرد: با بهره برداری از این پروژه ها، قابلیت اطمینان شبکه برق آذربایجان شرقی به عنوان یکی از شرکت های پیشرو در صنعت برق کشور، بیش از پیش افزایش خواهد یافت.

پیغام دوستی و اتحاد با برگزاری اولین هفته فرهنگی آب

اقدام مدیریت شهری اصفهان برای افزایش همبستگی شهرهای در مسیر زاینده رود



اصفهان – قاسم اسد – معاون اجتماعی و مشارکت‌های مردمی شهرداری اصفهان با اشاره به برگزاری هفته فرهنگی آب از دوم تا هفتم شهریور ماه با عنوان "از بُن رود تا بُن رود" و با شعار "ما همه مسئولیم" گفت: این هفته فرهنگی شامل ۹ ویژه برنامه و رویداد است که با هدف ارتقای آگاهی عمومی خانواده ها برای مشارکت در مدیریت مصرف آب و ضرورت تغییر رویکردهای مصرف، در قالب برگزاری برنامه های متنوع فرهنگی برگزار می شود. به گزارش اداره ارتباطات رسانه‌ای شهرداری اصفهان، مرتضی رشیدی با اشاره به این

که با پیشنهاد معاون فرهنگی شهردار اصفهان و به همت سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری اصفهان و شورای اسلامی شهر، هفته ای تحت عنوان هفته فرهنگی آب نامگذاری شده است، تصریح کرد: در این هفته در قالب اجرای برنامه هایی متنوع با شعار



شهیدان بسیاری تقدیم کرده ایم و کشور امانتی در دست ماست، وظیفه ما این است که از کسانی که به مردم خدمت کرده اند و به نظام اسلامی خیانت نکرده اند تشکر و قدردانی کنیم. غلامرضا شریعتی استاندار خوزستان نیز تصریح کرد: سیستم ارزیابی و پایش

در دیدار جانشین فرماندهی انتظامی هرمزگان عنوان شد:

همراهی نیروهای انتظامی و پخش فرآورده های نفتی در انجام رسالت های اجتماعی



اجتماعی سپاسگزاری کرد. در ادامه این نشست صمیمی جلال الدین مراد مدیر پخش فرآورده های نفتی هرمزگان گفت : روزانه تعداد زیادی از شهروندان با مراجعه به جایگاه های عرضه سوخت دقایقی را در این محل سپری می کنند و تابلوهای اطلاع رسانی مختلفی در

استاندار گلستان : تجهیز جنگل های گلستان به امکانات اطفای حریق هوایی و بالگرد با هدف کاهش خسارت های ناشی از آتش سوزی های گسترده فصول گرم سال ضروری است

بی تردید بخش زیادی از این عرصه های ارزشمند طبیعی از بین می رقت. هاشمی ادامه داد: زمینه بروز آتش سوزی های بزرگ در جنگل های هیرکانی گلستان وجود دارد که استقرار بالگرد برای استفاده در مواقع اضطراری می تواند از بروز یک واقعه تلخ و نابودی وسیع جنگل ها جلوگیری کند. استاندار گلستان در ادامه به ظرفیت های گردشگری این استان اشاره کرد و گفت : استفاده صحیح و هدممند از جنگل ها و جزیره اشوراده، بخشی از این پتانسیل است که امیدواریم رفع موانع قانونی و اخذ مجوزهای لازم، راهگشای بهره مندی از این امکانات برای ایجاد شغل و درآمدزایی برای گلستان باشد.هاشمی بیان کرد: رونق اقتصادی فعلی گلستان مطلوب نیست و توجه به گردشگری و توسعه این بخش میتواند زمینه ترقی و توسعه اقتصادی استان را فراهم کندوی افزود: احداث تله کابین در



پیغام دوستی و اتحاد با برگزاری اولین هفته فرهنگی آب

اقدام مدیریت شهری اصفهان برای افزایش همبستگی شهرهای در مسیر زاینده رود

و بیان کرد: در این هفته تمامی ساکنین مسیر زاینده رود از بن رود (سرچشمه رودخانه) تا بن رود (نقطه انتهایی رودخانه) شاهد اجرای برنامه های فرهنگی با محوریت موضوع آب در شهر خود خواهند بود و از این طریق فرصتی برای همدلی، اتحاد و افزایش میزان احساس مسئولیت افراد در مواجهه با معضل کم آبی در سطح استان اصفهان و استان های همجوار فراهم خواهد شد. وی از تعامل شهرداری اصفهان با شهرداری های همجوار در زمینه برگزاری این رویداد فرهنگی به عنوان اتفاقی ویژه یاد و اظهار کرد: طی برنامه ریزی های انجام شده در شهرستان هایی نظیر ورزنه و درچه، برنامه های فرهنگی متناسب با حال و هوا و فضای این منطقه، توسط مسئولین شهرستان ها اجرا خواهد شد و شهرداری اصفهان نیز به نوبه خود در اجرای این برنامه ها مساعدت می کند.

تقدیر از جایگاه برتر برق منطقه ای خوزستان در جشنواره شهید رجایی

عملکرد دستگانه‌ای‌بايد در سازمان‌ها مدنظر قرار گیرد و یکی از ملاک های اصلی برای ارزیابی کارمندان، کارشناسان و ارتقای سازمانی باشد، این ارزیابی باعث می شود تا ساختار سازمانی و نظام بهره وری بهبود یابد. امید حاجتی رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی خوزستان به عنوان سخنران دیگر این جشنواره، بیان کرد: این جشنواره تحرک و پویایی مناسبی در میان دستگانه‌ها ایجاد کرده است تا هم خود را در زمینه شاخص‌های در نظر گرفته شده بهبود دهند و هم خدمات رسانی بهتری به مردم انجام شود. شایان ذکر است در این جشنواره بااهدای لوح تقدیر به مهدی ابوعلی گله داری، نشان شکان نظام پور، مهدی باسطنی نیا و منصور پورعابدی، از تلاش های آنها در دستیابی شرکت برق منطقه ای خوزستان به کسب رتبه برتر جشنواره شهیدرجایی تقدیر شد.

در دیدار جانشین فرماندهی انتظامی هرمزگان عنوان شد:

همراهی نیروهای انتظامی و پخش فرآورده های نفتی در انجام رسالت های اجتماعی

جایگاه ها تعبیه شده تا با ارائه پیام های مختلف ایمنی، اجتماعی و مذهبی بخشی از وظیفه اطلاع رسانی و آگاهی بخشی به شهروندان انجام شود. مراد افزود: در ایام نوروز ۹۷ و آغاز اجرای طرح با همکاری نیروی محترم انتظامی هرمزگان، بسیاری از مسافران نوروزی از این طرح استقبال و ابراز رضایت داشتند. جلال الدین مراد در پایان گفت: امیدواریم این کار موجب افزایش آگاهی شهروندان شود و تصویر خوبی از هرمزگان برای مهمان و مسافران هرمزگان برجا مانده باشد. همچنین این جلسه سرهنگ بهدانی فر جانشین فرماندهی انتظامی استان خندیس یادبود نیروی انتظامی را به مدیر منطقه هرمزگان اهدا کرد. همچنین لوح تقدیر ویژه معاون اجتماعی نیروی انتظامی نیز به حامد ملازاده صادقیون ریس روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی هرمزگان اهدا شد.

استاندار گلستان : تجهیز جنگل های گلستان به امکانات اطفای حریق هوایی و بالگرد با هدف کاهش خسارت های ناشی از آتش سوزی های گسترده فصول گرم سال ضروری است

علی آباد و گرگان و اجرای طرح های گردشگری در اشوراده، بخشی از نیاز جدی توسعه صنعت گردشگری گلستان است. استاندار گلستان بیان کرد : اولویت و نگاه مسوولان استان به اشوراده ، نگاه تخریبی و بهره برداری بی رویه نیست و هدف اصلی، نجات این جزیره از متروکه بودن و استفاده از ظرفیت های آن برای جذب گردشگر است. هاشمی به هجوم برخی سودجویان به جنگل ها و برداشت بی رویه قارچ های خوراکی سیاه و سفید اشاره کرد و گفت : قیمت ۵ میلیون ریالی هر کیلو از این قارچ در داخل و هزار دلاری در خارج کشور، سودجویان را روانه جنگل های گلستان کرده است. وی گفت : مدیریت و سازماندهی برداشت این گونه گیاهی و ترویج کشت به جای برداشت بی رویه از جنگل ها ، علاوه بر حفظ طبیعت، فرصت های جدید شغلی برای گلستانی ها ایجاد خواهد کرد



بازاریابی عصبی دیجیتال

طی چند سال گذشته شناخت رفتار مصرف کنندگان منجر به موفقیت بسیاری از کسب و کارهای معتبر بین‌المللی و در مقابل عدم شناخت در این حوزه بسیاری از کسب و کارها را دچار انقراض کرده است. از این رو، کسب و کارهای معتبر بین‌المللی در این حوزه سرمایه‌گذاری جدی انجام داده‌اند و از این طریق توانسته‌اند روابط اثربخشی را با مشتریان خود برقرار کنند. یکی از روش‌های مورد توجه برندهای معتبر جهانی در حوزه دستیابی به شناخت درست مصرف کنندگان، استفاده از بازاریابی عصبی در حوزه دیجیتال یا نورومارکتینگ است که با تکیه بر روانشناسی اجتماعی به یاری کسب و کارها در راستای جذب درست مشتریان می‌شابد. درخصوص آشنایی با نورومارکتینگ در حوزه دیجیتال، به تازگی کتابی تحت عنوان «بازاریابی عصبی دیجیتال» توسط انتشارات ترمه به چاپ رسیده است.

کتاب بازاریابی عصبی دیجیتال نوشته دکتر محمد مهاجر، حمیدرضا داودی و اعظم تیموری که با ۱۸۴ صفحه و قیمت ۳۰ هزار تومان با استفاده از مطرح کردن نمونه کسب و کارهای معتبر بین‌المللی به بررسی چگونگی استفاده از نورمارکتینگ در حوزه دیجیتال می‌پردازد و یکی از جدیدترین کتاب‌ها در این حوزه به شمار می‌رود.

در این کتاب آمده است که هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات شما کمترین تأثیری در تصمیم مخاطب به خرید نداشته به همین خاطر است که طبق آمار رسمی بیش از ۹۰درصد محصولات و خدمات جدید حتی در کشور ژاپن در سه ماهه اول با شکست مواجه می‌شوند! و خبر خوب اینکه با به‌کارگیری آموزه‌های دیجیتال نورومارکتینگ که تلفیقی از علوم بازاریابی، عصب‌شناسی، روانشناسی، علوم شناختی انسان و انقلاب چهارم صنعتی است، شما به آمار خیره‌کننده‌ای از افزایش نرخ تبدیل و فروش استثنایی از طریق تأثیر بر مغز مخاطب دست خواهید یافت!

یکی از نکات بارز و برجسته این کتاب، این موضوع است که برای تشریح مسائل مطرح‌شده نویسنده‌گان کتاب به بررسی نمونه‌های واقعی و برخی از آمارهای معتبر بین‌المللی پرداخته است؛ نمونه‌هایی که نقش چراغ راهنمایی را برای مابقی فعالان حوزه بازار بازی خواهند کرد. خواندن این کتاب به تمام علاقه‌مندان مباحث علمی بازاریابی و خصوصاً مدیران کسب‌وکارهای ایرانی توصیه می‌شود.

مدرسه مدیریت



راهبردهای طلایی برای رسیدن به شغل رویایی

مترجم: مریم امیری خواه

شریک سابق یک شرکت سرمایه‌گذاری خطرپذیر به ما می‌گوید که چطور نقشی را ایجاد کرده است که بیش از این وجود نداشته است.

در مجموعه مقالات «گشودن درهای بسته» درباره عبور از موانعی که در مسیر موفقیت بر سر راه‌مان قرار می‌گیرند، تشخیص فرصت‌ها و ایجاد آنها برای خودمان و دیگران به گت‌وگو با رهبران و مدیران موفق می‌پردازیم.

ریسا استاک، مدیرکل شرکت New Business Creation می‌گوید که موقعیت فعلی او قبل از آن که خودش شجاعانه برای رسیدن به آن تلاش کند، وجود نداشته است.

استاک می‌گوید: «من ایمان دارم که خودم باید شغل مورد علاقه‌ام را خلق کنم.»

اگر سردرگم هستید و نمی‌دانید چه کاری برای پیشرفت شغلی‌تان انجام دهید، استاک توصیه می‌کند، آن چیزی را که از یک شغل رویایی در ذهن دارید، روی کاغذ بیاورید. هیچ وقت نمی‌دانید، چه کسی در موقعیتی است که می‌تواند به شما برای رسیدن به رویاهای‌تان کمک کند.

استاک نزدیک به ۱۰سال یکی از شرکای اصلی یک شرکت سرمایه‌گذاری پرخطر بود و همواره می‌خواست که تغییری در شغل خود ایجاد کند. یک نشست صادقانه با بت کام استاک، یکی از موسسان هولو و نخستین بانوی نایب رئیس در GE، او را راهنمایی کرد تا در مسیر جدیدی قدم بردارد و شرایط شغلی خودش را طبق امیال و اهداف خود تعریف کند. استاک در موقعیت فعلی خود کسب و کارهای جدیدی را در زمینه سلامت و بهداشت، نرم‌افزار و انرژی تحت حمایت GE ایجاد و راهنمایی می‌کند که در حال حاضر پنج مورد از آنها در حال فعالیت هستند.

استاک موفقیت خود را مرهون شناخت صحیح خود از نقاط قوتش و نترسیدن از روبه‌رو شدن و کمک گرفتن از افراد و سازمان‌هایی می‌داند که از صمیم قلب به آنها احترام می‌گذارد.

استاک توصیه می‌کند: «اگر شرکتی وجود دارد که چون آن را تحسین می‌کنید یا حوزه فعالیتش را دوست دارید، واقعا می‌خواهید با آن همکاری داشته باشید، با مدیران آن ملاقات کنید تا متوجه شوید که به چه طریقی می‌توانید به آنها کمک کنید. آیا شغلی وجود دارد که بتوانید آن را خلق کنید یا کاری مناسب شما در آن شرکت وجود دارد؟ فکر کنید که چه کاری را دوست دارید، انجام دهید و بعد محیط مناسب را برای پیاده کردن آن پیدا کنید.»

اگر فکر دفاع کردن از خود و تبلیغ برای توانایی‌های‌تان عصبی‌تان می‌کند، بهتر است اول با افرادی تمرین کنید که به آنها اعتماد دارید و می‌دانید که با واکنش‌هایی صادقانه به شما کمک خواهند کرد. همچنین زمانی که با مدیران شرکت صحبت می‌کنید، شفاف و موجز درباره توانایی‌های خود توضیح دهید.

استاک در توضیح می‌گوید که خودش این توانایی را در ۱۶ سالگی در نخستین روزهای کار نامه‌رسانی در بخش تجاری در شرکتی با محیط کاملاً مردانه به دست آورده است. او این مهارت را در خودش ایجاد و تقویت کرد تا در نهایت توانست آن را همزمان با اخذ مدرک دکترت‌را در ایمونولوژی به نحو موثری از پشت میز مدیریت خودش به کار بندد.

GE بزرگ‌ترین شرکتی است که استاک تاکنون با آن همکاری داشته است، هرچند عظمت این شرکت، به ویژه تعداد سهامداران آن در پروژه‌ها در ابتدا برای استاک مرعوب‌کننده بود، اما به او یاد داد که باید پشتکار داشته باشد و به خودش اعتماد کند.

سخن آخر استاک این است که : «زنان دوست دارند کارهایی را انجام دهند که باور دارند از عهده انجام آن برمی‌آیند، اما توصیه من به همجنسان خودم این است که کاری را شروع کنند که کاملاً برای‌شان آشنا نیست و مطمئن نیستند که بتوانند آن را انجام دهند، این تلاش کردن برای بهبود خود و روبه‌رو شدن با چالش‌های جدید کار را مفرح و لذت‌بخش می‌کند. مطمئن باشید که یاد می‌گیرید، می‌توانید خودتان را بهتر کنید و در نهایت متوجه توانایی‌های شگفت‌انگیز خود می‌شوید و می‌بینید که کارهای زیادی هست که به خوبی از عهده انجام آنها برمی‌آیید.»

منبع: entrepreneur

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| سه‌شنبه | ۶ شهریور ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۴۷ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

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

دفتر مرکزی: ۰۸۸۹۵۳۴۱ – ۰۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۰۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۰۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۰۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۰۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت



هوش هیجانی خود را با ۳ سوال بهبود دهید

برای رسیدن به این اهداف به چه تغییراتی نیاز دارید؟

پس از اینکه برخی از مهارت‌های هوش هیجانی را انتخاب کردید، باید اقدامات خاص و ضروری آن را شناسایی کنید. برای مثال اگر تصمیم گرفتید به یک شنونده بهتر تبدیل شوید، ممکن است زمانی که با مخاطب صحبت می‌کنید، کمی مکث کنید. پیش از پاسخ دادن به حرف او خوب گوش دهید. بررسی کنید که ایده او را متوجه شده‌اید. درواقع جریان را خاص نگه دارید. این روند به عادت هدف‌گذاری‌شده شما کمک می‌کند.

شما همچنین باید از هر فرصت طبیعی (هرچند کوچک) برای بهبود مهارت‌های خود استفاده کنید. طی این پروسه، مغز خود را تمرین می‌دهید که به موقعیت‌های مشابه سابق، واکنش‌های متفاوتی نشان دهد. طبق اصل نورویلاستی، هرچه یک مدار مغزی مفروض بیشتر مورد استفاده قرار بگیرد، اتصالات آن قوی‌تر می‌شوند. از آنجاکه در بحث تغییر عادات، مغز بین خانه و کار تفاوتی قائل نمی‌شود، در خانه نیز مانند محیط کار تمرین کنید. همان‌طور که با رئیس یا سرپرست بخش صحبت می‌کنید، با همسر، فرزند یا شریک خود نیز به تمرینات ادامه دهید.

پیگیری همه فرصت‌هایی که برای تغییر عادات می‌توان از آن‌ها استفاده کرد، به کمی آگاهی و توجه نیاز دارد. در ابتدا باید واقعا تلاش کنید (و ممکن است کمی عجیب هم به نظر برسد)، اما هر بار که این کار را انجام می‌دهید، اتصالات این مسیرهای جدید در مغز شما قوی‌تر می‌شود و رویکرد جدید شما را ساده‌تر می‌کند. خیلی زود به‌صورت طبیعی وقتی با کسی صحبت می‌کنید، دیگر حرف او را قطع نمی‌کنید تا واکنشی هیجانی نشان دهید. شما با تأمل و صبر سکوت می‌کنید و پس از خوب شنیدن، آگاهانه پاسخ می‌دهید. سرانجام یک روز به یک ویژگی برتر می‌رسید: عادت جدید به‌طور خودکار انجام می‌شود، بدون اینکه مجبور باشید تلاش کنید. درواقع عادت جدید، جایگزین عادت قدیمی و به پیش‌فرض مدار مغز شما تبدیل شده است.

در اینجا نیز حضور یک مربی، در طول مسیر به شما کمک می‌کند، مخصوصاً مربیانی که به‌طور تخصصی در زمینه هوش هیجانی تعلیم دیده‌اند. یک مربی حرفه‌ای به شناخت روایت‌های شخصی و الگوهای ذهنی که شما را از مسیر منحرف می‌کند، کمک می‌کند. همچنین در روزهای سختی که فشارهای زندگی شما را به عقب برمی‌گرداند، صحبت‌های مربی یاری‌گر خوبی خواهد بود.

با پاسخ دادن به این سوالات و تغییر واکنش‌های همیشگی، در راه شناخت و کنار زدن عادت‌هایی قدم برمی‌دارید که به شما خدمت مثبتی نمی‌کنند. سپس آن‌ها را به عادت‌های جدید و مفیدی تبدیل می‌کنید که تسریع‌کننده موفقیت و پیشرفتی جدید هستند.

منبع: HBR/zoomit

دیگران دید متفاوتی نسبت به شما دارند.

همان‌طور که اشاره شد، باید بدانیم که از یک منظر خارجی، اعمال شما، چگونه روی روابط و کار شما تأثیر می‌گذارد. به این‌منظور راه دیگری نیز وجود دارد و آن، کار کردن با یک مربی است. به کمک یک مربی می‌توانید لایه‌های بیرونی ذهن‌تان را کنار بزنید. سپس می‌بینید که مفروضات و روایات شخصی شما، چگونه علیه خودتان کار می‌کنند. برای پیدا کردن یک مربی خوب و واقعی، وقت بگذارید و تحقیق کنید. در این‌ زمینه خاص، تخصص مربی با مدرک و گواهینامه اثبات نمی‌شود. اگر نمی‌توانید مربی خوبی بیابید، باید یک شریک یادگیری پیدا کنید. مثلاً یک همکار مورد اعتماد که به نظرات او اعتماد دارید و درعین‌حال قادر است شما را از تعصبات و فرضیات همیشگی‌تان آگاه کند.

چه چیزی برای شما اهمیت دارد؟

هنگامی‌که از یک مربی یا هر فرد واجد صلاحیتی بازخورد گرفتید، متوجه می‌شوید که چه ویژگی‌ها، رفتارها و خصوصیاتش را باید بهبود دهید، اما درعین‌حال اهداف‌تان را فراموش نکنید: حوزه‌های عملکرد فعلی که می‌خواهید در آن‌ها پیشرفت کنید یا مقصدی که برای آینده خود در نظر گرفته‌اید. وقتی‌که در حال تقویت مهارت‌های هوش هیجانی هستید، اگر صرفاً روی کارهای توصیه‌شده از طرف رئیس، مدیر یا همکاران متمرکز شوید، فرصت و مزیت بزرگی را از دست می‌دهید. هوش هیجانی، بی‌نهایت روی ذهن شما تأثیر می‌گذارد و بهتر است آن را روی امور بسیار مهم مثل تغییر عادت‌های بلندمدت متمرکز کنید. چراکه یاد گرفتن مهارت‌هایی مثل بودجه‌بندی، بسیار ساده‌تر است.

به‌عبارت‌دیگر، باید حوزه‌هایی را برای کار کردن انتخاب کنید که فصل مشترک بازخوردهای دریافت شده و اهداف مهم شما هستند. از خودتان بپرسید: آیا می‌خواهید با بهره‌گیری از توانایی‌های خود، به جایگاهی مدیریت/ رهبری برسید؟ آیا می‌خواهید یک عضو مؤثرتر در تیم باشید؟ تأثیر مثبت بیشتری داشته باشید؟ خودتان را بهتر مدیریت کنید؟ با روی اهداف مهم متمرکز بمانید؟ لزوماً نباید اهداف حرفه‌ای را انتخاب کنید. آیا می‌خواهید با همسر یا فرزندان رابطه بهتری داشته باشید؟ اگر تأثیر عادت‌های فعلی EI خود را بر اهداف‌تان درک کنید، باالگیزه بیشتری به تقویت هوش هیجانی خود ادامه می‌دهید.

به‌عنوان مثال، شما بازخوردی دریافت می‌کنید مبنی بر اینکه شنونده خوبی نیستید. به‌جای اینکه این ایده را یک حمله در نظر بگیرید یا آن را به دست فراموشی بسپارید، یک‌قدم به عقب بردارید و اهداف‌تان را مرور کنید. شاید شما می‌خواهید روابط، درک و معاشرت‌های مؤثرتری داشته باشید. گوش دادن چگونه به شما کمک می‌کند این کارها را انجام دهید؟ اگر از این دریچه به بازخوردها نگاه کنید، آن‌ها را به‌جای تهدید، فرصتی برای حرکت به سمت اهداف می‌بینید.

هوش هیجانی با مطالعه تعاریف و درک مفاهیم تقویت نمی‌شود و مستلزم تمرین مرتب و بلندمدت و تغییر عادات قدیمی است. درحالی‌که این روزها مفهوم هوش هیجانی به یک موضوع جذاب جهانی تبدیل شده، ما شاهدیم که بسیاری از افراد حرفه‌ای در تلاش برای افزایش هوش هیجانی یا EI خود شکست می‌خورند. علت شکست افراد این است که یا نمی‌دانند باید تلاش‌های خود را روی چه چیزی متمرکز کنند، یا نمی‌دانند که چگونه از این مهارت‌ها در سطوح عملی استفاده کنند. روانشناسان دنیل گولمن و میشل نواوز، در تحقیقات خود متوجه شدند که بهترین راه برای توسعه هوش هیجانی، این است که ابتدا حوزه‌هایی از هوش هیجانی را که هم‌راستا با اهداف اصلی شما هستند شناسایی کنید. سپس عادت‌های جدید را در این حوزه‌ها پایه‌گذاری کنید، نه اینکه صرفاً به درک مفهومی آن‌ها تکیه کنید.

به‌این‌ترتیب، کار را با سه سوال از خودتان شروع کنید:

چه تفاوت‌هایی بین تصور شما از خودتان و نگاه دیگران به شما وجود دارد؟

مثل همه موارد دیگری که یاد می‌گیریم، اینجا هم اولین قدم این است که به یک واقعیت ابتدایی برسیم: خودشناسی شما (اینکه خودتان را چگونه می‌بینید) با شهرت شما (اینکه

دیگران چگونه شما را می‌بینند) تا چه حد متفاوت است.

این موضوع در زمینه هوش هیجانی، اهمیت فوق‌العاده زیادی دارد. چراکه ممکن است واقعا در مورد عناصر احساسی تعاملات‌مان اشتباه کنیم، به‌عنوان‌مثال بیشتر ما فکر می‌کنیم شنونده خوبی هستیم، درحالی‌که واقعا این‌طور نیست. اگر خودمان را با یک معیار خارجی مقایسه نکنیم، هرگز نمی‌فهمیم که اعمال ما چگونه عملکرد و کارایی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. با دریافت بازخورد از دیگران، شاهد و مدرک محکمی در دست داریم که چگونه باید رفتارمان را تغییر دهیم و در ضمن، انگیزه این کار را هم به دست می‌آوریم. علاوه بر این، هوش هیجانی برخلاف IQ، در یک نمره منفرد تعریف نمی‌شود. شما نمی‌توانید بگویید که هوش هیجانی خوب یا بدی دارید. هوش هیجانی چهار جنبه مختلف دارد و ممکن است ما در برخی از این زوایا بهتر از سایرین باشیم: خودآگاهی، مدیریت شخصی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط. بین این حوزه‌ها، ۱۲ مهارت اکتسابی و آموختنی وجود دارد.

بهترین راه برای شناخت فاصله میان «درک ما از خویشتن» و «شهرت ما»، دریافت بازخورد ۳۶۰درجه است که چندین جنبه از هوش هیجانی را نمایان می‌کند. صرف‌نظر از اینکه چه راه‌کاری را برای دریافت بازخورد انتخاب می‌کنید، باید بازخورد را روی «توسعه» متمرکز کنید نه ارزیابی عملکرد (بازخوردی‌که در حوزه ارزیابی عملکرد صورت می‌گیرد، ممکن است نتایج واقعی را منحرف کند). در این صورت دقیقاً و به‌طور مشروح متوجه می‌شوید که در چه حوزه‌هایی،