

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

افت قیمت دلار همچنان ادامه دارد

بانک‌ها هم وارد بازار شدند

فرصت امروز: کاهش قیمت دلار با وجود نوسانات زیاد کماکان ادامه دارد و در تازه‌ترین اتفاق، بانک‌ها نیز برای خرید ارز فروشندگان وارد بازار شده‌اند. همزمان با سقوط قیمت دلار، بانک مرکزی از تمام بانک‌های...

۴

«فرصت امروز» تحولات بازارها پس از سقوط قیمت دلار را بررسی می‌کند

روز خوش بازارها

با سقوط قیمت دلار و اثرات مستقیم آن بر بازارهای موازی در این روزها، می‌توان به اطمینان گفت که روز خوش بازارها فرا رسیده است، چنانچه روز سه‌شنبه قیمت‌ها در تمام بازارها همچون ارز، طلا، موبایل و خودرو با کاهش قابل توجهی همراه بود. از یک سو، بازار خودرو شاهد کاهش میانگین ۵۰ میلیون تومانی قیمت‌ها بود و از سوی دیگر، به گفته رئیس اتحادیه طلا و جواهر کاهش قیمت طلا و سکه نیز کماکان ادامه دارد. همچنین ترمز بورس نیز سرانجام کشیده شد و با کاهش قیمت دلار، معامله‌گران دیروز شاهد افت بیش از ۷۰۰۰ واحدی شاخص بورس بودند. در عین حال، کاهش شدیدی قیمت دلار موجب شد تا قیمت برخی محصولات وارداتی از جمله موبایل نیز ارزان شود و به گفته رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی و لوازم جانبی، قیمت موبایل به...

۳

تازه‌ترین گزارش موسسه «فریزر» درباره شاخص آزادی اقتصادی ۲۰۱۸ منتشر شد

صدرنشینان لیگ «آزادی اقتصادی»

۲

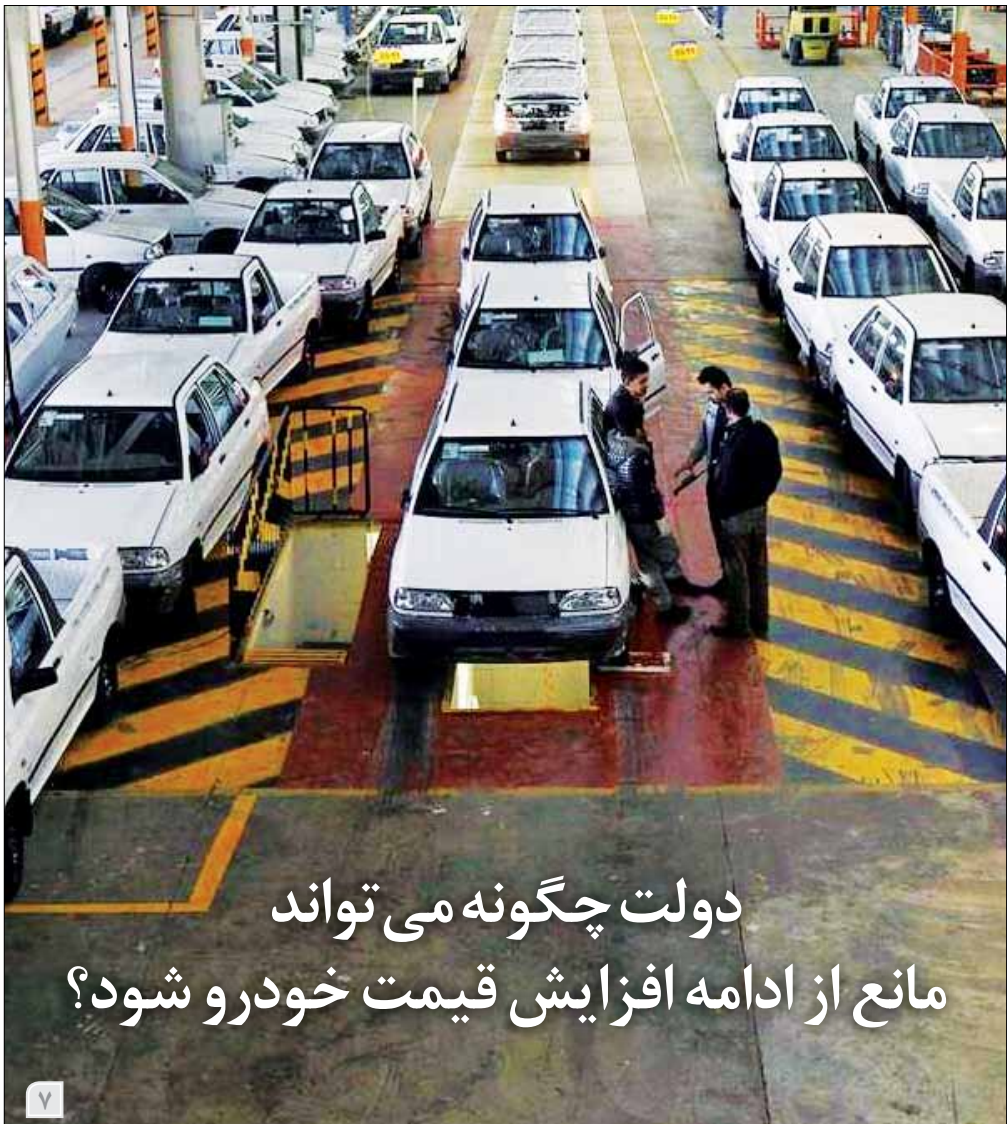
مدیریت و کسب‌وکار



فیس‌بوک مدیر جدید
اینستاگرام را معرفی کرد

- ۹ ویژگی مدیریتی از شخصیت‌های مشهور سینمایی
- القاب و عناوین رهبر نمی‌سازند
- قیمت اولیه محصول در فروشگاه شاید واقعی نباشد!
- ۹ استراتژی موثر بازاربایی شبکه‌های اجتماعی
- ۱۵ روش رایج تبلیغاتی در سراسر جهان
- سامسونگ صدای مادر را ماندگار می‌کند

۸ تا ۱۶

دولت چگونه می‌تواند
مانع از ادامه افزایش قیمت خودرو شود؟

۷

گزارش میدانی از آخرین وضعیت بازار ارز در سراسر کشور

فروشنده دلار هستید یا خریدار؟

که حتی خانه و ماشین‌شان را تبدیل به دلار کردند و حالا از ترس از دست رفتن بیشتر ارزش دارایی‌های‌شان در این سفته‌بازی دنبال مشتری برای دلارشان هستند. قیمت‌ها شکسته اما خریداری وجود ندارد. دلالتان بازار معتقدند روند کاهشی ادامه خواهد داشت مگر آنکه دوباره ورق برگردد و تقاضای آن از عرضه‌ش بیشتر شود و نوسان در بازار ارز ایجاد کند اما در این میان صرافان هم به بازار پرازدحام روبه‌روی صرافی‌های‌شان نگاه می‌کنند؛ بر روی صندلی‌های‌شان لم داده‌اند و میلی به خرید و فروش دلار ندارند و تنها در مقابل حواله‌های دریافتی مردم ارز تحویل می‌دهند.

زمزمه‌های ۱۱ هزار تومانی در کرج

به عنوان مثال مشاهدات میدانی خبرنگار ایسنا در البرز نشان می‌دهد که همزمان با روند کاهشی و سیر نزولی سریع قیمت ارز در کشور، قیمت دلار در کرج هم تحت تأثیر قرار گرفته و از روز گذشته با کاهش حدوداً ۶۰۰۰ تومانی همراه بوده است. بازار ارز کرج در حال تجربه نوسانات سریع و لحظه‌ای قیمت دلار است و به حدی که قیمت دلار ناگهان بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ تومان تغییر می‌کند.

طبق آخرین قیمتی که بر روی تابلوی صرافی‌های کرج نقش بست تا ساعت ۱۲:۴۰ روز سه‌شنبه ۱۰ مهر هر دلار آمریکا توسط صرافی‌ها ۱۲ هزار و ۴۰۰ خریداری و با قیمت ۱۲ هزار و ۹۹۰ به فروش می‌رسد. در بازار غیررسمی هم زمزمه‌هایی از خرید و فروش دلار در کانال ۱۱ هزار تومان وجود دارد.

تکاپو برای فروش دلار در شیراز

و یا در استان فارس و شیراز، افت شدید قیمت دلار، بسیاری از شهروندان شیرازی که طی هفته‌های گذشته و با هدف حفظ ارزش دارایی با کسب درآمد به خرید دلار مبادرت کرده بودند را به مرکز مبادله رسمی و غیررسمی ارز در این کلانشهر کشاند؛ فروشندگانی که تا ساعت‌های پایانی شب گذشته و به امید یافتن خریداری منصف به بازار آمده بودند تا دلارهای خانگی‌شان را بفروشند.

چهارراه زند در شیراز، روزهای هشتم و نهم مهر پرفت و آمدترین روزهای سال را تجربه کرد؛ بسیاری از خریداران دیروز دلار و سایر ارزهای رایج، راهی این مرکز شده بودند تا شاید جلوی زیان تصاعدی که دارایی‌شان را تهدید می‌کرد، سدی ایجاد کنند. اگرچه در میان این بازار، خریدارانی هم یافت می‌شد که دلارهای خانگی را از دست مشتریان نگران بستانند اما تعداد آنان از انگشتان یک دست هم تجاوز نمی‌کرد.

دلار در بازار اراک قیمت ندارد

اما در استان مرکزی و شهر اراک وضع کمی متفاوت‌تر است و با وجود سیر نزولی قیمت دلار از روز گذشته در کشور، صرافی‌ها در بازار اراک قیمتی برای دلار عنوان نمی‌کنند. در حالی‌که تا دیروز بازار خرید دلار در کشور داغ بود و افراد از هر دری ریال جور می‌کردند تا بتوانند دلار بخرند، اما دیشب ورق در اراک برگشته و خریداران دلار ظرف مدت کوتاهی به فروشنده تبدیل شدند و دست به

با وجود آنکه بسیاری از دلالتان بازار ارز و حتی گردانندگان صرافی‌ها، سقوط دلار به زیر ۹۰۰۰ تومان را پیش‌بینی می‌کنند اما کارشناسان بدون اشاره به کمیت ارزش ارز، تنها به تحلیل رخدادهای بازار در روزهای اخیر پرداختند. صاحب نظران اعتقاد دارند که عوامل متعددی در کاهش قابل پیش‌بینی نرخ دلار تأثیرگذار بوده است، اما نمی‌توان با قاطعیت درباره آینده این بازار نظر داد. به گزارش ایسنا، اظهارنظرهای کارشناسی بر این نکته تأکید دارد که اقدامات دستگاه قضایی در برخورد با سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی که در اعلام نرخ ارز و طلا فعال بوده‌اند، صدور احکام قضایی در مورد متهمان پرونده‌های اقتصادی، اقدامات دولت در افزایش اختیارات بانک مرکزی و رخدادهای بین‌المللی نظیر افزایش قیمت نفت و همراهی‌های اروپا و برخی کشورهای شرقی با ایران برای پشت سر گذاشتن دوران دشوار اقتصادی را در این سقوط دخیل دانسته‌اند.

اما آنچه شفاف و روشن است آن است که به گفته شقاقی، استاد اقتصاد دانشگاه خوارزمی، در شش ماه آینده الگوی مصرفی مردم تغییر خواهد کرد و همین باعث می‌شود که دلار خود به خود با قدرت خرید مردم هماهنگ شود و حبابی که در آن وجود دارد کم شود و این به معنای این است که اقتصاد ایران توان تحمل دلار بیش از ۸۰۰۰ تومان را ندارد و دولت هم در این وضعیت باید تمام تلاش خود را برای کنترل نقدینگی به خرج دهد چون اگر چنین اقدامی نکند سوداگری همچنان وجود خواهد داشت. او گفته دولت باید در این مدت نقدینگی‌ها را قفل کند و در کنار آن تمام تلاش خود را برای رونق بازار ثانویه به کار ببندد چون اگر این بازار ناکارآمد باشد واردکنندگان رسمی هم مجبور می‌شوند به سمت بازار آزاد روی بیاورند که این وضعیت خطرناکی است.

این استاد اقتصاد در توضیح اینکه گفته می‌شود دولت کسری بودجه و حتی بودجه خود را به وسیله بازی با نرخ ارز تأمین می‌کند، این موضوع را قبول ندارد و می‌گوید این بازی خطرناکی است و هیچ دولتی حاضر نیست چنین بازی خطرناکی را انجام دهد.

اما گزارش‌های میدانی خبرنگاران ایسنا در سراسر کشور و به خصوص در استان‌های فعال‌تر در خرید و فروش غیررسمی ارز نشان می‌دهد که تفاوت قیمتی دلار بین خرید و فروش زیاد شده و گاهی به ۶۰۰۰ تومان رسیده است و با وجودی که طی چند روز گذشته نرخ ارز از مرز ۱۹ هزار تومان نیز گذشته بود حالا از دیروز تاکنون نرخ ارز سقوط آزاد کرده و در برخی شهرهای ایران حتی به کمتر از ۱۰ هزار تومان رسیده است اما آنچه که مشخص است دلالتان و با فروشندگان ارز، قیمت‌های ثابتی را برای خرید و فروش اعلام نکرده‌اند و قیمت‌ها توافق تعیین شده است.

بازار خرید و فروش دلار در برخی استان‌ها همچون خوزستان، فارس، خراسان رضوی، اصفهان، مرکزی، مازندران و البرز شلوغ شده و بیشتر شهروندان در حال فروش دلارهای خانگی‌شان از ترس از دست دادن بیشتر ارزش دارایی‌های‌شان هستند و دلالتان نیز از خرید دلارها امتناع کرده و برای فروشندگان ناز می‌کنند. بیشتر فروشندگان دلار، مردم عادی هستند

- ۹ ویژگی مدیریتی از شخصیت‌های مشهور سینمایی
- القاب و عناوین رهبر نمی‌سازند
- قیمت اولیه محصول در فروشگاه شاید واقعی نباشد!
- ۹ استراتژی موثر بازاربایی شبکه‌های اجتماعی
- ۱۵ روش رایج تبلیغاتی در سراسر جهان
- سامسونگ صدای مادر را ماندگار می‌کند

۸ تا ۱۶

نگاه

آزادی اقتصادی به زبان ساده

 امیر حسین خالقی
 دکترای سیاست‌گذاری عمومی دانشگاه تهران

فون میزس، اقتصاددان نامدار مکتب اتریش می‌گفت آزادی اقتصادی به آن معناست که افراد بتوانند راهی را که می‌خواهند به جامعه ببیوندند انتخاب کنند؛ مراد مرد اتریشی این بود که روا نیست برای چیزی انتزاعی به نام منافع جمعی و اجتماعی، آزادی انتخاب را از آدم‌های واقعی با گوشت و پوست و استخوان گرفت. از نظر او و همفکرانش آزادی در انتخاب روش زندگی ارزشی اساسی به شمار می‌آید و دلیل پیشرفت تمدن بشری را هم باید در همین جست‌وجو کرد. انسان‌ها حق دارند چنان‌که می‌خواهند وقت، استعداد و توان خود را برای شکل دادن به زندگی‌شان به‌کار گیرند و به همین ترتیب حق هم ندارند به اجبار آنچه را دیگران برای ساختن زندگی خودشان نیاز دارند از آنها بگیرند. دشوار نیست دریابیم که مفاهیم حقوق مالکیت خصوصی، مبادله داوطلبانه، حکومت قانون و بازار آزاد هم در پیوند با آزادی اقتصادی طرح می‌شوند. انسان‌ها باید بتوانند آنچه را می‌خواهند و می‌توانند تولید و عرضه کنند و آن را آزادانه با دیگران مبادله کنند. همچنین بسیاری هم معتقدند که رسیدن به آزادی سیاسی بدون آزادی اقتصادی ممکن نیست و حتی اگر از نظر سیاسی هم در پی آزادی مدنی و اجتماعی باشیم، در واقع بدون آزاد گذاشتن مردم در معیشت‌شان (آزادی اقتصادی) آب در هاون کوبیده‌ایم.

اما آزادی اقتصادی را باید از جنبه دیگری هم مورد توجه قرار داد؛ برخلاف دیدگاه رایج، پیش‌فرض دیدگاه آزاد گذاشتن انسان‌ها این نیست که با انسان‌هایی صد درصد عاقل روبه‌روایم؛ درست برعکس به‌دلیل نادانی و ناتوانی ذاتی انسان‌هاست که نباید اختیار بعضی از آنها را به دست بعضی دیگر سپرد و کسانی را محکوم به پیروی از برخی دیگر کرد. از این رو است که هواداران آزادی اقتصاد به حضور و مداخله دولت در اقتصاد نقدهای جدی دارند؛ زیرا بر این باورند که کارگزاران دولت هم انسان‌هایی معمولی هستند با تمام کاستی‌ها و ناتوانی‌های دیگر انسان‌ها؛ سپردن سرنوشت اقتصادی دیگر افراد به آنها درست نیست. این را هم نباید از یاد برد که دولتی‌ها به اندازه خود افراد انگیزه و دانش برای بهبود وضعیت آنها ندارند.

آزادی اقتصادی به معنای هرج و مرج و نبود قانون هم نیست، از قضا نیازمند یک ساختار حقوقی و قانونی استوار است که آزادی افراد به رسمیت شناخته و حمایت شود. فون هایک، متفکر بزرگ دیگر مکتب اتریش، هم اشاره می‌کند که آزادی در درجه اول «آزادی از اجبار دیگران» است، در این معنا افراد پیش و بیش از آنکه دست‌شان باز باشد تا آنچه را می‌خواهند انجام دهند، نیاز دارند تا از شر آزار دیگران در امان بمانند و کسی نتواند اختیار آنها را در تعیین سرنوشت‌شان محدود کند. این یعنی نیاز به قانون‌های بی‌طرفانه‌ای است که برای همه یکسان اجرا شود. آزادی بدون «قانون» شوخی بزرگی است. قوانین راهنمایی و رانندگی در بزرگراه را در نظر بگیریم، به رانندگان نمی‌گویند کجا بروند و دقیقا چه کنند، ولی رفتارها را پیش‌بینی‌پذیر می‌کنند. بیش از آنکه هدف‌شان محدود کردن افراد باشد، دنبال فراهم کردن بیشترین قلمرو عمل با حفظ ایمنی خود فرد و دیگرانند.

آنها را شاخصی به سلیقه خود تعیین نکرده‌اند و البته سودمندی آنها برای خود افراد هم روشن است و از این‌رو پذیرفتنی‌اند. اگر بخشی از افراد هم قانون‌ها را رعایت نکنند، سودمندی آنها برای دیگران هم کاهش می‌یابد، از این رو باید آنها را به‌طور یکسان برای همه به‌کار گرفت. برابری واقعی، برابری در مقابل قانون است. البته برابری مقابل قانون به معنای نتایج برابر نیست، ولی ضمانت می‌کند که منافع یک گروه بر دیگران برتری داده نشده است و قاعده بازی برای افراد فارغ از جایگاه اجتماعی و جنسیت و نژاد و... یکی است. وقتی از آزادی اقتصادی صحبت می‌کنیم، پیش‌نیاز آن وجود قانون‌های خوب است، این به معنای افزودن بر انبوه تبصره‌ها و مقررات نیست، بلکه برعکس کاستن آنها به حداقل ممکن و تلاش برای حفظ آزادی عمل افراد است. دولت خوب، دولتی نیست که «سیاست‌گذاری اقتصادی» موثر تدوین می‌کند، بلکه دولتی است که موانع را از جلوی پای اهالی اقتصاد بر می‌دارد و آنها را آزاد می‌گذارد تا خود کارشان را تدبیر کنند. دولت خوب «بر قانون» نیست، دولتی است که همان حداقل قانون‌های لازم را به خوبی اجرا می‌کند و افراد را «آزاد» می‌گذارد.

در دنیا رتبه‌بندی‌ها و شاخص‌هایی هم برای اندازه‌گیری آزادی اقتصادی تعریف شده است؛ دو تا از معتبرترین آنها را هر ساله موسسه فریز و بنیاد هریتیج منتشر می‌کنند که مولفه‌ها و ابعاد کم و بیش مشابهی را هم می‌سنجند. اگر کشورها را براساس آزادی اقتصادی به چهار دسته «آزاد»، «کم و بیش آزاد»، «کم و بیش بسته» و «بسته» تقسیم کنیم، درآمد سرانه کشورهای گروه نخست (آزاد) تا ۷ برابر گروه چهارم (بسته) است.

این البته به هیچ رو غریب نیست، بالا بودن کارایی اقتصادهای آزاد نسبت به انواع برنامه‌ریزی شده و دستوری بارها و بارها به اثبات رسیده است. با پیچیده‌تر شدن مناسبات اقتصادی و افزایش جمعیت، آزادت‌ر شدن اقتصاد دیگر یک انتخاب نیست، الزام حیات است که باید به آن تن داد و الا همانطور که دیدیم حتی کشور ثروتمندی مانند ونزوئلا هم با خطر قطعی روبه‌رو خواهد شد. زیرشاخص‌ها/مولفه‌های شاخص آزادی اقتصادی (فریز) نیز همسو با همین دیدگاه انتخاب شده‌اند، برای سنجش این شاخص ۵ مولفه/زیرشاخص به‌کار گرفته شده‌اند: اندازه حکومت، کارآمدی سیستم قانونی و حقوق مالکیت، سیاست‌های مناسب پولی، آزادی تجارت بین‌الملل، مقررات (مقررات بازارهای اعتباری، بازار کار و کسب و کار).

به بیانی دیگر، اگر حکومت کشوری بزرگ نباشد و در اقتصاد مداخله نکند، سیستم قانونی و حقوق مالکیت مناسبی را نهادینه کرده باشد، دستش در عرضه پول و دستکاری بازار پول باز نباشد؛ تجارت بین‌المللی را با موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای محدود نکند و بازارهای گوناگون در آن نظم مناسبی داشته باشند، می‌توان گفت که با یک اقتصاد آزاد روبه‌رو هستیم.



خارجی، نرخ تورم فعلی و تغییر تورم در پنج سال اخیر)
* آزادی تجارت خارجی (مالیات و تعرفه‌های گمرکی، موانع تجاری قانونی، تفاوت نرخ ارز رسمی و بازار سیاه، کنترل بازار سرمایه و حجم بخش تجارت)
* قوانین مالی، بازار کار و تجارت (میزان مشارکت بانک‌های خصوصی و خارجی، محدودیت نرخ سود بانکی، سهم سپرده‌ها در بانک‌های خصوصی، محدودیت در قوانین دستمزد و اخراج نیرو و سهم اشتغال‌زایی دولت)

همانند سال‌های گذشته، هنگ کنگ و سنگاپور رتبه‌های اول و دوم را از آن خود کرده‌اند. نیوزیلند، سوئیس، ایرلند، آمریکا، گرجستان، موریشس، انگلیس، استرالیا و کانادا در رده‌های سوم تا دهم جای گرفته‌اند. شاخص اقتصادی عددی از ۱ تا ۱۰ بوده و هنگ کنگ با عدد ۸.۹۷، بیشترین نمره را کسب کرده است. همچنین ونزوئلا با نمره ۲.۸۸، بسته‌ترین اقتصاد جهان است و پس از این کشور، لیبی، آرژانتین، الجزایر، سوریه، کنگو، آفریقای مرکزی، انگولا، گینه بیسائو و سودان در جمع ۱۰ کشور با بسته‌ترین نظام‌های اقتصادی قرار دارند.

جایگاه ایران در لیگ آزادی اقتصادی

ایران در رده‌بندی «موسسه فریزر» با ۶.۰۳ امتیاز، بالاتر از کشورهایی چون اوکراین، برزیل و مصر و پایین‌تر از کشورهایی چون ویتنام و یونان و چین در رده ۱۳۰ جهان قرار گرفته است. در این رتبه‌بندی، آلمان در رده بیستم، اتریش بیست و هفتم، کره جنوبی سی و پنجم، ژاپن چهل و یکم، فرانسه پنجاه و هفتم و ترکیه هشتاد و ششم برآورد شده است. متوسط درآمد سرانه کشورهای بالای جدول ۴۰ هزار و ۳۷۶ دلار در سال و برای کشورهای فقیر ۱۰ هزار و ۶۶۰ دلار در سال است. همچنین متوسط امید به زندگی کشورهای برتر ۷۹.۵ سال و برای کشورهای انتهای جدول ۶۴.۴ سال است.

و می‌توان آن را فرآیند کاهش نظارت مستقیم بر اقتصاد دانست. این مفهوم آنقدر مهم و کلیدی است که چندین دهه است تحت عنوان شاخصی به همین نام و به منظور اندازه‌گیری آزادی اقتصادی در کشورهای مختلف جهان از سوی موسسات علمی بررسی و سنجیده می‌شود. در این بین، دو شاخص آزادی اقتصادی جهان (EFW) و شاخص آزادی اقتصادی (IEF) مهم‌ترین معیارهای سنجش این مفهوم است؛ شاخص اول از سوی «موسسه فریزر» و شاخص دوم توسط «بنیاد هریتیج» هرساله سنجیده و منتشر می‌شود، اما به نظر می‌رسد در سنجش «آزادی اقتصادی» رتبه‌بندی «مؤسسه فریزر» معتبرتر و مستندتر باشد که سال گذشته مدیرانش به ایران نیز آمدند و در نشست هم‌اندیشی اتاق بازرگانی تهران شرکت کردند. در همین حال، تازه‌ترین گزارش «موسسه فریزر» درباره شاخص «آزادی اقتصادی» در سال ۲۰۱۸ منتشر شد و وضعیت آزادی اقتصادی ۱۶۲ کشور جهان بررسی و اعلام شد. در این رتبه‌بندی، هنگ‌کنگ به عنوان آزادترین اقتصاد دنیا در رتبه نخست قرار گرفته و ایران نیز در رتبه ۱۳۰ ایستاده است.

آزادترین اقتصادهای جهان

در تازه‌ترین گزارش «موسسه فریزر» اطلاعات اقتصادی در فاصله زمانی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۶ مورد مطالعه قرار گرفته و ۳ کشور عراق، بلاروس و سودان نیز برای نخستین بار در این رده‌بندی لحاظ شده‌اند. این شاخص بر اساس ۵ زیرمجموعه تعریف شده است:

* حجم و اندازه دولت (مصرف دولت به عنوان درصد GDB، حجم یارانه‌ها، سرمایه‌گذاری دولت و نرخ‌های مالیات بر درآمد و حقوق)
* ساختار قانونی امنیت حقوق مالکیت (استقلال از دستگاه قضایی، حمایت از مالکیت معنوی، دخالت نظامی و یکپارچگی دستگاه قضایی)
* دسترسی به نقدینگی سالم (رشد نقدینگی، آزادی مالکیت ارزهای

 ایمان‌ولی‌پور
 ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

«جامعه باز و دشمنان آن» نام کتابی از کارل پوپر فیلسوف اتریشی، انگلیسی است که در سیری تاریخی به بررسی ویژگی‌های جامعه باز در اندیشه فلسفی می‌پردازد. پوپر در اثر سترگش افلاطون، هگل و مارکس را به عنوان دشمنان جامعه باز معرفی می‌کند و اندیشه آنها را به نقد می‌کشد. اما می‌توان استعاره پوپر درباره «جامعه باز و دشمنان آن» را به حیطه اقتصاد تعمیم داد و از «اقتصاد باز و دشمنان آن» نیز سخن گفت. بیشتر از یک قرن است که علم اقتصاد درگیر مناظرهای فکری است که در یک سوی آن، فیلسوفان و اقتصاددانان بازار آزاد ایستاده‌اند و از اقتصاد مبتنی بر مالکیت خصوصی دفاع می‌کنند؛ همان چیزی که «آزادی اقتصادی» نامیده می‌شود و چندین دهه است که تحت عنوان شاخصی علمی از سوی موسسات بین‌المللی سنجیده می‌شود و کشورهای جهان را نسبت به درجه آزادی اقتصادی رتبه‌بندی می‌کند؛ مفهومی که به تعبیر فون میزس، اقتصاددان اتریشی به این معنی است که افراد بتوانند راهی را که می‌خواهند به جامعه ببیوندند انتخاب کنند. در سئوی دیگر این مجادله فکری، اما فیلسوفان و اقتصاددانانی ایستاده‌اند که منتقد «آزادی اقتصادی» هستند و بر نقش پررنگ دولت در اقتصاد تاکید می‌کنند؛ فیلسوفانی همچون ژان ژاک روسو، کارل مارکس و جوامعی که می‌توان آنها را بنا به استعاره پوپر، جوامع بسته نامید و اقتصاددانان معتقد به بازار آزاد را دشمنان آن توصیف کرد.

اقتصاد باز و دشمنان آن

در یک کلام، آزادی اقتصادی مفهومی است که به محدودیت‌های دولتی کمتر برای مشارکت نهاده‌ها و بنگاه‌های خصوصی گفته می‌شود

مروری بر شاخص‌های سنجش آزادی اقتصادی

آزادی اقتصادی، از تئوری تا واقعیت

مناسب‌تر است. اما از آنجا که این شاخص در سال ۱۹۹۵ ایجاد شده و اطلاعات آن برای سال‌های پیش از این تاریخ در دسترس نیست، در انجام پژوهش‌های مقایسه‌ای-تاریخی کاربرد کمتری دارد. طبق گفته‌های سازندگان این دو شاخص، رده‌بندی‌های ارائه‌شده همبستگی زیادی با میانگین درآمد بالاتر در کشورهای مختلف دارد و وزن این مورد در نتیجه کلی رتبه‌بندی حدود ۱۰درصد است. معیارهای اصلی هر دو شاخص عبارتند از: آزادی در مبادلات تجاری، اندازه و نقش دولت در اقتصاد، سیاست‌های پولی و مالی کشورها و قوانین مربوط به حقوق مالکیت. همچنین امید به زندگی، سطح سواد، مرگ و میر نوزادان، دسترسی به منابع آب و فساد در جامعه، دیگر معیارهای هستند که برای ارائه رده‌بندی در نظر گرفته می‌شوند. براساس بررسی‌های انجام‌شده، آزادی اقتصادی بیشتر، با شادی و نشاط مردم یک کشور به شدت همبستگی دارد. این مورد را هر دو شاخص موسسه هریتیج و فریزر تایید می‌کنند، اما این دو معیار تفاوت‌هایی هم با یکدیگر دارند. برای مثال، شاخص موسسه فریزر نشان می‌دهد کشورهای که آزادی اقتصادی بالاتری دارند، به طرز معناداری کمتر در جنگ شرکت داشته‌اند. دموکراسی در یک کشور تاثیر چندانی بر این شاخص نشان نمی‌دهد. درصورتی که شاخص بنیاد هریتیج چنین چیزی را مدنظر قرار می‌دهد. البته تاثیر جنگ را لحاظ می‌کند. جالب است که با نگاهی به سه کشور صدرنشین رده‌بندی بنیاد هریتیج متوجه می‌شویم درگیر بودن در جنگ‌های جهانی به شدت در آزادی اقتصادی تاثیر داشته است. به عبارت دیگر هنگ‌کنگ، سنگاپور و استرالیا در طول دهه‌های اخیر تقریبا هیچ جنگی را تجربه نکرده‌اند. همان‌طور که اشاره شد، بنیاد هریتیج ابعاد بیشتری از فعالیت‌های بخش خصوصی

را در سنجش آزادی اقتصادی در نظر می‌گیرد که همین امر سبب شده تا با استفاده از این شاخص، آزادی اقتصادی در پژوهش‌ها حدود ۲/۲درصد افزایش یابد. به همین دلیل اعضای بانک جهانی هم برای محاسبه تغییرات سرمایه‌گذاری در کشورهای مختلف از شاخص آزادی اقتصادی بنیاد هریتیج استفاده می‌کنند.

شاخص «آزادی اقتصادی» در بوته نقد

به‌رغم مزایای معرفی شاخص برای محاسبه آزادی اقتصادی، این امر کاستی‌هایی نیز دارد. لاسن، که خود از ایجادکنندگان شاخص موسسه فریزر بوده است، اذعان می‌کند: «بدون شک تمامی تلاش ما معرفی شاخصی به منظور محاسبه هرچه دقیق‌تر آزادی اقتصادی است، اما این کار از جهاتی مشابه اقتصاددانانی است که به دنبال روش بهینه برای محاسبه تولید ناخالص داخلی کشورها هستند، چون هرچه تلاش کنید باز هم فعالیت‌های اقتصادی وجود دارند که قابل کمی‌سازی و سنجش نیستند. چنین مشکلی در مورد آزادی اقتصادی نیز صدق می‌کند.» علاوه بر این، انتقاداتی هم به نحوه محاسبه این شاخص‌ها وارد شده است، از جمله اینکه نتایج حاصل از این شاخص‌ها، به دلیل فروزی است که در ساختار آنها نهفته و ممکن است کاملاً با واقعیت تطابق نداشته باشد. رابطه میان استانداردهای زندگی و آزادی اقتصادی مثالی برای این مورد است. این در حالی است که در کشورهای توسعه‌یافته، که آمارها چندان شفاف نیستند، بخش زیادی از اقتصاد به صورت غیررسمی فعالیت می‌کنند. بنابراین محاسبه آزادی اقتصادی با این روش‌ها که مستلزم آمارهای واقعی است، چندان دقیق و کارآمد به نظر نمی‌رسد. برخی بر این باورند که باید متغیرهای اجتماعی بیشتری را متناسب با شرایط هر کشور در تحلیل وارد کرد تا نتیجه کار با واقعیت مطابق باشد.

یادداشت

ضرورت امروز
مجازات بی‌پروای مفسدین اقتصادی

یلدا راهدار

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی

امروز شرایط ایران وضعیت مناسبی ندارد و تقریباً در همه حوزه‌ها اعم از اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و زیست محیطی و ... دچار بحران هستیم. از بحران ارزی و بانکی گرفته تا تحریم‌های بین‌المللی، همه و همه دست به دست هم داده تا وضعیت نابسامان فعلی را رقم بزنند. هرچند ایران در عرصه بین‌المللی و سیاست‌های اقتصادی شرایط مطلوبی ندارد اما می‌توان گفت عمده این مشکلات از شرایط داخلی کشور ناشی می‌گردد. در کنار همه مسائل که خود به تنهایی معضلی مهم است، رانت و عدم شفافیت و عدم پاسخگویی مسئولین اوضاع را وخیم‌تر کرده است. همه عوامل مذکور باعث شده که جو نااطمینانی و بی‌ثباتی جامعه در بین مردم حاکم شود و خود مردم نیز بحران را جدی‌تر نمایند.

سیاست ارزی دولت بارزترین نمونه بی‌تدبیری تیم اقتصادی دولت است. هرچند بحران ارزی فعلی ریشه در سیاست‌های غلط دولت‌های گذشته نیز دارد اما کلید رفع بحران تا حدود زیادی به دست مسئولین بوده است. سیاست پایین نگه داشتن دستوری نرخ ارز و عدم اجازه رشد آن همگام با تورم نه تنها صادرات را در برابر واردات ضعیف کرده و تولید را به مخاطره انداخته، بلکه باعث بروز بحران ارزی نیز شده است. دولت پس از بروز این بحران به جای تصمیم صحیح از ابتدا با در پیش گرفتن سیاست نرخ ارز ثابت و پس از آن با بخشنامه‌های پی در پی و اغلب غیرکارشناسی هم فعالان اقتصادی را دچار سر در گمی کرد و هم به نابسامانی وضعیت بازار ارز دامن زد. در حالی که اگر در این تصمیم‌گیری‌های عجولانه و صدور بخشنامه‌های پشت سر هم با متخصصین و فعالان اقتصادی مشورت کرده بودند شاید امروز کشور در این بحران گرفتار نشده بود.

یکی از دستاوردهای دولت یازدهم کنترل تورم بود که متأسفانه اکنون با گذشت تنها یک سال از دولت دوازدهم این دستاورد از بین رفته است. هرچند برخی به این نحوه دستیابی به این سیاست انتقاد داشته و ایراداتی وارد کرده‌اند اما به هر حال در حال حاضر تورم بار دیگر دو رقمی شده است. در حال حاضر نرخ تورم شهریورماه ۱۳۹۷ نسبت به نرخ تورم همین ماه در سال ۱۳۹۶، ۲۵۷ درصد رشد داشته است. همچنین نرخ تورم ۱۲ ماهه منتهی به شهریورماه ۱۳۹۷ به ۱۱۳ درصد رسیده که نسبت به همین مدت در ماه قبل (۹۷ درصد)، ۱۶ واحد افزایش یافته است. این افزایش مداوم سطح عمومی قیمت‌ها ریشه‌های مختلف از جمله افزایش نرخ ارز و تلاطم بازار ارز، تحریم‌های بین‌المللی و شکل‌گیری انتظارات تورمی، احتسکار، واردات رانتی، نقدینگی و تنگناهای بانکی و ... است که برای حل رشد فزاینده تورم لازم است به همه ابعاد آن هم‌زمان و به طور کلان نگریسته شود.

دولت یازدهم شعار خصوصی‌سازی و کوچک‌سازی دولت را در پیش گرفت، اما پس از روی کار آمدن در این راستا اقدام مهمی انجام نداد. علاوه بر این در واگذاری‌ها نیز شفافیت وجود نداشت و بسیاری از آنها در واقع واگذاری خصوصی بوده است. اگرچه اقتصاد بیمار کشور شرایط لازم برای جراحی اقتصادی و آزادسازی قیمت‌ها و حذف سیاست‌های حمایتی پراختی پارانها را نداشته و برخی که از اقتصاد رانتی بهره می‌برند در برابر این مسئله مانع‌تراشی می‌کنند، اما باید گفت سیاست‌های اقتصادی در مجموع باعث توزیع رانت و افزایش قاچاق شده است و حتی سیاست‌های حمایتی دولت نیز با این روش به نتیجه مورد نظر نرسیده است.



متأسفانه همه مشکلات فوق در کنار انحصار رسانه‌ها باعث شده که مردم نتوانند از مجرای درست مطالبات بر حق خود را به گوش مسئولین برسانند. رسانه‌ها رسالت اصلی خود را که همانا روشنگری و پرسشگری است از یاد برده‌اند. این درحالی است که رسانه‌ها موظفند وعده‌ها و شعارهای مسئولین را پیگیری کرده و به صورت کارشناسانه و کاملاً بی‌طرف عملکرد آنها را ارزیابی کنند و در مواقع ضعف عملکرد به دنبال پاسخ صریح و روشن باشند. با توجه به برخی معضلات گفته شده که هر کدام به تنهایی می‌تواند کشور را سال‌ها به عقب براند، باید گفت که همه مسئولین و نه تنها قوه مجریه و نه تنها مسئولین فعلی، نمی‌توانند اشتباهاتی را که سال‌هاست مرتکب شده‌اند، منکر شوند و پاسخ قانع‌کننده‌ای برای معضلات به وجود آمده بدهند. بهترین پاسخ، پذیرفتن اشتباهات رخ داده و عزم جزم برای جبران مافات است.

مسئولین در هر یک از قوا و سایر نهادها بایستی مسائل و مشکلات مبتلا به کشور را شناخته و شرایط را واقع‌بینانه برای مردم تشریح کنند. چنانچه مردم شاهد عملکرد شفاف از سوی مسئولین باشند اعتماد به جامعه باز می‌گردد و مردم نیز با حکومت همراه می‌شوند. تنها راه نجات کشور از این شرایط بحرانی صداقت و شفافیت مسئولین با مردم و مبارزه و مجازات بی‌پروای مفسدین اقتصادی است.

از سوی دیگر مسئولین بایستی در جهت بهبود اوضاع در همه زمینه‌ها اقدامات گام به گام انجام دهند، به طوری که نتیجه آن برای مردم ملموس بوده و در واقع گامی در جهت هموار کردن معضلات جامعه باشد.

بورس معکوس کشید

اما در شرایطی که قیمت‌ها در بازارهای ارز، طلا و خودرو نزولی بود قیمت‌ها در بازار سهام نیز کاهش یافت. کاهش یکباره قیمت سهامها در بورس تهران و افت بیش از ۷۰۰ واحدی شاخص، همزمان با کاهش قیمت دلار در بازار، می‌تواند محکم‌ترین دلیل باشد که نشان دهد ادعای کسانی که اعلام می‌کردند رشد قیمت سهامها و رونق بورس در هفته‌ها و ماه‌های گذشته دلایل مدیریتی داشت، اشتباه بود. در ماه‌های گذشته با افزایش قیمت دلار بورس تهران نیز شاهد افزایش قیمت سهامها بود، به طوری که هر روز به طور متوسط شاخص کل ۴۰۰ واحد رشد می‌کرد و رکورد جدیدی را به ثبت می‌رساند. این موضوع سبب شده بود در بسیاری از گروه‌های بورسی مخصوصاً در شرکت‌هایی که صادراتمحور هستند در روزهای متمادی صف‌های خرید ایجاد شود و فزونی تقاضا بر عرضه، قیمت‌ها را افزایش دهد.

اما با کاهش نرخ دلار، روز سه‌شنبه از ابتدای باز شدن معاملات بورس، قیمت‌ها لحظه به لحظه کاهش یافت و در بسیاری از سهامها صف‌های فروش پایدار به وجود آمد. از ابتدای باز شدن معاملات با روند کاهشی قیمت ارزهای خارجی از جمله یورو و دلار، شاخص کل با شتاب فزاینده‌ای رو به کاهش گذاشت، به طوری که تا پایان ساعت معاملاتی این کاهش ادامه داشت و در نهایت با ۷۲۲۰ واحد کاهش به رقم ۱۸۸ هزار و ۲۵۹ واحدی رسید.

کاهش یکباره قیمت سهامها در بورس تهران و افت بیش از ۵۰۰ واحدی شاخص، همزمان با کاهش قیمت دلار در بازار آزاد، تنها یک ساعت پس از باز شدن معاملات و ادامه سقوط آن تا کانال ۱۸۸ هزار واحدی تا پایان ساعت داد و ستدها، می‌تواند محکم‌ترین دلیل برای نشان دادن ادعای کسانی باشند که اعلام می‌کردند رشد قیمت سهامها و رونق بورس در هفته‌ها و ماه‌های گذشته دلایل مدیریتی داشت، چرا که امروز با اولین تلنگر در حوزه ارز و کاهش قیمت دلار، صف‌های فروش میلیونی تقریباً در تمام گروه‌ها و مخصوصاً گروه‌های صادراتمحور و ارزآور ایجاد شد.

موبایل ۲۰ درصد ارزان شد

کاهش شدید قیمت دلار در بازار همچنین باعث شده است که قیمت برخی محصولات وارداتی از جمله موبایل ارزان شود و رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی و لوازم جانبی گفته است که قیمت موبایل به موازات کاهش دلار ۲۰ درصد ارزان شده است. بعد از اوج‌گیری قیمت دلار و ایجاد التهاب قیمتی در بازار محصولات وارداتی، از روز دوشنبه که استارت کاهش قیمت‌ها زده شد و اکثر مردم دلار به دست، متقاضی فروش شدند، قیمت موبایل نیز روند کاهشی پیدا کرد. در همین زمینه، مهدی مجبی رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی و لوازم جانبی با اشاره به فروشنده شدن افرادی که اقدام به خرید دلار در قیمت‌های بالا کرده بودند، به تسنیم گفت: از امروز که بازار فروش دلارهای مردمی داغ شده، نگاهی به لیست قیمت گوشی‌های تلفن همراه نیز نشان می‌دهد که قیمت محصولات این بازار روند نزولی گرفته است.

او با تأکید بر اینکه کاهش قیمت نرخ دلار هم‌زمان با بالا رفتن فروش دلارهای خانگی می‌تواند اتفاق خوبی برای فروش تجهیزات وارداتی با نرخ مناسب باشد، گفت: با توجه به کاهش ۱۰ تا ۲۰ درصدی نرخ تابلوی صرافی‌ها، قیمت موبایل نیز به همین اندازه با توجه به لیست قیمت‌هایی که چک کرده‌ام، کاهش داشته است.

مجبی درباره اینکه واقعاً تأثیر این کاهش نرخ به صورت آتی بر بازار موبایل بوده است؟ گفت: ۱۰۰ درصد هم‌زمان با کاهش نرخ، تأثیرات آن به صورت لحظه‌ای بر بازار اعمال می‌شود زیرا اکثر کالاهایی که اکنون در بازار موجود است، گوشی‌های مسافری است. تازه این میزان کاهش قیمت با تداوم روند کاهشی، ادامه‌دار خواهد بود و قیمت گوشی‌های تلفن همراه در بازار به نرخ واقعی نزدیک‌تر خواهد شد.

این وضعیت در حالی است که به گفته فعالان بازار خودرو در حال حاضر همه در این بازار فروشنده شده‌اند و هیچ خریداری در بازار وجود ندارد. در این شرایط رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودروی تهران پیش‌بینی می‌کند که در روزهای آتی نیز روند کاهش قیمت‌ها در بازار خودرو ادامه خواهد یافت.

قیمت سکه هم کاهش یافت

همچنین رئیس اتحادیه طلا و جواهر اعلام کرد که روند قیمت طلا و سکه در روز دوشنبه کاهشی بوده و پیش‌بینی می‌شود که این روند ادامه داشته باشد، چراکه آخرین قیمت ثبت شده برای هر قطعه سکه تمام طرح جدید ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بوده است. برخلاف هفته گذشته، این هفته روند کاهشی قیمت طلا و ارز در بازار حاکم شد، به گونه‌ای که به گفته ابراهیم محمد ولی، هر قطعه سکه تمام طرح جدید ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و هر قطعه سکه تمام طرح قدیم ۴ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان معامله شد.

به گفته او، روز دوشنبه در بازار نیم سکه تا ۲ میلیون و ۲۹۰ هزار تومان کاهش یافت و ربع سکه یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان فروخته شد. همچنین نرخ ۶۸۰ هزار تومان برای سکه گرمی به ثبت رسید. محمد ولی ادامه داد: بازار طلا نیز در همین وضعیت قرار داشت، چرا که هر مثقال طلای ۱۷ عیار به یک میلیون و ۸۴۴ هزار تومان و هر مثقال طلای ۱۸ عیار نیز به یک میلیون و ۹۶۱ هزار تومان رسید و هر گرم طلای ۱۸ عیار هم ۴۲۵ هزار تومان معامله شد که بیش از ۵۰ هزار تومان افت قیمت را در یک روز تجربه کرده است.

در پی کاهش قیمت دلار و رسیدن نرخ خرید آن به حدود ۱۰ هزار تومان در بازار یحیی آل اسحاق، رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق درباره وضعیت بازار ارز اظهار کرد: قطعاً قیمت واقعی دلار آن نرخ‌های کذایی هفته گذشته که تا بیش از ۱۹ هزار تومان رفته بود، نیست و به دلیل عوامل متعددی مانند عوامل بین‌المللی، جو روانی و ... این شوک در بازار ارز به وجود آمد که می‌توان گفت همه عوامل آن غیراقتصادی بود.

وی افزود: دولت باید به گونه‌ای بازار ارز را مدیریت کند که نرخ دلار به کمتر از ۱۰ هزار تومان یعنی حدود ۷۰۰۰ تومان برسد و پس از آن کنترل‌ها و نظارت‌های خود را بر این بازار به گونه‌ای اعمال کند که قیمت‌ها تثبیت شود. رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق ادامه داد: انتظارات بازرگان متعدد در داخل و مسائل بین‌المللی باعث شد قیمت دلار کاهش پیدا کند و از سوی دیگر نیز عواملی مانند خرابکاری عده‌ای که در گذشته از کشورهای همسایه برای بر هم ریختن بازار ارز، پول می‌گرفتند، سبب گرانی و التهاب در بازار ارز شدند، اما به نظر می‌رسد این روزها ورق برگشته و بازار به سمت آرامش حرکت می‌کند.

آل اسحاق با اشاره به اینکه دولت و رسانه‌ها باید به گونه‌ای فضا را مدیریت کنند که قیمت دلار به آنچه از نظر علمی مدنظر بانک مرکزی و دولتمردان است برسد، گفت: پس از آن باید به سمت تثبیت نرخ مورد نظر حرکت کنند و به اقتصاد این کشور جان تازه‌ای ببخشند.

با سقوط قیمت دلار و اثرات مستقیم آن بر بازارهای موزی در این روزها، می‌توان به اطمینان گفت که روز خوش بازارها فرا رسیده است، چنانچه روز سه‌شنبه قیمت‌ها در تمام بازارها همچون ارز، طلا، موبایل و خودرو با کاهش قابل توجهی همراه بود. از یک سو، بازار خودرو شاهد کاهش میانگین ۵۰ میلیون تومانی قیمت‌ها بود و از سوی دیگر، به گفته رئیس اتحادیه طلا و جواهر کاهش قیمت طلا و سکه نیز کماکان ادامه دارد. همچنین ترمز بورس نیز سرانجام کشیده شد و با کاهش قیمت دلار، معامله‌گران دیروز شاهد افت بیش از ۷۰۰۰ واحدی شاخص بورس بودند. در عین حال، کاهش شدید قیمت دلار موجب شد تا قیمت برخی محصولات وارداتی از جمله موبایل نیز ارزان شود و به گفته رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی و لوازم جانبی، قیمت موبایل به موازات کاهش دلار ۲۰ درصد ارزان شود.

گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد که فضای فروش در بازار ارز تهران و شهرستان‌ها تقویت شده و قیمت‌هایی که با شانناژ دلان به‌صورت بی‌حساب بالا رفته بود حالا با هراس مردم از کاهش شدید، در روند قوی نزولی قرار گرفته است. در این میان البته اتفاقاتی نظیر سیگنال مثبت مجلس برای تصویب لوایح چهارگانه مربوط به FATF و همچنین اتمام حجت قوه قضاییه با کانال‌ها و سبایت‌هایی که بی‌حساب و لحظه‌ای قیمت ارز را اعلام می‌کردند نیز توانسته است جو هیجانی بازار را خنثی کند چراکه این کانال‌ها در ساعات تعطیلی بازار نیز فعالیت داشتند و قیمت‌هایی را اعلام می‌کردند که مبنای خریدوفروش دلان قرار می‌گرفت.

روز خوش بازارها فرا رسید

چند ماهی بود که نرخ ارز نوسانات صعودی داشت و خیال پایین آمدن هم نداشت اما از روز دوشنبه تدابیر دولت کارساز افتاد و کاهش نرخ ارز آغاز شد. به گزارش ایسنا، بازار ارز روز سه‌شنبه نیز همانند عصر دوشنبه شاهد حضور افراد زیادی است که تقاضای فروش دلار و یورو را دارند. این در حالی است که اکثر صرافی‌ها خرید و فروش ندارند و تابلوهای‌شان را خاموش کرده‌اند. همچنین روز سه‌شنبه در بازار بین قیمت خرید و فروش دلار ۴۵۰۰ تومان اختلاف مشاهده می‌شد چراکه نرخ خرید دلار در بین دلانان فردوسی ۱۰ تا ۱۱ هزار تومان اما نرخ فروش آن ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان بود.

در پی روند کاهشی نرخ ارز در چند روز گذشته، دیروز نیز بازار آزاد ارز بسیار شلوغ بود و مردم برای فروش ارزهای خود به بازار هجوم آورده‌اند و نرخ خرید دلار در بین دلانان رقمی بین ۱۰ تا ۱۱ هزار تومان است. همچنین دلانان، دلار را به قیمت ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان می‌فروشند که برخلاف هفته گذشته اختلاف چشمگیری بین قیمت خرید و فروش آن به چشم می‌خورد و دلانان، این اختلاف قیمت را به دلیل روند کاهشی نرخ ارز اعلام می‌کنند.

همچنین یورو در بازار آزاد بین دلانان از ۱۴ هزار و ۵۰۰ تومان تا ۱۵۰۰۰ تومان خریداری می‌شود و این در حالی است که نرخ فروش این ارز در بازار آزاد ۱۶ هزار تا ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان متغیر است. این در حالی است که بیشتر دلانان معتقدند نرخ ارز در روزهای آینده نیز کاهشی خواهد بود و حتی ممکن است تا ۸۰۰۰ تومان نیز برسد.

کاهش ۵۰ میلیون تومانی قیمت خودرو

اما کاهش نرخ تنها به بازار ارز محدود نبود و فعالان بازار خودرو از کاهش میانگین ۵۰ میلیون تومانی قیمت‌ها در بازار خودرو خبر می‌دهند. با آغاز روند سقوط قیمت دلار از بعدازظهر روز دوشنبه، انتظار می‌رفت قیمت‌ها در بازار خودرو نیز روند نزولی به خود بگیرد. در این شرایط براساس جدیدترین اخبار به دست آمده از بازار خودرو قیمت‌ها در بازار خودرو به شدت کاهش یافت. به گفته رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودروی تهران، در حال حاضر قیمت خودروهای داخلی بین ۱۵ تا ۱۲ میلیون تومان و قیمت خودروهای وارداتی که نسبت مستقیم با نرخ ارز دارند به طور میانگین ۵۰ میلیون تومان کاهش یافته است.

خبرنامه

تاثیر کاهش نرخ دلار بر قیمت مسکن

یک کارشناس اقتصاد مسکن معتقد است کاهش قیمت ارز باید با ارائه مشوق‌هایی برای سازندگان مسکن همراه شود؛ در غیر این صورت ممکن است سرمایه‌های خارج شده از بازار ارز وارد بخش مسکن شود.
محمدمهدی مافی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: در صورتی که دولت مشوق‌های لازم را برای تسهیل شرایط ساخت و ساز در بخش مسکن فراهم نکند، سرمایه‌هایی که هم‌اکنون از بازار ارز خارج می‌شود ممکن است وارد بازار مسکن شود و با افزایش قیمت مسکن مواجه شویم. البته این اتفاق می‌تواند با تصمیمات ساده برای خلاص شدن سازندگان مسکن از وضعیت فعلی که با بوروکراسی پیچیده و قوانین دست و پاگیر مواجهند، به راحتی کنترل شود. وی افزود: ارتباط بین قیمت دلار و قیمت تمام‌شده و فروش مسکن همواره در طول ۵۰ سال گذشته همواره یک به یک بوده است. اگر فرض کنیم که قیمت دلار ۱۲ هزار تومان بماند، یعنی ۲۰۰درصد افزایش یافته است؛ در حالی که فعلا ۷۰درصد مسکن رشد قیمت را تجربه کرده و طبیعتا باید این نسبت سر به سر شود، اما خوشبختانه هم‌اکنون با مازاد ۲.۶ میلیون مسکن مواجهیم که البته از دسترس متقاضیان واقعی خارج است. کاری که دولت باید انجام دهد این است که شرایط را برای تولید سالانه یک میلیون واحد مسکونی ویژه اقشار متوسط و پایین فراهم کند تا بازار مسکن کنترل شود. این کارشناس اقتصاد مسکن با بیان این‌که ایران از لحاظ تسهیل اخذ مجوز ساخت و ساز هم‌اکنون از بین ۱۶۰ کشور جهان در انتهای جدول قرار دارد، گفت: البته تولید متوقف نشده بلکه سخت شده است. سازنده بخش خصوصی از دولت پول نمی‌خواهد. بخش خصوصی در ساخت و ساز از لحاظ مالی و فناوری بسیار قوی است و فقط انتظار دارند شرایط ساخت و ساز که هر روز پیچیده‌تر می‌شود روان شود. مافی، ارائه تسهیلات خرید را یکی از عوامل افزایش قیمت مسکن دانست و گفت: هرچه تسهیلات حوزه تقاضا بالا برود به همان نسبت قیمت مسکن رشد می‌کند، اما اگر تسهیلات به حوزه ساخت داده شود، بازار مسکن خود را تنظیم می‌کند و قیمت‌ها پایین می‌آید. گفتنی است قیمت مسکن پایتخت در شرایطی کماکان به روند صعودی خود ادامه می‌دهد که معاملات در مسیر کاهش قرار دارد. با این وجود، در شهریورماه ۱۳۹۷ رکود افزایش ماهیانه و سالیانه قیمت مسکن طی شش ماه اخیر شکسته شد. آن‌طور که بانک مرکزی گزارش داد، متوسط قیمت خرید و فروش یک متر مربع زیربنای واحد مسکونی شهر تهران ۸ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان بوده که نسبت به ماه قبل ۹۴.۱درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۷۴.۱درصد رشد نشان می‌دهد. معاملات اما همچون ماه‌های گذشته سیر نزولی داشته است. در شهریورماه ۱۳۹۷ تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران به ۱۰ هزار و ۳۰۰ واحد رسید که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۱۳.۹ و ۳۳.۵درصد کاهش نشان می‌دهد.

رابطه نرخ «دلار» در ایران با هرات و سلیمانیه

در معاملات دلاری و یا در میان گفته‌های صرافان و دلالان شاید بارها درباره قیمت دلار در هرات، سلیمانیه و یا دوبی را شنیده و این سوال مطرح باشد که چه رابط‌های بین نرخ در این شهرها با ایران وجود دارد؟

به گزارش ایسنا، بازار ارز معمولا روزانه حدود ساعت ۱۱ به بعد معاملات خود را با اعلام نرخ آغاز می‌کند و تا پایان معاملات نرخ می‌تواند با توجه به عوامل اثرگذار بر بازار دچار تغییراتی شود. در کنار عوامل تعیین‌کننده نرخ ارز که از جمله آنها عرضه و تقاضا است، نرخ دلار در برخی کشورهای همسایه نیز تا حدی بر نرخ موثر است و در مسیر متناسب با یکدیگر تغییر می‌کند.

هرات افغانستان، سلیمانیه عراق و دوبی امارات از جمله سه محلی هستند که قیمت ارز در آنها با ایران تا حدی مرتبط و برای معامله‌گران ارز قابل توجه است. اینکه چه رابط‌های بین نرخ معاملاتی ارز در این کشورها و ایران وجود دارد موضوعی است که پرس‌وجوی آن از تحلیلگران بازار ارز با توضیحاتی همراه بود. ماجرا از این قرار است که با توجه به تحریم دلاری ایران و عدم امکان مبادلات دلار از کانال بانک‌های خارجی در سال‌های گذشته، برخی کشورها به عنوان کانال نقل و انتقال دلار به ایران بوده‌اند. در سال‌های اخیر با توجه به حجم معاملات ایران در امارات و سهولتی که در ورود ارز از کانال صرافی‌های این کشور وجود داشت، رای سال‌ها نرخ حواله درهم و میزان عرضه و تقاضا در صرافی‌های این کشور در معاملات ارزی ایران اثرگذار بود؛ به هر حال صادرکنندگان بزرگ ایرانی درآمد ارزی خود را به حساب بانک‌های دوبی واریز کرده و از این طریق واردات کالا انجام می‌شد که خود موجب گردش چرخه دلاری بود. اما در سال‌های اخیر با توجه به محدودیت‌های نقل و انتقال ارز از طریق دوبی، برخی کشورهای دیگر از جمله عراق و افغانستان تا حد زیادی جایگزین دوبی شدند، هرچند که حجم مبادلات آنها با ایران به اندازه دوبی نیست. بر این اساس نرخ ارز در هرات افغانستان و سلیمانیه عراق با توجه به مبادلات مورد توجه قرار دارد. این در حالی است که تا زمانی که دلار در ایران دولتی بود و یارانه دریافت می‌کرد نرخ آن نسبت به بازار هرات و سلیمانیه پایین‌تر بود، یعنی دلار در این دو شهر بالاتر از ایران قیمت می‌خورد و از این جهت عمدتا خروج ارز از ایران به این مناطق بوده و معاملات برای واردات کالا به‌صرفه بود، که در این حالت بازار هرات و سلیمانیه پیش‌رو بودند و قیمت‌گذاری آنها در ایران اثرگذار بود، ولی از زمانی که دلار در ایران آزاد و دیگر یارانه دریافت نمی‌کند شرایط تا حدی معکوس شد و ورود استکسان به ایران از طریق این دو کشور بیشتر انجام می‌شود. جریان معاملات معمولا به نحوی است که قیمت دلار در ایران روزانه حدود ۴۰۰ تا ۴۰۰ تومان بالاتر از هرات و سلیمانیه تعیین می‌شود چرا که مسافت ورود ارز از این مناطق تا ورود به بازار تهران خود باعث افزایش قیمت می‌شود، بنابراین هر زمان که اتفاقی در این بازارها موجب تغییر قیمت ارز شود می‌تواند بازار ارز ایران را نیز تحت تاثیر قرار دهد. اما در روز گذشته و امروز با کاهش قیمت دلار در ایران، تا حدی این روند برعکس شده و قیمت در ایران پایین‌تر از هرات و سلیمانیه است. دلیل این موضوع نیز از نگاه تحلیلگران ارزی به این برمی‌گردد که در هر حال تزریق ارز در بازار ایران و حمایتی که از بازار می‌شود به طور طبیعی باعث عقب ماندن در بازار نرخ در بازار ایران نسبت به هرات و سلیمانیه شده و اگر تزریق ارز انجام نشده و حمایتی وجود نداشته باشد این قیمت ایران است که بالاتر از این مناطق خواهد بود.



فرصت امروز: کاهش قیمت دلار با وجود نوسانات زیاد کماکان ادامه دارد و در تازه‌ترین اتفاق، بانک‌ها نیز برای خرید ارز فروشندگان وارد بازار شده‌اند. هم‌زمان با سقوط قیمت دلار، بانک مرکزی از تمام بانک‌های مجاز به عملیات ارزی خواست تا نسبت به خرید ارز از مردم اقدام کنند. درحالی که با کاهش قیمت دلار، برخی از صرافی‌ها تابلوهای قیمت خود را صفر کرده‌اند و خرید ارز انجام نمی‌دهند، بانک مرکزی در اطلاعیه‌ای با اشاره به تمایل مردم به فروش ارزهای خود و نیز امتناع دلالان و برخی صرافی‌ها از خرید ارز، از مردم خواسته با مراجعه به شعب ارزی بانک‌های دارای مجوز عملیات ارزی، نسبت به فروش ارزهای خود به قیمت اعلامی اقدام کنند.

اگرچه بانک مرکزی جزئیاتی درباره نحوه فروش و قیمت ارز مورد خریداری از فروشندگان در بانک‌ها اعلام نکرده است، اما با توجه به افزایش فروشندگان ارز در بازار و کاهش تقاضا برای خرید، اکنون متقاضیان فروش تا حدی با مشکل مواجه شده‌اند. از همین رو، بانک مرکزی با این حربه خواسته تا روند فروش دلارهای خانگی از سوی مردم تسهیل شده و کماکان ادامه یابد.

به نظر می‌رسد این اقدام بانک مرکزی بی‌ارتباط با نشست اخیر رئیس کل بانک مرکزی با اقتصاددانان نبوده است.

در سومین جلسه رئیس کل بانک مرکزی با اقتصاددانان که عصر دوشنبه در بانک مرکزی برگزار شد، شرایط موجود بازار ارز و عوامل موثر بر آن و همچنین بازار پول و مسئله نقدینگی مورد بررسی قرار گرفت و اقتصاددانان بر ضرورت دیدگاه واحد اقتصادی و یک صدایی در اقتصاد تاکید کردند. تداوم تدبیرهای جاری برای مدیریت شبکه عرضه ارز با هدف جلوگیری از التهابات مقطعی، ضرورت ریزش نرخ ارز غیررسمی، ورود بیشتر بانک مرکزی به بازار غیررسمی ارز، هماهنگی سیاست‌های داخلی و خارجی، اهمیت سامانه نیما و ضرورت رفع مشکلات آن و هدفمند کردن تخصیص ارز برای واردات، بررسی صادرات غیرنفتی و آثار انتظاری آن و ضرورت تقویت ذخایر ارزی از جمله موضوعات مطرح شده در این جلسه بود.

در همین حال، بانک ملی ایران نیز دیروز از خرید دلار با نرخ ۱۱ هزار تومان خبر داد. به دنبال انتشار اطلاعیه بانک مرکزی مبنی بر اینکه مردم در صورت تمایل می‌توانند ارزهای خود را به شعب ارزی بانک‌های دارای مجوز عملیات ارزی بفروشند، یک منبع آگاه در بانک ملی، نرخ خرید لحظه‌ای این بانک را ۱۱ هزار تومان اعلام کرد که وابسته به نرخ بازار آزاد است. به گفته وی، مردم می‌توانند به شعب ارزی یا ارزی-ریالی بانک ملی ایران مراجعه کرده و نسبت به فروش ارز خود اقدام کنند.

این در حالی بود که ساعتی پس از انتشار این خبر، بانک ملی ایران خرید دلار با نرخ ۱۱ هزار تومان را تکذیب کرد و آن را شایعه‌ای بیش ندانست.

آخرین خبرها از وضعیت بازار طلا و ارز

در پی روند کاهشی نرخ ارز در چند روز گذشته، روز سه‌شنبه نیز بازار آزاد ارز بسیار شلوغ بود و مردم برای فروش ارزهای خود به بازار هجوم آوردند و نرخ خرید دلار در بین دلالان رقمی بین ۱۰ تا ۱۱ هزار تومان بود.

به گزارش ایسنا، همچنین دلالان، دلار را به قیمت ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان می‌فروشند که برخلاف هفته گذشته اختلاف چشمگیری بین قیمت خرید و فروش آن به چشم می‌خورد و دلان، این اختلاف قیمت را به دلیل روند کاهشی نرخ ارز اعلام می‌کنند.

همچنین یورو در بازار آزاد بین دلالان از ۱۴ هزار و ۵۰۰ تومان تا ۱۵۰۰۰ تومان خریداری می‌شود و این در حالی است که نرخ فروش این ارز در بازار آزاد ۱۶ هزار تا ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان متغیر است. این در حالی است که بیشتر دلالان معتقدند نرخ ارز در روزهای آینده نیز کاهشی خواهد بود و حتی ممکن است تا ۸۰۰۰ تومان نیز برسد. در عین حال اکثر صرافی‌ها نیز دیروز خرید و فروش نداشتند و تابلوی نرخ ارز خود را برداشتند.

بازار پرتوسان ارز در این روزها قابل پیش‌بینی نیست و به همین دلیل تفاوت میان قیمت خرید و فروش در بین دلالان بازار از تفاوت زیادی

پروپانگ

افت قیمت دلار همچنان ادامه دارد

بانک‌ها هم وارد بازار شدند



و معتقد است به تدریج و در بلندمدت حباب دلار به طور کامل خالی خواهد شد و شاهد به ثبات رسیدن قیمت‌ها در بازار خواهیم بود. در مقابل اما مهدی طغیانی، استاد دانشگاه معتقد است که اقتصاد ایران تحمل پذیرش دلار ۱۵ و حتی ۱۰ هزار تومانی را هم ندارد؛ خرید دلار معمولا از سوی دارندگان کسب و کارهای واقعی و متقاضیان سفر به خارج از کشور انجام می‌شود که در شرایط فعلی این دو قشر براساس میزان درآمدی که دارند، اصلا قادر به خرید دلار نیستند. حتی مسافران سفرهای زیارتی نیز نمی‌توانند با چنین نرخی سفر کنند.

طغیانی درباره نرخ دلار واقعی نیز گفت: نرخ‌های کنونی دلار نرخ‌های واقعی نیست و به طور قطع اقتصاد ایران کشش دلار ۱۰ هزار تومان به بالا را ندارد و حتی نرخ واقعی دلار بسیار پایین‌تر از ۱۰هزار تومان است، اما نباید تصور کرد که نرخ دلار به ۱۰ سال پیش برگردد.

دلار در شیب سقوط می‌ماند؟

در این باره همچنین علی یونسی، کارشناس اقتصادی می‌گوید به نظر می‌رسد این روند کاهش قیمت دلار هرچند ممکن است تا ۱۴ آبان با نوسانات افزایشی یا کاهشی همراه باشد ولی در مسیر بلندمدت کاهش قرار گرفته است و اینکه در واقع به چه عددی برسد تابع عملکرد مردم و دولت است.

به اعتقاد یونسی، افرادی که در شرایط اقتصادی به‌وجود آمده هیجان زده شده و به سمت خرید دلار رفتند باید آرام آرام به سمت فروش دلار حرکت کنند که در غیر این صورت سرمایه‌های خود را از دست رفته خواهند دید. دولت هم باید از شرایط کنونی درس اقتصادی بگیرد و به این نتیجه برسد که فقط از طریق تقویت تولید و توسعه صادرات است که باید ارز وارد کشور شود و گرنه چانه‌زنی و مذاکره برای فروش نفت، اقتصاد ایران را وارد مکانیسم‌های خودتخریمی جدید خواهد کرد.

دلار تا ۸-۹ هزار تومان کاهش می‌یابد

مهرداد لاهوتی، عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس هم با پیش‌بینی کاهش نرخ دلار تا ۸-۹ هزار تومان گفت: نرخ دلار در بدبینانه‌ترین حالت روی ۱۰ هزار تومان متوقف خواهد شد.

به گفته لاهوتی، زمانی که دولت کالاهای اساسی را تامین کند، مابقی نیازها متناسب با عرضه و تقاضا تعیین قیمت می‌شود و دلارهایی که در خانه‌ها جمع شده بود به خاطر کاهش نرخ به بازار سرازیر می‌شود. در چنین شرایطی عرضه بیشتر و تقاضا کمتر خواهد شد و طبیعتا به سمت کاهش نرخ پیش می‌رویم.

علی کاظمی، عضو دیگر کمیسیون برنامه و بودجه مجلس نیز معتقد است که کاهش نرخ دلار نشان داد که تحلیل‌ها در مورد حباب قیمت درست بوده است. در آن شرایط طلافروشان و صرافان کمترین خرید و فروش را داشتند. در حالی که افزایش قیمت‌ها نیز عمدتا جنبه روانی داشت.

دارد. حتی دلالان نیز برای خرید و فروش، نرخ‌های متفاوت با فاصله زیادی را اعلام می‌کنند و عمدتا با فروشنده‌ها و خریداران راه می‌آیند. نکته جالب در این میان به عملکرد یکی از صرافی‌ها برمی‌گشت. این صرافی که دلار را با قیمت ۱۳ هزار تومان می‌خرد، ولی وجه آن را دو روز دیگر پرداخت می‌کند! البته این صرافی نیز پس از یکی دو ساعت کارش را تعطیل کرد.

همچنین رحمانی فضلی در جلسه ستاد اطلاع‌رسانی و تبلیغات اقتصادی به عنوان رئیس این ستاد، به تلاطم غیرواقعی بازار ارز و سکه اشاره و تصریح کرد که با تصمیمات مناسبی که در جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا گرفته شد، شاهد سامان‌یابی وضعیت بازار و سیر نزولی قیمت ارز و سکه خواهیم بود.

چهار عامل تاثیرگذار در کاهش قیمت ارز

محسن حاجی‌بابا، نایب رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق بازرگانی ایران در این باره معتقد است: در حال حاضر تحلیل بازار ارز متفاوت‌تر از تحلیل‌هایی است که طی سال‌های قبل داشته‌ایم و هیچ دلیل قانع‌کننده‌ای برای افزایش آن دیده نمی‌شود، چراکه ظرفیت فعلی اقتصادی و اجتماعی ایران دلار ۱۴ - ۱۵ هزار تومان به بالا را توجیه نمی‌کند.

او چهار عامل اصلی که تاثیرگذار در کاهش قیمت ارز بوده را احتمال تصویب FATF، ارتباط بانکی اروپا (به غیر از سوئیس) با ایران که تقریبا قطعی شده، اعلام کردن واردات ارز بدون محدودیت همراه با مسافران دانست و گفت: این شرایط باعث شد خریداران دلار یا دلال مقداری در خرید احتیاط کنند و احتیاط در خرید باعث کاهش قیمت‌ها شده و با همان شدت هیجانی که خرید کردند اکنون عرضه می‌کنند که بازار تاحدودی به تعادل برگشته است اما این عوامل تنها نمی‌توانند تعادل نرخ را نگه دارد. بنابراین عوامل بنیادی دیگر را باید دولت در تصمیمات در نظر بگیرد تا قیمت‌ها تثبیت شود.

اما یک دلیل دیگر کاهش نرخ دلار در بازارهای غیررسمی از دید یک کارشناس مسائل اقتصادی به خاطر دادن اختیارات بیشتر به بانک مرکزی توسط سران سه قوه است.

مهدی پازوکی با اشاره به مسائل پیش آمده در بازار آزاد ارز درباره علت کاهش قیمت‌ها در این باره می‌گوید به نظر می‌رسد که هماهنگی سران سه قوه و دادن اختیارات جدی به بانک مرکزی توانسته بر کاهش قیمت‌ها در بازار ارز هم اثر بگذارد.

۸۰۰۰ تومان قیمت منطقی برای ارز

در این باره یک کارشناس مسائل اقتصادی با اشاره به روند کاهشی قیمت دلار در بازار، پیش‌بینی کرده که روند کاهشی فعلا ادامه داشته باشد. به گفته او به نظر می‌رسد قیمت ۸هزار تومان برای دلار قیمت منطقی باشد. علی حیات‌نیا یکی از مهم‌ترین دلایل کاهش نرخ دلار را تضمین اتحادیه اروپا برای مبادلات تجاری و مالی با ایران می‌داند

آگهی تجدید مناقصه عمومی (دو مرحله‌ای)

شماره ۹۶۵۳۳۰ Ripi-T-9605330

نوبت اول

۱- نام و نشانی مناقصه‌گذار و محل تحویل کالا: **پژوهشگاه صنعت نفت** به نشانی تهران، بلوار غربی مجموعه ورزشی آزادی- کد پستی ۱۳۱۱۱-۱۴۸۵۶ صندوق پستی ۱۳۷- ۱۴۶۴۵

۲- موضوع مناقصه: خرید مجموعه دستگاه‌های سنجش و اندازه‌گیری ایزوتوپ‌های پایدار

۳- مبلغ سبیده شرکت در مناقصه: (در صورت قرار گرفتن در فهرست کوتاه و دریافت دعوتنامه) توان ارائه ۴۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال، به صورت ضمانتنامه بانکی با اعتبار ۳ ماهه و یا واریز وجه نقد به حساب پژوهشگاه صنعت نفت.

۴- مبلغ پیش پرداخت: برنده مناقصه می‌تواند پس از انعقاد قرارداد خرید ۲۵٪ کل مبلغ قرارداد را در قبال ارائه ضمانتنامه بانکی به عنوان پیش پرداخت دریافت نماید.

۵- مهلت و نحوه دریافت و ارسال اسناد مناقصه: واجدین شرایط می‌توانند با مراجعه به پورتال پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی **WWW.RIPI.IR** قسمت همکاری‌ها- مناقصه و مزایده، نسبت به تهیه اوراق اقدام نموده و حداکثر تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۱۳۷۷/۲۵ نسبت به تکمیل و الحاق مدارک درخواستی و تحویل آن یا ذکر موضوع و شماره مناقصه در پاکت در بسته لاک و مهر شده به دبیرخانه کمیسیون مناقصات پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی مناقصه‌گذار تحویل و رسید در وقت نمایند.

۶- بدیهی است به مدارک واسله بعد از مهلت مقرر ترتیب اثر داده نخواهد شد.

نوعه: این مناقصه عمومی دو مرحله‌ای بوده لذا کلیه تضمین‌کنندگان ابتدا باید نسبت به تکمیل و ارسال اسناد ارزیابی کیفی اقدام نمایند. پژوهشگاه صنعت نفت مدارک دریافتی را بررسی نموده و شرکت‌هایی را که حداقل امتیاز مدنظر در ارزیابی کیفی را کسب نمایند از طریق دعوتنامه جهت ارسال پیشنهادهای فنی، مالی و تضمین شرکت در مناقصه دعوت خواهد نمود.

دبیر خانه کمیسیون مناقصات

شماره مجوز ۱۳۹۷.۳۳۱۱

۲۹

نماگر بازار سهام



دو روی سکه

عرضه نفت خام در بورس

با نزدیک شدن به موعد اعمال تحریم‌های نفتی آمریکا علیه ایران زمزمه‌های عرضه نفت خام در بورس با هدف دور زدن تحریم‌ها بعد از سال‌ها مجدداً به گوش رسید و انتظار که مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران اعلام کرده، این تصمیم قرار است از هفته آینده عملیاتی شود؛ تصمیمی که از یک طرف بخش خصوصی و برخی کارشناسان آن را درپچه جدیدی برای ورود نفت ایران به بازار جهانی و برخی دیگر آن را در دور زدن تحریم‌ها بی‌اثر می‌دانند.

به گزارش ایسنا، چندی پیش اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس جمهوری از عرضه نفت خام ایران در بورس خبر داد و گفت: با کشورهای دوست خود گفت‌وگو و راه‌های فروش نفت خود را باز کرده‌ایم. نفت خام ایران در بورس داخلی عرضه خواهد شد تا بخش خصوصی، به طور شفاف نفت را خریداری و صادر کند؛ در نتیجه به مقدار مورد نیاز، بخش خصوصی در تناژهای مختلف وارد عرصه شده است.

چندی بعد از این اظهار نظر شورای عالی هماهنگی اقتصادی که به ریاست حسن روحانی بر گزار شد تصویب کرد که با هدف متنوع‌سازی روش‌های فروش نفت، طرح عرضه نفت خام در رینگ صادراتی بورس انرژی در داخل کشور به صورت ارزی انجام شود. براساس این طرح، وزارت نفت می‌تواند با استفاده از ظرفیت بخش خصوصی برای صادرات، نفت خام و فرآورده‌های نفتی را به قیمت رقابتی، در بورس داخل کشور به فروش برساند.

به نظر می‌رسد عرضه نفت در بورس یکی از راهکارهای مورد اشاره اسحاق جهانگیری برای دور زدن تحریم‌هاست. معاون اول رئیس‌جمهوری گفته که نخستین هدف آمریکا، ممانعت از فروش نفت ایران است که با عرضه نفت خام در بورس، بخش خصوصی می‌تواند نفت را از بورس به‌طور شفاف خریداری و صادر کند.

نحوه بازاریابی چگونه و بازارهای صادراتی کجاست؟

یکی از سوالاتی که در مورد عرضه نفت خام در بورس مطرح می‌شود این است که اگر قرار باشد نفت ایران تحریم شود، بخش خصوصی چگونه می‌تواند دست به صادرات بزند؟ پاسخ بخش خصوصی این است که آمریکا معاملاتی که توسط دولت ایران انجام می‌شود را منع کرده و اعلام نکرده است که مردم عادی خرید و فروش نکنند. قرار است عاملان بخش خصوصی در قالب تشکل‌ها، اتحادیه‌ها و شرکت‌های فعال در حوزه انرژی وارد عمل شوند و برای فروش نفت می‌توانند از نفتکش‌های شرکت ملی نفتکش و یا نفتکش‌های آزاد که تحریم مانع فعالیت آن‌ها نمی‌شود استفاده کنند. از سوی دیگر بخش خصوصی می‌تواند سازوکاری را فراهم کند که خارج از مقررات سخت دنیا نفت را صادر کند. همچنین گفته می‌شود بازار کشورهای آسیایی مانند چین و هند و کشورهایی است که امکان انتقال ارزی را دارند.

قیمت و نحوه دریافت پول به چه صورت است؟

شنیده‌ها حاکی از آن است که قیمت بخش خصوصی با قیمت بین‌المللی یکسان است. زیرا نمی‌توان قیمت را با دو نرخ در کشور به فروش رساند. بخش خصوصی همچنین نحوه دریافت پول را تعریف و از طریق بانک‌های عاملی که تعریف شده است اقدام می‌کند.

کارشناسان چه می‌گویند؟

با اینکه طرح عرضه نفت خام در بورس در یک قدمی اجرا ایستاده است، همچنان مخالفانی دارد. موافقان این طرح بر این باورند که اگر عرضه نفت خام در بورس در سال‌های قبل شکست خورد به این دلیل بوده که عرضه نفت خام در بورس در سال‌های قبل یک مرحله بود و در آن زمان در اختیار بخش خصوصی نبود. دولت تصمیم گرفت ۵۰۰ هزار بشکه نفت سنگین را با یک قیمت مشخص به فروش برساند. متقاضیان خواهان قیمت کم‌تری بودند اما نماینده امور بین‌الملل اعلام کرد با قیمت کم‌تر حاضر به فروش نفت‌خام نیست درحالی که بورس براساس عرضه و تقاضاست، آن‌ها می‌گویند سبب بخش خصوصی کوچک‌تر است و این بخش محموله‌های ۵۰ تا ۱۰۰ هزار بشکه‌ای را به بخش خصوصی به فروش خواهد رساند و به همین دلیل امکان دور زدن تحریم‌ها وجود دارد.

درحالی که مخالفان این طرح بر این باورند که وقتی هنوز نتوانسته‌ایم مشکلات و ضعف‌های هسته معاملاتی بورس را برطرف کنیم چطور می‌توانیم یک سیستم نرم‌افزاری جدید برای بورس نفت ایجاد کنیم؟ به عقیده آن‌ها با عرضه نفت خام در بورس نمی‌توان اثرات تحریم‌ها را کاهش داد. زیرا ساز و کار بورس نفت براساس بازار آزاد است و بازار آزاد مبتنی بر عرضه و تقاضاست. طبیعتاً ما در سمت عرضه مشکلی نداریم، ولی در سمت تقاضا قطعاً با مشکلات زیادی مواجه خواهیم بود چرا که بازار مناسبی برای تقاضای نفت ما وجود نخواهد داشت.

از سوی دیگر نحوه تسویه نقدی نفت در بورس، براساس دلار انجام می‌پذیرد ولی با توجه به تحریم‌های ارزی، ایران در تسویه نقدی معاملات دچار مشکل خواهیم شد.

حباب شاخص بورس با سقوط دلار فرو ریخت

ریزش ۷ هزار واحدی شاخص بورس



صفه‌های فروش میلیونی تقریباً در تمام گروه‌ها و مخصوصاً گروه‌های صادرات‌محور و ارزآور ایجاد شد. شاخص کل هم‌وزن نیز با افت ۹۵۷ واحدی مواجه شد و تا تراز ۳۳ هزار و ۴۹ واحدی پایین رفت. در عین حال شاخص آزاد و شناور با ۷۴۷۶ واحد افت رقم ۲۰۲ هزار و ۳۲۰ واحدی را تجربه کرد. در عین حال شاخص بازار اول و دوم نیز هر یک به ترتیب ۵هزار و ۳۹۸ و ۱۴ هزار و ۲ واحد افت کردند.

در بازار سراسر قرمز دیروز، فولاد مبارکه اصفهان، سرمایه‌گذاری نفت، گاز و پتروشیمی تامین، پالایش نفت بندرعباس، معدنی و صنعتی گل گهر و ملی صنایع مس همه جزو تاثیرگذارترین نمادها در شاخص بودند که سعی کردند شاخص کل را به سمت پایین هدایت کنند. جالب اینکه تمام این سهم‌ها جزو سهم‌های صادرات‌محور و ارزآور هستند و در طرف مقابل بانک ملت که نه ارزآور و نه صادرات‌محور است، امروز سعی کرد به تقویت شاخص کل کمک کند و نگذارد شاخص بیش از این افت کند.

در گروه فلزات اساسی نیز در بسیاری از نمادها صفه‌های فروش حاکم بود و بسیاری از سهم‌ها تا بیش از ۴درصد افت قیمت را تجربه کردند. همچنین در گروه فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای به جز یک نماد، مابقی افت شدیدی را تجربه کردند، به طوری که نمادهایی که نوسان قیمت‌شان باز بود، تا بیش از ۹درصد سقوط قیمت را تجربه کردند. به عنوان نمونه در نماد پالایش نفت بندرعباس که شاهد صف فروشی با حجم بیش از ۲۶ میلیون سهم بود و تا انتها نیز این صف پایدار ماند حقوقی‌ها بیش از ۴درصد از خریدها را برعهده گرفتند و حقیقی‌ها ۹۰درصد از سهم‌ها را عرضه کردند.

جو هیجانی بازار ارز و سکه در بازار سرمایه نیز به شدت تاثیرگذار بود و باعث شد کسانی که با تبلیغات نادرست به بازار سهام جذب شده بودند، به صورت هیجانی سهم خود را عرضه کنند و در بسیاری

کاهش یکباره قیمت سهم‌ها در بورس تهران و افت بیش از ۷۰۰۰ واحدی شاخص، همزمان با کاهش قیمت دلار در بازار، می‌تواند محکم‌ترین دلیل باشد که نشان دهد ادعای کسانی که اعلام می‌کردند رشد قیمت سهم‌ها و رونق بورس در هفته‌ها و ماه‌های گذشته دلایل مدیریتی داشت، اشتباه بود.

به گزارش ایسنا، در ماه‌های گذشته با افزایش قیمت دلار بورس تهران نیز شاهد افزایش قیمت سهم‌ها بود، به طوری که هر روز به طور متوسط شاخص کل ۴۰۰۰ واحد رشد می‌کرد و رکورد جدیدی را به ثبت می‌رساند. این موضوع سبب شده بود در بسیاری از گروه‌های بورسی مخصوصاً در شرکت‌هایی که صادرات‌محور هستند در روزهای متمادی صفه‌های خرید ایجاد شود و فزونی تقاضا بر عرضه، قیمت‌ها را افزایش دهد.

اما با کاهش نرخ دلار و از ابتدای باز شدن معاملات بورس، قیمت‌ها در روز سه‌شنبه لحظه به لحظه در حال کاهش بود و در بسیاری از سهم‌ها صفه‌های فروش پایدار به وجود آمد. از ابتدای باز شدن معاملات با روند کاهشی قیمت ارزهای خارجی از جمله یورو و دلار، شاخص کل با شتاب فزاینده‌ای رو به کاهش گذاشت، به طوری که تا پایان ساعات معاملاتی این کاهش ادامه داشت و در نهایت با ۷۲۲۰ واحد کاهش به رقم ۱۸۸ هزار و ۲۵۹ واحدی رسید.

کاهش یکباره قیمت سهم‌ها در بورس تهران و افت بیش از ۵۰۰۰ واحدی شاخص، همزمان با کاهش قیمت دلار در بازار آزاد، تنها یک ساعت پس از باز شدن معاملات و ادامه سقوط آن‌ها تا کانال ۱۸۸ هزار واحدی تا پایان ساعت داد و ستدها، می‌تواند محکم‌ترین دلیل برای نشان دادن ادعای کسانی باشند که اعلام می‌کردند رشد قیمت سهم‌ها و رونق بورس در هفته‌ها و ماه‌های گذشته دلایل مدیریتی داشت، چرا که امروز با اولین تلنگر در حوزه ارز و کاهش قیمت دلار،

۲ اقدام ضروری برای تضمین ثبات بازار ارز

را لغو می‌کنند. اعلام اخیر شاید تأکیدی بوده بر این اختیارات تا در برابر رویکردهای دیگری مانند قاچاق انگاشتن واردات ارز، سوءتفاهمات را در جامعه برطرف کند. این امر تاثیر مستقیمی بر بازار ندارد. اثرات آن به این برمی‌گردد که بانک مرکزی سیاست‌ها و اختیاراتش را درست اجرا کند.

مستولان به تجربه بازار ارز دیگر کشورها بنگرند

به گفته این اقتصاددانان، مستولان در برابر یک موضوع مقاومت می‌کنند و آن ایجاد بازار ارز است. هر دفعه لقمه را دور سرشان تاب می‌دهند. یک دفعه واردات هزار قلم کالا را ممنوع کردند. بعد قیمت‌گذاری‌های مختلف می‌کنند. این کارها برخلاف هدف و نیت‌شان ثمر می‌دهد. سامانه نیما هم به همین شکل است. چیزی جز یک کاغذبازی کمپیوتری نیست. همه این کارها را کردند به خاطر اینکه یک کار را نمی‌خواهند انجام بدهند. کار اصولی این است که بازار ارز واقعی ایجاد کنند. بازار ثانویه اصلاً بازار نیست و مشکلات آن را من از

سیاه و سپید سیاست ارزی بانک مرکزی به روایت محمد طیبیان بازار ارز از دوشنبه شاهد ریزش بهای انواع ارزهای خارجی بود و دیدگاه‌های گوناگونی در این باره از سوی تحلیلگران عنوان شد. برخی‌ها از دلایل رسانه‌ای، تبلیغاتی و پیامدهای تصمیمات اخیر قضایی سخن گفته و گروهی کاهش نرخ ارز را مرتبط با ورود ارز ناشی از صادرات به بازار می‌دانند. اعطای اختیارات تازه به بانک مرکزی و اقدامات موثر این نهاد نیز از جمله دلایلی به شمار می‌آید که در این میان بسیار برجسته است. در این میان، محمد طیبیان در گفت‌وگو با ایرنا، می‌گوید ایجاد بازار ارز واقعی با استفاده از تجربیات سایر کشورها و تعیین تکلیف رانت‌خواران دواقدام اساسی است که بازار ارز را سر و سامان خواهد داد.

اختیارات اخیر بانک مرکزی تازه نیست

این اقتصاددان می‌گوید: این اختیارات جدید نیست. بانک مرکزی طبق قانون این اختیارات را دارد اما گاهی دولت‌ها این قوانین و مقررات

فعالان اقتصادی شنیده‌ام. غیر از اینکه یک پروژه اداری طولانی و پر دردسر برای صادرکنندگان و واردکنندگان باشد چیز دیگری نیست. باید به دنیا نگاه کنند، آلمان، انگلیس، ژاپن، کره و ... ببینند بازار ارز چیست و چگونه است. بعد یک بازار ارز درست کنند.

رانت و رانت‌خواران مانع ایجاد بازار واقعی ارز

به باور طیبیان، مانع اصلی ایجاد بازار ارز واقعی رانت‌های بزرگ است. برخی منافع بسیار زیادی در این وضعیت دارند. کسانی که این رانت‌ها را می‌برند مستقیم و غیرمستقیم در تصمیم‌گیری‌ها نقش دارند و نمی‌خواهند از منافع‌شان بگذرند. اگر حاکمیت توانست یک بار برای همیشه و از طریق یک تصمیم‌گیری درست با این رانت‌خوارها مقابله کند، وضعیت درست می‌شود. در چند ماه گذشته راه حل درستی ارائه نشده و تا زمانی که این رانت‌ها وجود دارد این روش‌ها محکوم به شکست است. باید کاری بکنند که این رانت‌ها قطع بشود. درآمد باید فقط به خزانه دولت و جیب صادرکننده وارد بشود.

قابل توجه مودیان محترم مالیات بر ارزش افزوده

مهلت ارائه الکترونیکی **اظهارنامه مالیات بر ارزش افزوده**

دوره تابستان ۹۷ از طریق سامانه **www.evaf.ir** حداکثر تا

۱۵مهرماه سالجاری می باشد.

۰۲۱-۳۵۰۱۹ ستاد خبری دفتر مرکزی حراست روابط عمومی سازمان امور مالیاتی کشور ۱۵۲۶ مرکز ارتباط مردمی



سازمان امور مالیاتی کشور

م.الف ۲۱۲۱

برنج کاران تمایلی به عرضه برنج خود به مراکز دولتی ندارند

یک مقام مسئول گفت که با توجه به شرایط مساعد بازار، کشاورزان تاکنون برای تحویل محصول خود به مراکز خرید مراجعه نکرده‌اند. مومن نیافر، مدیرکل داخلی شرکت بازرگانی دولتی ایران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت خرید توافقی برنج اظهار کرد: با توجه به شرایط مساعد بازار، کشاورزان تاکنون برای تحویل محصول خود به مراکز خرید مراجعه نکرده‌اند. وی افزود: در اکثر سال‌ها قیمت برنج در بازار به گونه‌ای است که کشاورزان ترجیح می‌دهند محصول خود را در بازار غیردولتی عرضه کنند. نیافر ادامه داد: امسال همانند سال‌های گذشته با اعلام خرید توافقی برنج با نرخ‌های مصوب قصد داشتیم تا اگر کشاورزان نتوانستند برنج تولیدی خود را در بازار عرضه کنند، برای جلوگیری از ضرر و زیان احتمالی محصول آنها را خریداری کنیم. مدیرکل داخلی بازرگانی دولتی ایران نرخ مصوب هر کیلو برنج شیروودی با ۸ درصد شکستگی را ۵ هزار و ۸۸۶، ندا و نعمت ۵ هزار و ۲۲۸ و صدری هاشمی و طارم محلی را ۹ هزار و ۸۲۸ تومان اعلام کرد. وی در پایان در پاسخ به این سوال که آیا امکان افزایش خرید بالاتر از نرخ‌های مصوب وجود ندارد، تصریح کرد: خرید توافقی تنها با نرخ‌های مصوب اعلام‌شده از برنج کاران خریداری می‌شود و کشاورزان در صورت تمایل به فروش با نرخ‌های بالاتر می‌توانند محصول خود را در بازار آزاد به فروش رسانند.

سقوط قیمت دلار نتیجه داد؛ «موبایل» ۲۰درصد ارزان شد

رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی و لوازم جانبی خبر از کاهش قیمت ۲۰درصدی گوشی‌های تلفن همراه در بازار موبایل داد و احتمال تداوم این روند را نیز داد. به گزارش خبرنگار فناوری اطلاعات و ارتباطات باشگاه خبرنگاران پویا، بعد از اوج‌گیری قیمت دلار و ایجاد التهاب قیمتی در بازار محصولات وارداتی، از دو روز پیش که استارت کاهش قیمت‌ها زده شده و اکثر مردم دلار به دست، متقاضی فروش شده‌اند، قیمت موبایل نیز روند کاهشی پیدا کرده است. مهدی محبی نیز با اشاره به فروشنده شدن افرادی که اقدام به خرید دلار در قیمت‌های بالا کرده بودند، به تسنیم گفت: از امروز که بازار فروش دلارهای مردمی داغ شده، نگاهی به لیست قیمت گوشی‌های تلفن همراه نیز نشان می‌دهد که قیمت محصولات این بازار روند نزولی گرفته است. رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی و لوازم جانبی با تأکید بر اینکه کاهش قیمت نرخ دلار هم‌زمان با بالا رفتن فروش دلارهای خانگی می‌تواند اتفاق خوبی برای فروش تجهیزات وارداتی با نرخ مناسب باشد، گفت: با توجه به کاهش ۱۰ تا ۲۰درصدی نرخ تابلوی صرافی‌ها، قیمت موبایل نیز به همین اندازه با توجه به لیست قیمت‌هایی که چک کرده‌ام، کاهش داشته است. محبی درباره اینکه واقعا تأثیر این کاهش نرخ به صورت آتی بر بازار موبایل بوده است؟ گفت: ۱۰۰درصد هم‌زمان با کاهش نرخ، تأثیرات آن به صورت لحظه‌ای بر بازار اعمال می‌شود زیرا اکثر کالاهایی که اکنون در بازار موجود است، گوشی‌های مسافری است. وی تصریح کرد: تازه این میزان کاهش قیمت با تداوم روند کاهشی، ادامه‌دار خواهد بود و قیمت گوشی‌های تلفن همراه در بازار به نرخ واقعی نزدیک‌تر خواهد شد. با این حال باید منتظر ادامه این روند کاهشی در بازار ارز بود و رأی نهایی را در روزهای آینده داد.

کاهش قیمت گوجه به ۳۶۰۰ تومان

توزیع گسترده سیب‌زمینی در بازار

مدیرکل دفتر سبزی و صیفی گفت ممنوعیت صادرات سبب کاهش قیمت محصول گوجه فرنگی شد. به گزارش خبرگزاری تسنیم، حسین اصغری با اشاره به اینکه بازارهای صادراتی بازار مصرف داخلی را تحت فشار قرار داده بود، افزود: با ممنوعیت صادرات قیمت هر کیلو گوجه فرنگی در خرده‌فروشی ۳۶۰۰ تومان و در مزرعه به قیمت هر کیلو ۲ هزار تومان خرید و فروش شده است. وی گفت: سطح زیر کشت گوجه فرنگی از ۱۲۲ هزار و ۸۰۰ هکتار امسال به ۱۲۳ هزار و ۷۰ هکتار افزایش یافته و ۵ میلیون و ۳۶۰ هزار تن نیز تولید شده است. مدیرکل دفتر سبزی و صیفی افزود: امسال سرمازدگی، سیل، بارندگی شدید و خسارت دیگری در مزارع گوجه فرنگی نداشتیم بنابر این هیچ‌گونه کمبود تولید نداریم. اصغری تأکید کرد: وزارت جهاد کشاورزی با توجه به کمبود منابع آب هیچ برنامه‌ای برای افزایش سطح زیر کشت ندارد و افزایش تولید به علت به‌کارگیری روش‌های نوین کشت، آبیاری، تغذیه گیاهان و کاهش ضایعات است. وی علت اصلی جهش قیمت محصول گوجه فرنگی را افزایش هزینه‌های تولید و کشاورزی دانست و گفت: هزینه خرید تجهیزات آبیاری، موتور پمپ چاه آب، حمل و نقل، کود، بذر و دیگر عوامل تولید در قیمت تمام‌شده تأثیر دارد و سبب افزایش قیمت محصولات کشاورزی از جمله گوجه فرنگی شده است. مدیرکل دفتر سبزی و صیفی افزود: فشار بازارهای صادراتی نیز از دیگر عوامل افزایش قیمت محصول گوجه فرنگی بود که با ممنوعیت صادرات شاهد روند کاهش قیمت این محصول در بازار مصرف داخل هستیم. اصغری درباره تأثیر ممنوعیت صادرات گوجه فرنگی در آینده بازارهای صادراتی تصریح کرد: این تصمیم مقطعی و زودگذر است و تأمین نیاز بازار داخل و امنیت غذایی مهم‌ترین اولویت وزارت جهاد کشاورزی است. وی در پاسخ به اینکه آیا قیمت گوجه فرنگی به قیمت قبل باز می‌گردد، گفت: با توجه به اینکه به فصل سرما نزدیک می‌شویم و با مسائلی مانند سرمازدگی مواجه خواهیم بود این عوامل در قیمت محصول تأثیرگذار است اما قیمت محصول را عرضه و تقاضا در بازار تعیین خواهد کرد. مدیرکل دفتر سبزی و صیفی افزود: محصول گوجه فرنگی به اندازه کافی تولید شده است و نیاز صنایع تبدیلی - تکمیلی تأمین می‌شود. اصغری همچنین درباره بازار محصول سیب زمینی گفت: سال گذشته ۴ میلیون و ۹۹۰ هزار تن سیب زمینی در مزارع کشور تولید شد و امسال این میزان افزایش خواهد داشت براساس گزارش‌های موجود تاکنون ۴ میلیون و ۹۷۱ هزار تن سیب زمینی در مزارع برداشت شده است که تولید و عملیات برداشت محصول تا زمستان نیز ادامه دارد.



گیرد، اما قبل از اینکه بتوانیم این بسته را اجرایی و ابلاغ کنیم، امروز با فعالان اقتصادی تقسیم کار کرده و کارگروه‌های مشترکی فی مابین سازمان برنامه و اعضای اتاق بازرگانی تشکیل و مقرر شده که افراد، ظرف روزهای آینده روی آن برنامه‌ای که آماده شده، کار کنند و هفته آینده نیز جلسه دیگری مجدد با همه اعضای مشابه امروز داشته باشیم و بتوانیم برنامه را نهایی کنیم. وی تصریح کرد: همچنین برنامه دیگری از سوی سازمان برنامه و بودجه در نظر گرفته شده تا با توجه به اینکه مصالح ساختمانی افزایش قیمت پیدا کرده است و پیمانکاران که برای سال جاری با دولت قرارداد دارند و قرارداد آنها براساس فهرست بهای سنوات گذشته است، متضرر نشوند، بنابراین باید حتماً تعدیلی در این زمینه برای پیمانکاران و مشاوران قائل شویم. نوبخت ادامه داد: این برنامه تهیه شده و قبل از اینکه اجرا و ابلاغ شود به سماع و نظر بخش خصوصی خواهد رسید؛ ضمن اینکه کارگروهی از اتاق بازرگانی و سازمان برنامه بر روی این برنامه کار خواهد کرد و بعد از اینکه توافق طرفین حاصل شد، ظرف این ماه آن را اجرایی خواهیم کرد.

بودجه واقعی‌بینانه است که در آن کاهش قدرت خرید مردم نیز دیده شده است و باید با توجه به ظرفیتی که ایجاد می‌کنیم، آن را جبران نماییم؛ به هر حال امیدواریم بودجه ۹۸ با همه این صعوبتی که دارد، در وقت مقرر، مشابه سال‌های گذشته تهیه شده و به مجلس ارائه شود. نوبخت با اشاره به نشست صبحانه کاری با اتاق ایران گفت: جلسه‌ای که امروز صبح در اتاق بازرگانی برگزار شد، به این منظور بود تا قبل از اینکه بخشنامه‌ای صادر شود بتوانیم از نظرات موثر بخش خصوصی و غیردولتی استفاده کنیم؛ چراکه دو برنامه اکنون با توجه به شرایطی که کشور دارد، لازم است که در کنار برنامه‌های عادی و توسعه‌ای اجرایی شود.

رئیس سازمان برنامه و بودجه افزود: یک برنامه در ارتباط با تقویت و حمایت از تولید و اشتغال است تا بتوانیم بنگاه‌های تولیدی کشور را که بار بزرگی از اشتغال را بر دوش دارند و سهم قابل توجهی در اقتصاد به خود اختصاص داده‌اند، مورد حمایت قرار گیرد تا جبران خسارت و آسیب‌هایی که به بنگاه‌های تولیدی وارد می‌شود، صورت

رئیس سازمان برنامه و بودجه با بیان اینکه کاهش قدرت خرید مردم در بودجه سال ۹۸ جبران خواهد شد، گفت باید در بودجه ظرفیتی برای این امر ایجاد کنیم.

به گزارش تسنیم، محمدباقر نوبخت در حاشیه صبحانه کاری اتاق بازرگانی ایران در جمع خبرنگاران در پاسخ به سوالاتی مبنی بر اینکه برای جبران کاهش قدرت خرید همه اقشار جامعه دولت در بودجه سال ۹۸ چه برنامه‌ای در نظر گرفته شده است؟ افزود: ستاد بودجه از نیمه تابستان کار خود را شروع کرده و هفتمین جلسه آن سه‌شنبه هفته گذشته تشکیل شد و فردا نیز جلسه بعدی است که در آن، نمایندگان اتاق بازرگانی، تعاون و اصناف مشارکت دارند تا بودجه به صورت واقعی‌بینانه تدوین شود؛ بر این اساس، سال آینده، سال ویژه‌ای برای کشور است و با توجه به شرایطی که الان وجود دارد و تحریم‌ها جدی شده است، باید از عقل جمعی که شامل کارشناسان دولتی و فعالان اقتصادی است، به نحوی شایسته‌تر استفاده کنیم.

رئیس سازمان برنامه و بودجه ادامه داد: به این جهت این بودجه، یک

تولید ۲۰۰ میلیون قطعه ماهی زینتی در کشور

خصوصی بیماری در بحث میگو کنترل شد.

به گفته وی، بسیاری از کشورها توسعه متراکم و نیمه متراکم میگو را در دستور کار خود قرار دادند، از این رو باید تلاش کرد تا بخش خصوصی در سیاست‌هایی که به صورت مستقل عمل می‌کند، این سیاست را دنبال کند.

معاون توسعه آبی‌پروری سطح زیر کشت میگو را ۱۱ هزار هکتار اعلام کرد و گفت: در برنامه ششم توسعه پیش‌بینی می‌شود که تولید به ۶۰ هزار تن برسد.

وی یکی از موضوعات اصلی میگو را غذای زنده اعلام کرد و گفت: با تلاش بخش خصوصی می‌توان تولید غذای زنده در داخل را توسعه داد

۷ استان ساحلی انجام می‌شود که عمده آن پرورش ماهی در قفس است.

وی بحث بازارهای داخلی و صادراتی را یکی از موضوعات مهم مطرح کرد و گفت: در آینده بحث بیماری و بهداشت ممکن است به عنوان چالش پیش رو گریبانگیر صادرات شود از این رو نیاز است که در حوزه تکثیر و پرورش آبزیان به بیماری توجه کنیم چرا که بیماری vhs قزل‌آلا در سال‌های اخیر خسارت سنگینی وارد کرد.

عبداللهی تصریح کرد: با توجه به آنکه امکان ریشه‌کشی بیماری آبزیان در کشور وجود ندارد، ولی می‌توان آن را کنترل و مهار کرد، همانگونه که در سال گذشته به سبب هماهنگی دامپزشکی، شیلات و بخش

رقابت صادرکنندگان در بیست و دومین رویداد صادراتی کشور

مرجع آمار صادراتی، راستی‌آزمایی دقیقی در معیارهای عنوان‌شده صورت پذیرد که با این رویکرد، حدود ۵۰درصد امتیاز متقاضیان به صورت شفاف و سیستمی در اختیار کارگروه صادرکننده نمونه قرار گرفته است. وی گفت: معیارهای کیفی مانند استاندارد و برند، تبلیغات و عضویت در تشکلهای نیز با نظر کارشناسان سازمان‌های ذی‌ربط و میزهای تخصصی کالایی مستقر در سازمان توسعه تجارت ایران مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و پرونده متقاضیان در دو محور ارزیابی به کارگروه انتخاب صادرکننده نمونه جهت بررسی و تأیید ارجاع می‌شود.

گفتنی است، کارگروه انتخاب صادرکننده نمونه به موجب مصوبه هیات وزیران به «شماره ۵۴۷۶۵/ت۹۴۸۱۷۱/ک» و به «تاریخ ۱۳۹۷/۵/۹»، به ریاست سازمان توسعه تجارت ایران، نمایندگان دفتر تخصصی وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان برنامه و بودجه، گمرک، بانک مرکزی، وزارت جهاد کشاورزی، سازمان ملی استاندارد، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و اتاق تعاون هر سال به بررسی و انتخاب صادرکنندگان نمونه می‌پردازند.

خسروتاج از رقابت ۵۱۰ صادرکننده در ۶۳ گروه کالایی و ۷ گروه خدمات فنی و مهندسی در بیست و دومین دور از انتخاب صادرکننده نمونه خبر داد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از روابط‌عمومی سازمان توسعه تجارت ایران، مجتبی خسروتاج معاون صادراتی وزیر صنعت با اشاره به رقابت ۵۱۰ صادرکننده در بیست و دومین دور از انتخاب صادرکننده نمونه گفت: از میان ۶۳ گروه کالایی، به تفکیک بیشترین متقاضیان از بخش کشاورزی و کمترین متقاضیان از بخش تجهیزات و ماشین‌آلات صنعتی ثبت نام کرده‌اند و همچنین در بخش صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی نیز ۴۳ متقاضی، از بخش‌های خدمات فنی و مهندسی، گردشگری و بخش IT اطلاعات خود را ثبت کرده‌اند.

وی درباره برگزاری جلسات کارگروه انتخاب صادرکننده نمونه افزود: چهارمین جلسه انتخاب صادرکننده نمونه در حالی برگزار شد که تاکنون، معیارها و شاخص‌های امتیازبندی، نحوه دریافت پرونده،

اخبار

پیش‌فروش‌ها تأثیری در کنترل بحران بازار خودرو ندارد

روش منسوخ قیمت‌گذاری دستوری خودرو فقط در کشور ما اجرا می‌شود

دبیر انجمن خودروسازان ایران اظهار داشت در جلسه‌ای که روز گذشته با حضور آقای دکتر محمدباقر نوبخت رئیس سازمان برنامه و بودجه در اتاق صنایع و معادن ایران داشتیم هر یک از تشکل‌ها مسائل و مشکلات خود را مطرح کردند و انجمن خودروسازان ایران نیز مشکلات صنعت خودرو از جمله معطلی زیاد در صف نیما برای تخصیص ارز را مطرح کرد.

به گزارش خبر خودرو، دبیر انجمن خودروسازان ایران به ارائه توضیحاتی در خصوص آخرین وضعیت بازار خودرو پرداخت. احمد نعمت‌بخش افزود: در جدولی که در جلسه دیروز با حضور آقای دکتر نوبخت ارائه و مصاد آن را قرائت کردم، درصد افزایش قیمت مواد اصلی تولید خودرو و همچنین افزایش نرخ ارز از اسفند ۹۴ تا شهریور ۹۷ به این صورت آمده است: آلومینیوم ۲۷۷ درصد، مواد پلیمری ۲۵۵ درصد، ورق فولادی ۱۶۶ درصد، مس، قراضه، سرب و فولاد آلیاژی به ترتیب ۱۷۲، ۲۲۹، ۲۷۳ و ۱۲۵ درصد افزایش داشته و افزایش حداقل حقوق ماهانه، افزایش نرخ دلار بازار آزاد و افزایش نرخ دلار مبادلاتی (نیما) به ترتیب ۵۶، ۳۱۷ و ۱۸۱ درصد بوده است. این در حالی است که در بازه زمانی یادشده، شورای رقابت مجوز افزایش قیمت حداکثر دوازده و نیم درصدی به خودروسازان اعطا کرده است و این مساله علاوه بر اینکه مبین زیاندهی خودروسازان و عدم کارایی قیمت‌گذاری دستوری از سوی شورای رقابت است دلیل کیفیت پایین خودروها را نیز در بر دارد.

نعمت‌بخش اظهار داشت: در جلسه‌ای که پیش از این با آقای محمدرضا نعمت‌زاده وزیر پیشین صمت داشتیم ایشان گفتند مدیرانی که نتوانند یوزانس سه ساله دریافت کنند بی‌عرضه هستند. این درحالی است که مدیران حوزه خودرو اقدام به خرید از طریق یوزانس یک ساله کرده و خودرو را تولید و با ارز ۳۸۰۰ تا ۴۲۰۰ تومان قیمت‌گذاری کرده و اقدام به فروش به مردم کرده‌اند و همزمان با سررسید یوزانس‌ها اعلام شده که لازم است خودروسازان اقدام به تسویه‌حساب با ارز نیما نمایند و مسلم است که اخذ مابه‌التفاوت از مردمی که سند خودروهای ایشان صادر شده امکان‌پذیر نیست. در واقع تمام تولیدکنندگانی که از طریق یوزانس اقدام به خرید کرده و محصولات را با همان قیمت به فروش رسانده‌اند متضرر شده و چه بسا ورشکست شوند.

دبیر انجمن خودروسازان ایران گفت: علاوه بر نامه‌نگاری انجمن خودروسازان ایران در سال ۹۳، آقایان نعمت‌زاده و شریعتمداری نیز به معاون اول رئیس جمهور و سازمان برنامه و بودجه به عنوان دبیرخانه شورای اقتصاد نامه‌نگاری کرده و بارها درخواست لغو انحصار صنعت خودروی سواری را کرده‌اند و امیدواریم این مهم در شورای اقتصاد اتفاق افتد تا بدین ترتیب بتوانیم از بوروکراسی شورای رقابت رهایی یافته و همانند تجربه دهه ۷۰ بتوانیم خودرو را در حاشیه بازار فروخته و دست دلالتان را از این بازار کوتاه کنیم. وی افزود: اگر این امر محقق شود بخشی از تقاضای کاذب کنترل شده و در زمان پیش‌فروش و فروش خودرو مردم عادی موفق به خرید خودرو خواهند شد و پول‌های سرگردان و دست دلالتان و واسطه‌ها از بازار خودرو دور خواهد ماند.

وی گفت: تنها راه کاهش تقاضا فروش خودرو در حاشیه بازار است، در این مورد نیز خردادماه امسال طی نامه‌ای به آقای شریعتمداری وزیر صمت اعلام کردم که قیمت هر کالایی را عرضه و تقاضا منطبق می‌کند که این یک اصل اقتصادی است.

وی گفت: در این خصوص جلسات متعدد با وزیر صمت داشته و وزیر قانع شده و باید دید مراحل امر چگونه پیش خواهد رفت. نعمت‌بخش افزود: خودروسازان وظیفه خود را در راستای افزایش تولید انجام داده‌اند چرا که خودروسازان در سال ۹۵ نسبت به ۹۴ چهل درصد، ۹۶ نسبت به ۹۵ پانزده درصد و در دو ماهه نخست امسال نسبت به دو ماه مشابه در سال ۹۶ سی و یک درصد افزایش تولید داشته‌اند اما کاری که در جهت کاهش تقاضا می‌توان انجام داد و تجربه موفق آن را در دهه ۷۰ نیز داشته‌ایم فروش خودرو در حاشیه بازار و بدون قیمت‌گذاری دستوری است.

وی گفت: روش شورای رقابت علاوه بر اینکه دست سودجویان را باز گذاشته باعث ضرر و زیان شرکت‌های خودروسازی شده است، به طوری که شرکت سایپا در مجموع سال جاری ۱۷۰۰ میلیارد تومان زیان اعلام کرد. در واقع قیمت‌گذاری شوروی رقابت باعث بدبختی شرکت‌ها، اختلاف قیمت بین کارخانه و بازار و عدم دسترسی مردم عادی به خودرو با قیمت کارخانه شده است.

وی افزود: اگر خودروساز در زمان پیش‌فروش اعلام کند که در زمان تحویل، خودرو به قیمت حاشیه بازار واگذار خواهد شد، ۹۰ درصد تقاضاها از بین رفته و محصولات به دست خریدار واقعی رسیده و به دلیل کاهش تقاضا خود به خود قیمت‌ها نیز با کاهش مواجه خواهند شد.

نعمت‌بخش افزود: به عنوان نمونه اگر در حال حاضر قیمت خودروی پژو ۲۰۶ در بازار ۸۰ میلیون تومان باشد و خودروساز بتواند با چند درصد پایین‌تر از قیمت بازار، قیمت فروش فوری این خودرو را ۷۷ میلیون تومان اعلام کند، بعد از یک هفته از تحویل خودروها به این قیمت، قیمت بازار به ۷۷ میلیون تومان کاهش خواهد یافت و اگر خودروساز فروش تحویل فوری هفته بعد را با درصدی کمتر و مثلاً مبلغ ۷۵ میلیون تومان به فروش برساند و این روند ادامه یابد، در نهایت قیمت خودرو به اندازه کافی کاهش خواهد یافت و قیمت‌ها واقعی خواهند شد و مردم نیز ناچار به خرید از دلالتان با قیمت گزاف نخواهند بود و این روش قیمت‌گذاری تنها راه حل خروج از بحران در بازار خودرو است، یعنی فرایند حذف قیمت‌گذاری دستوری اعم از شورای رقابت یا سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

وی درخصوص فروش کرد ملی در جریان پیش‌فروش ایران خودرو گفت: ایران خودرو و سایپا تمام تلاش خود را برای خرید خودرو توسط مصرف‌کننده واقعی می‌کنند اما متأسفانه مسائل اینجینرسی پیش می‌آید و لذا تأکید می‌کنم که تنها راه حل تمام این مسائل بازگشت به تجربه موفق دهه ۷۰ و فروش به قیمت حاشیه بازار است.



گونه‌ای که در ماه‌های خرداد و تیر که نوسانات قیمت خودرو در اوج بود، کمبود عرضه خودرو از سوی شرکت‌ها نیز مزید بر علت شد و گاه دلالتان و فروشندگان خودرو به مشتریان می‌گفتند که تا اطلاع ثانوی خودروی جدیدی از سوی شرکت عرضه نمی‌شود و باید در صورت نیاز خودروی دست دوم خریداری کنید. از این رو هم دلالتان در بازار سود مضاعفی می‌بردند و هم بازار دست دوم‌ها رونق می‌گرفت، اما از نیمه‌های مردادماه و اوایل شهریورماه که برنامه‌ریزی‌هایی مبنی بر تولید خودرو برای ۴۵ روز آینده و بهار ۹۸ صورت گرفت و دو خودروساز داخلی، ایران خودرو و سایپا طرح‌های پیش‌فروش خود را ارائه کردند و به تدریج عرضه خودرو از بار مسئولیت افزایش قیمت‌ها رها شد. البته هنوز ۹۰ هزار خودروی وعده داده و پیش‌فروش شده به بازار تزریق نشده و به دست مصرف‌کنندگان نرسیده است که بخواهد بازار را تعدیل کند، اما آثار کاهش تدریجی قیمت‌ها و شکست حباب‌های قیمتی در بازار از این سو مشاهده می‌شود.

محدودیت واردات قطعات و ممانعت‌های ترخیص آن‌ها

از ابتدای مردادماه امسال تا اواسط شهریورماه، واردات قطعات خودرو به کشور با محدودیت و ممنوعیت‌هایی همچون پرداخت مابه‌التفاوت نرخ ارز و گشایش نشدن اعتبارات باعث شد تا قطعات از پیش خریداری شده نیز ترخیص نشوند و در مقابل بیش از ۷۰ هزار خودروی ناقص در کف کارخانه‌ها تولید شوند و همین کمبود و دیرکرد عرضه نیز مزید بر علت نوسانات بازار خودروهای داخلی شود.

ثبت سفارش خودرو با ارز ۴۲۰۰ تومانی را به واردکنندگان داده بود، اما پس از خرید تعداد زیادی خودرو با ارز دولتی ناگهان ورق برای واردکنندگان برگشت و دولت اعلام کرد نباید ارز دولتی به خودروهای خارجی و لوکس تعلق گیرد و باید واردکنندگان خودرو مابه‌التفاوت نرخ ارز دولتی و آزاد را جهت ترخیص خودروهای خود پرداخت کنند که این ماجرا تاکنون نیز ادامه دارد و حدود ۲۰ هزار خودروی خارجی پشت درهای گمرک چشم انتظار ترخیص هستند.

از این رو بسیاری از فعالان بازار بر این باورند، تصمیم‌های یک شبه و فوری دولت مبنی بر ثبت سفارش یا عدم ثبت سفارش خودرو باعث بهم خوردن ثبات قیمتی در بازار وارداتی‌ها می‌شود.

نقش دلالتان در بازار خودرو

نمی‌توان در زمانی که بازار خودرو تحت تأثیر نوسانات نرخ ارز در جوش و خروش بود، نقش دلالتان بازار را در افزایش تلاطم بازار نادیده گرفت. چرا که این دلالتان بودند که نرخ‌های جدید را تعیین و جداول قیمتی را بالا و پایین می‌کردند و مانع از خرید و فروش برخی خودروها می‌شدند تا بازار آن را در دست بگیرند. از این رو گاهی هم حتی اگر نوسانات قیمتی تحت تأثیر سایر موارد بالا و پایین می‌شد، بازهم همه کاسه و کوزه‌ها بر سر دلالتان شکسته می‌شد.

کمبود عرضه خودرو توسط تولیدکنندگان

ناگفته نماند که کمبود عرضه خودرو یکی دیگر از مهم‌ترین عوامل نوسانات قیمت خودرو در بازار داخلی‌ها بود که بارها از سوی کارشناسان و فعالان بازار به خودروسازان خورده گرفته شد، به

تلاطم بازار ارز یا حضور دلالتان، کمبود خودرو یا خروج آمریکا از برجام، کاهش تولید خودرو یا افزایش واردات و در نهایت ممنوعیت واردات خودرو و محدودیت واردات قطعات خودرو کدام یک مهم‌تر و مقصر اصلی بازار خودرو در نیمه ابتدایی سال ۹۷ بودند و بازار را بهم ریختند؟

به گزارش پدال نیوز، از نیمه‌های فروردین‌ماه امسال تا همین لحظه که موج گرانی خودرو بر بازار سلطنت می‌کند؛ افراد و تصمیمات زیادی بوده‌اند که به نقش اساسی در بهم خوردن بازار خودرو داشته‌اند و به نوعی از جمله مقصران اصلی نوسانات قیمت‌ها در بازار خودرو بوده‌اند؛ به گونه‌ای که بارها از سوی مسئولان، کارشناسان و فعالان بازار معرفی شده و تقصیرها به گردن آن‌ها افتاده است.

در این گزارش دلایل کارشناسان، مسئولان و فعالان بازار دلیل مقصر شناخته شدن هر یک از عوامل بر بازار خودرو آمده است:

نوسانات بازار ارز

التهابات و نوسانات بازار ارز که از بهار امسال و همزمان با شروع سال جدید وارد اقتصاد کشور شد؛ توانست روز به روز به میزان التهاب بازارهای سرمایه‌ای همچون خودرو منجر شود تا جایی که در ابتدا قیمت خودروهای وارداتی در اردیبهشت ماه روند رو به رشد به خود گرفت، با گذشت زمان در سه ماهه ابتدای سال و افزایش پله‌ای نرخ ارز، قیمت برخی خودروهای وارداتی تا ۵۰ درصد گران‌تر شد و بازار شکل جدیدی به خود گرفت. در آن روزها واردات و ثبت سفارش خودرو باز بود و دولت نیز براساس دستور تک نرخی شدن ارز، مجوز خرید و

قیمت خودرو در حاشیه بازار تعیین شود

فرآیند تخصیص ارز از سامانه نیما و تخصیص و صدور حواله پس از ثبت سفارش، واگذاری مکانیزم کنترل اقلام و مبالغ به تشکل‌های مرتبط و بهره‌گیری از امکانات استان‌ها برای تخصیص ارز در این راستا سودمند است. وی همچنین تعریف روش‌های تقویت قدرت خرید مصرف‌کنندگان نهایی خودرو نظیر اقساط بلندمدت و بهره کم را خواستار و یادآور شد: افزایش قیمت خودرو، کاهش تقاضای واقعی را به دنبال خواهد داشت. به گفته این عضو اتاق بازرگانی ایران، تسهیل و تسریع در ترخیص مواد اولیه و قطعات موجود در گمرک، تعریف سیاست‌ها و مکانیسم‌های تشویقی برای داخلی‌سازی مواد و قطعات خودرو و تعیین سهمیه مواد اولیه (فلزی و پلیمری) متناسب با نیاز صنعت خودرو با قیمت مبتنی بر ارز سامانه، از دیگر موارد مورد انتظار است.

تعویق استانداردهای هشتادوپنچ‌گانه

وی خواستار به تعویق افتادن اجباری شدن استانداردهای هشتادوپنچ‌گانه شد و اظهار داشت: با توجه به اعمال تغییرات مبتنی بر فناوری روز روی خودروها برای پاس کردن برخی از این استانداردها و تعلیق پروژه‌های مرتبط توسط همکاران خارجی شرکت‌های قطعه‌ساز به دلیل تحریم، جایگزینی شرکت‌های جدید زمانبر است. رئیس انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان کشور بر ایجاد

رئیس انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان کشور تعیین قیمت خودرو در حاشیه بازار، تسریع در ترخیص مواد اولیه و قطعات و به تعویق افتادن اجباری شدن استانداردهای هشتادوپنچ‌گانه را به عنوان سه پیشنهاد برای رفع چالش‌های صنایع خودرو و قطعه‌سازی مطرح کرد.

به گزارش پدال نیوز به نقل از ایرنا، «محمدرضا نجفی‌منش» روز سه‌شنبه خواستار خروج شورای رقابت از قیمت‌گذاری خودرو شد و افزود: تعیین مکانیزم عرضه و تقاضا در حاشیه بازار توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان می‌تواند به تثبیت قیمت خودرو منجر شود.

به گفته این مقام صنفی، مشابه چنین اقدامی و تعیین قیمت‌ها در حاشیه بازار در سال ۱۳۷۶ نیز انجام شد و توانست برای حدود یک دهه ثبات قیمت را برای صنعت خودرو به همراه آورد.

وی خواستار متناسب‌سازی حد اعتباری خودروسازان و قطعه‌سازان با شرایط روز قیمت مواد و قطعات و نقدینگی مورد نیاز شد و ادامه داد: خواستار افزایش سقف اعتباری هر یک از خودروسازان به ۱۰ هزار میلیارد تومان و ۲ برابر شدن حد اعتباری قطعه‌سازان تخصیصی هستیم. نجفی‌منش، تسهیل فرآیند تخصیص ارز را برای تقابل با چالش‌های روز صنعت خودرو و قطعه‌سازی خواستار شد و افزود: اصلاح

چهارمین اجلاس «وب فارسی» آبان ماه برگزار می‌شود

چهارمین اجلاس وب فارسی با حمایت وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و با حضور جمعی از مدیران کشوری و نخبگان سایبری، توسعه‌دهندگان فضای مجازی و تجارت الکترونیک سوم آبان‌ماه در تهران برگزار می‌شود. به گزارش بازگانی خبرگزاری مهر، حمیدرضا همتی، رئیس اجلاس توسعه‌دهندگان وب فارسی ضمن بیان مطلب فوق اظهار کرد: برگزاری این اجلاس در راستای هم‌افزایی ارتباط بخش خصوصی، بخش دولتی و نهادهای بالادستی است و نیز در آن به معرفی تکنولوژی‌های روز ایران و جهان می‌پردازیم. وی با اشاره به اینکه این اجلاس سوم آبان‌ماه سال جاری و در مرکز همایش‌های وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برگزار می‌شود، افزود: در این اجلاس، فعالان بخش خصوصی، نخبگان سایبری، توسعه‌دهندگان فضای مجازی و تجارت الکترونیک و نیز مدیران کشوری و لشکری کشور به تهران می‌آیند.



دریچه

۳۶ قانون در شبکه‌های اجتماعی بازاریابی دیجیتال خود را بهینه کنید

مترجم: امید گوهری

آیا در شبکه‌های اجتماعی قوانینی وجود دارد؟ در آشفته بازار کنونی، آیا شرکت‌ها باید از قوانینی خاص تبعیت کنند تا بازاریابی دیجیتال بهینه‌ای داشته باشند؟ ۳۶@ thekraushalsoni قانون شبکه‌های اجتماعی را مطرح کرده است. در حالی که این قوانین اثر مطلوبی در رسیدن به اهداف تبلیغاتی دارند، در این پست تنها چکیده‌ای از این قوانین که به صورت عملی می‌توان در بازاریابی دیجیتال در نظر گرفت، عنوان می‌شود.

نگرش‌های عملی جهت بهبود عملکرد بازاریابی دیجیتال ۱. جوامع مجازی بر پایه مشتریان است

بسیاری از قوانین عنوان‌شده در اینفوگرافیک انتهای متن نشان‌دهنده اصول مرکزی بازاریابی چه به صورت عام و چه به صورت خاص در بازاریابی دیجیتال است. برای مثال قانون شماره ۳۳ می‌گوید که طرفداران تان، مالکین برند هستند. این موضوع کاملاً درست است. صرف‌نظر از اینکه فکر می‌کنید برندان چقدر فوق‌العاده و تا چه حد روابط کارمندان تان با مشتریان عالی است و صرف‌نظر از اینکه تصور می‌کنید رقبای تان چقدر محصولات‌شان گرانتر و عملکردشان ضعیفتر است، مادامی که هواداران تان (و به صورت کلی‌تر، بازار هدف تان) موافق این موضوع نباشند، شما شکست خورده‌اید. زمانی یک گروه تبلیغاتی و عملکرد نماینده آن را زیر نظر گرفتیم. بعد از آنکه نمونه کار شرکت ارائه شد، اعضای گروه تایید کردند که نتیجه افتضاح است. نماینده شرکت به شدت عصبانی شد و گفت اعضای آن گروه خیلی احمق هستند چون متوجه کیفیت برتر آن محصول نشده‌اند. بعد از آنکه من نماینده آن شرکت را که تا سرحد سکنه قلبی پیش رفته بود آرام کردم، به او توضیح دادم اعضای گروه به خوبی دلیل عدم‌علاقه‌شان به آن محصول را عنوان کردند. به جای اینکه از دست آنها عصبانی شوید، باید بازخوردهای‌شان را دریافت کنید و به دنبال بهبود محصول تان باشید؛ به گونه‌ای که مشتریان آن را پسندند. عملکرد خود را در بازار با شنیدن نظرات مشتریان تان بهبود بخشید. آنها برند شما را قضاوت می‌کنند و کلید موفقیت‌تان هستند. مشکلاتی که مطرح می‌کنند را به بهترین نحو ممکن برطرف سازید. توجه داشته باشید مشتریان تان مشخص می‌کنند چه چیزی مطلوب است.

۲. محتوا اصل ماجراست

محتوا نه تنها در سئو کردن اهمیت بسیاری دارد، بلکه بهترین ابزار برای دستیابی به بازار هدف و رهنمون آنها به سمت محصولات تان است. قوانین شماره ۲ و ۱۱ در شبکه‌های اجتماعی، با این بینش مرتبط هستند. درک اطلاعات و خدماتی که بازار شما نیاز دارد و ارائه محصولی برای رفع آن، کلید بهترین عملکرد در بازار است. همچنین مهم است محتوای خود را با جایگاهی که مشتری در چرخه خرید دارد همگام سازید. تصویر بعد را مشاهده کنید. ایجاد ارتباط میان جایگاه مشتری در چرخه خرید و محتوا، مستلزم آن است که بداند مشتری شما کیست و چه می‌کند تا بتوانید محتوای مناسب را ارسال کنید. مثال مناسب این مسئله سایت آموزون است. هیچ جای تعجب ندارد که آنها فروش اینترنتی را قبضه کرده‌اند؛ چون با الگوریتم‌های‌شان جست‌وجوهای قبلی مشتریان را بررسی می‌کنند و می‌انند که او به چه چیزی نیاز دارد. محتوا را در مورد خودتان نسازید، در مورد مشتریان تان بسازید. ارائه محصول به بازار، به شما این اجازه را می‌دهد تا قدری برای برندان تبلیغ کنید. علاوه بر این محتوا باید در یک جریان اجتماعی قرار بگیرد، نه اینکه آن جریان را با پیام‌های تبلیغاتی مختل کند. مشتریان به سرعت متوجه پیام‌های تبلیغاتی می‌شوند و آنها را بلاک می‌کنند. عملکرد خود را در بازار با تولید تبلیغات سازگار با جریان و نه مزاحم جریان، بهبود بخشید.



۳. قوانین شبکه‌های اجتماعی، حقیقی بودن را شامل می‌شوند این مورد با قانون شماره ۲ سازگار است. مردم می‌خواهند با افراد حقیقی صحبت کنند، نه با برندهای تجاری. پس ایرادی ندارد که در نوشتن متن کمی غلط نگارشی داشته باشید. انسان‌ها اشتباه می‌کنند و هیچ‌کس ایده‌آل نیست. در حقیقت برخی از این اشتباهات خنده‌دار هستند، مخصوصاً زمانی که با خندیدن به خودتان مشکلی نداشته باشید. خودتان باشید، اما بیش از حد خودتان نباشید. بعد از توثیقاتی اخیر نژادپرستانه دیزنی، پخش نمایش کمدی روزان (Rosanne) به سرعت کنسل شد.

عملکرد خود در بازار را با حقیقی بودن و مکالمه با مردم در شبکه‌های اجتماعی و نه در یک گروه بی‌نام و نشان بهبود بخشید. با کاربران در ارتباط باشید و ذهن آنها را با برند خود مشغول سازید. به کاربرانی که به برند شما در سایر صفحات اشاره می‌کنند توجه کنید. دیدگاه‌های مثبت و منفی را در مورد برندان نشر دهید. توجه کنید که دیدگاه‌های منفی به شما در مسیر رشد کمک می‌کنند.

۴. یکپارچگی را در تبلیغات حفظ کنید

بسیار مهم و چالش‌برانگیز است که یکپارچگی را در تمامی پلتفرم‌های تبلیغاتی و پیام‌رسانی آفلاین حفظ کنید. شرایط جایی سخت‌تر می‌شوند که نهاد مدیریت بازاریابی شرکت تان از کارمندان متفاوت در پیام‌رسانی آفلاین و آنلاین بهره‌برد و تیم‌های متفاوتی آن را مدیریت کنند. بدون حفظ یکپارچگی، پیام‌های شما نامفهوم می‌شوند و مشتریان متوجه نمی‌شوند شما چه هستید و چگونه عمل می‌کنید. برای مثال فروش اتومبیل با برندهای متفاوت (جنرال موتورز، فورد و غیره) را در نظر بگیرید که صرف‌نظر از تبلیغات باکیفیتی که کارخانه‌ها ایجاد می‌کنند، در اثر مدیریت ضعیف یک فروشنده محلی، دچار کیفیت نامطلوبی می‌شوند.

عملکرد خود را در بازار با همکاری پیوسته میان بخش‌های مختلف تبلیغات و شفافیت پیام‌های تبلیغاتی، بهبود بخشید.

۵. اندازه‌گیری، ارزیابی و تکرار کنید

احتمالاً مهم‌ترین قانون در شبکه‌های اجتماعی، اندازه‌گیری است. اگر اندازه‌گیری انجام نشود، شما متوجه نمی‌شوید در کجا هستید و تا چه حد عملکردتان بهبود یافته است. اندازه‌گیری باید بر مبنای پارامترهای مرتبط با بازگشت سرمایه، از جمله تعداد اقدام به خرید بازدیدکننده‌ها باشد، نه آمارهای گول‌زننده مانند تعداد دنبال‌کننده‌ها.

بدیهی است که تعداد دنبال‌کننده‌ها نیز از دیدگاه نظری اهمیت زیادی دارد، چراکه به معنای مخاطب بیشتر برای پیام‌هاست. اما این آمار به تنهایی کاربردی نیست.

برای مثال، دختر من یک رمان عاشقانه با اسم هنری آنودری راوین نوشته است. با اینکه تعداد دنبال‌کننده‌های توییتر او بسیار کم هستند (کمتر از هزار @Audrey_Ravine)، او با طرفدارانش ارتباط نزدیکی در برنامه‌های مختلف دارد و قسمت‌هایی از کتابش را در این برنامه‌ها در اختیار آنها قرار داده است. تا به اینجا می‌کارد، تعداد پیش‌سفارش‌های کتاب او نسبت به اولین اثر بسیاری دیگر از نویسنده‌ها، بیشتر بوده است. برای درک بهتر این مسئله به قاعده شماره ۳ رجوع کنید.

به همین خاطر است که ما تعداد دنبال‌کننده‌ها را پارامتری گول‌زننده می‌نامیم. آنها باعث می‌شوند بهتر به نظر بیایید، مخصوصاً در نگاه مدیرتان؛ اما در واقع بازگشت سرمایه چیزی است که شما باید برای بهبودش تلاش کنید.

عملکرد خود را در بازار با توسعه شاخص‌هایی که با پارامتر بازگشت سرمایه در ارتباط هستند، بهبود بخشید.

منبع: marketinginsidergroup

فیس‌بوک مدیر جدید اینستاگرام را معرفی کرد

هفته گذشته بنیانگذاران اینستاگرام پس از آنکه این شبکه اجتماعی را به ارزشمندترین خرید فیس‌بوک تبدیل کردند، از سمت‌های خود استعفا دادند. حال فیس‌بوک سعی کرده با انتصاب فرد جدید سریع‌ا روال موجود را به حالت عادی بازگرداند. از این رو کمپانی یادشده آدام موسری یکی از پیشکسوتان شبکه‌های اجتماعی را به عنوان مدیر جدید اینستاگرام معرفی کرد. به گزارش دیجیاتو، آدام موسری کار خود در شبکه‌های اجتماعی را در سال ۲۰۰۸ میلادی به عنوان طراح محصول آغاز کرد و ۱۰ سال است در همین حوزه فعالیت دارد. او پیش از آنکه به مدیریت اینستاگرام برگزیده شود، نایب‌رئیس محصول این شبکه اجتماعی بود. حتی پیشتر نیز معاونت بخش اخبار و تیم رابط کاربری فیس‌بوک را برعهده داشته است. «کوبین سیستم‌تروم» و «مایک کریگر» در سال ۲۰۱۰ اینستاگرام را توسعه داده و دو سال بعد آن را به قیمت یک میلیارد دلار به فیس‌بوک فروختند. سیستم‌تروم و کریگر از آن زمان به عنوان مدیرعامل و مدیر فنی ارشد این کمپانی مشغول به فعالیت بودند، حال این دو نفر پس از انتصاب موسری به عنوان جایگزین طی بیانیه‌ای رسمی اعلام کردند: «ما خوشحالیم که رهبری شبکه اجتماعی خود را به فردی می‌سپاریم که سابقه زیادی در طراحی دارد و می‌تواند روی سادگی و هنر این پلتفرم تمرکز کند. علاوه بر این او اهمیت وجود انجمن‌های عمومی را عمیقاً درک می‌کند. این اصول و ارزش‌ها از ابتدا برای اینستاگرام اهمیت زیادی داشت و خوشحالیم که فردی لایق قرار است روش‌مان را در این شبکه اجتماعی ادامه دهد.» مدیر جدید اینستاگرام قرار است روند فعالیت کاری خود را به کریس کاکس، سرپرست محصولات فیس‌بوک گزارش دهد. از نظر کارشناسان او منطقی‌ترین گزینه برای هدایت اینستاگرام به شمار می‌رود چراکه تجربه زیادی در هدایت فیس‌بوک کسب کرده و با مخاطبین جوان نیز آشناست. به همین دلیل می‌تواند به راحتی از ظرفیت‌های این شبکه اجتماعی استفاده کرده و آن را به بازاری مناسب برای تبلیغ محصول تبدیل کند.

به نظر می‌رسد با استعفای بنیانگذاران اینستاگرام، زاک‌برگر و موسری می‌توانند مستقیماً نحوه فعالیت شبکه اجتماعی یادشده را کنترل کنند و یکپارچگی بیشتری میان اینستاگرام و فیس‌بوک ایجاد کنند.

دست معلمان برای مهارت آموزی به دانش آموزان ابتدایی باز است

مدرسه فعالیت‌های عملی داشته باشند و مهارت‌های اصلی را فرا بگیرند البته ممکن است این مهارت‌ها با توجه به دوره‌های مختلف تحصیلی و شرایط سنی دانش آموزان از یک دوره به دوره دیگر متفاوت باشد.

معاون آموزش ابتدایی وزارت آموزش و پرورش تصریح کرد: با توجه به اینکه دوره ابتدایی در نظام تحصیلی پایه و بنیادین است برای آموزش مهارت‌ها در برنامه‌ای که امسال برای ارائه تکالیف مهارت‌محور به جای مشق شب در نظر گرفته‌ایم سعی کردیم دانش آموزان تکالیف را در کلاس درس انجام داده و بازخورد آن را از معلم دریافت کنند و در ساعت‌های خارج از مدرسه به تمرین مهارت‌ها بپردازند.

به گفته حکیم‌زاده مهارت‌های اساسی که برای این دوره مدنظر است و در سند برنامه درسی ملی نیز ذکر شده شامل آداب و مهارت‌های زندگی، خودمدیریتی در اداره امور زندگی، آداب معاشرت، آداب معیشت، مدیریت زمان، مدیریت رفتارهای هیجانی و خودآگاهی، ارتباط موثر و مسئولیت پذیری، مهارت حفظ محیط زیست، مهارت مدیریت مالی و استفاده درست از منابع است.

معاون آموزش ابتدایی وزارت آموزش و پرورش با بیان اینکه دست مدیران و معلمان مدارس برای هر گونه خلاقیت در مهارت‌آموزی به دانش‌آموزان دوره ابتدایی باز است، گفت: این معاونت بسته پیشنهادی در اختیار

معاونان آموزش ابتدایی سراسر کشور درباره مهارت‌آموزی دانش‌آموزان ارائه کرده اما الزام‌آور نیست.

رضوان حکیم‌زاده روز سه‌شنبه در گفت و گو با خبرنگار حوزه آموزش ایرنا، درباره پرسش مهر ریاست جمهوری مبنی بر اینکه دانش‌آموزان چه مهارت‌هایی را می‌توانند بیاموزند، افزود: برای تقویت یک مهارت، معلمان می‌توانند فعالیت‌های متعددی را با توجه به شرایط محیطی و اقلیمی و امکاناتی که در اختیار دانش‌آموزان قرار دارد، ارائه کنند.

وی عنوان کرد: بحث مهارت‌آموزی موضوع مهمی است به این دلیل که آموخته‌های کلاسی دانش‌آموزان فقط تبدیل به محفوظات نشود که صرفاً در برگه امتحانی نوشته شده و بعد به فراموشی سپرده شود. حکیم‌زاده اظهار داشت: لازم است بچه‌ها بتوانند چه در درون و چه بیرون از



صادرات دستاوردهای دانش بنیان اردبیل به اندونزی

عبدالقیوم قلی‌پوری ظهر دیروز در جریان بازدید سفیر اندونزی از پارک علم و فناوری استان اردبیل در جمع خبرنگاران اظهار داشت: پارک علم و فناوری استان اردبیل ۴ سال قبل فعالیت خود را در استان آغاز کرد و از ابتدای شروع به کار پارک، نگاه بین‌المللی به فعالیت‌های این پارک داشتیم، به گزارش تسنیم، وی گفت: با سفیر جمهوری آذربایجان در ایران نیز رازینی داشتیم و همکاری‌هایی نیز صورت گرفت که امروز نیز میزبان سفیر اندونزی در ایران هستیم که در نمایشگاه اصفهان، در غرفه پارک علم و فناوری استان اردبیل حضور یافته و فعالیت‌های پارک را رصد کرده بودند. رئیس پارک علم و فناوری استان اردبیل افزود: در این بازدید که سفیر اندونزی از نمایشگاه دستاوردهای پارک علم و فناوری استان اردبیل داشتند، نمونه‌ای از تولیدات و توانمندی‌های مراکز دانش بنیان استان اردبیل به نمایش گذاشته شد و سفیر اندونزی نیز این دستاوردها را مطلوب ارزیابی کردند.



یادداشت

۵ عنصر مهم در بازاریابی مستقیم وب‌سایت

رایگان، کد تخفیف، ارائه نمونه‌ها یا کتاب‌های رایگان باشد.

قدم سوم: بازدیدکنندگان از طریق موبایل

هنگام طراحی وب‌سایت خود تأکید زیادی بر نحوه طراحی وب‌سایت واکتش مستقیم در گوشی‌ها داشته باشید. در سال ۲۰۱۴ تعداد جست‌وجوهای آنلاین در گوشی‌ها بیشتر از دسکتاپ بود و این میزان روزانه در حال افزایش است. اگر ارائه خدمات وب‌سایت شما بر روی گوشی امکان‌پذیر نیست و بازدیدکنندگانی که از گوشی استفاده می‌کنند از کیفیت سایت راضی نیستند، مشتریان زیادی را به رقیبان خود -که استفاده از سایت آنها بر روی گوشی‌ها نیز ساده و مساعد است- واگذار خواهید داد.

قدم چهارم: سیستم پیگیری

یک جنبه حیاتی دیگر از وب‌سایت‌ها داشتن یک سیستم پیگیری پیوسته و شبانه‌روزی است. این کار باید تا زمانی ادامه داشته باشد که مشتری «با خرید کند، یا بمیرد یا عضویت خود را کنسل کند». اگر شخصاً وقت ندارید تا این سیستم را بر روی وب‌سایت پیاده کنید، کسی را پیدا کنید تا این کار را برای شما انجام دهد و مطمئن باشید از صرف هزینه به این روش پشیمان نخواهید شد. ارتباط با مشتریان یا مخاطبان باعث ایجاد رابطه هرچه بهتر و مراجعان هرچه بیشتر می‌شود. از آنجایی که شما نمی‌دانید مشتریان‌تان در چه مرحله از پروسه خرید هستند، باید همواره ارتباط خود را با آنها حفظ کنید. در این صورت با رسیدن به آستانه انتخاب، اولین شخص در دسترس برای آنها، شما هستید. در چنین موقعیتی شما بهترین گزینه به نظر می‌آید؛ چرا که همواره و به صورت مداوم در تلاش بوده‌اید با ارائه موضوعات مرتبط و قابل اطمینان، با مخاطبان ارتباط برقرار سازید و اعتماد آنها را جلب کنید.

قدم پنجم: مقالات انتقادی و مروری

قسمتی از سایت شما باید به توصیه‌نامه‌ها و گفته‌های دیگران در مورد تجارت‌تان اختصاص داده شود. این عمل با نام «نقد‌های ۵ ستاره» نیز شناخته شده است. این که دیگران چه چیزی در مورد شما می‌گویند بسیار مهم‌تر و حیاتی‌تر از آن چیزی است که شما در مورد خودتان ارائه می‌دهید. به همین دلیل است که آسان‌ترین راه برای افزایش فروش، نمایش نقل‌قول‌ها و نقد‌های سوم شخص است؛ کسانی که بتوانند اعتماد مشتریان را جلب و آنها را به وب‌سایت شما متصل کنند.

یک انتقاد خوب باید مطابق با اصول واکتش مستقیم خاصی باشد که در اینجا به تعدادی از آنها اشاره می‌کنیم:

- انتخاب یکی از نقدها به عنوان سرتیتر که نشان‌دهنده رضایت فرد منتقد از محصولات یا خدمات شما باشد می‌تواند حس رضایت را به دیگر بازدیدکنندگان نیز انتقال دهد.

- منتقدان چه مشکلی داشتند و این مشکل چه تأثیری در احساسات آنها داشته است. نشان‌دادن احساسات نکته‌ای بسیار مهم است؛ چرا که اغلب افراد براساس احساسات‌شان تصمیم می‌گیرند و سپس تلاش می‌کنند با استفاده از منطق تصمیم‌شان را توجیه کنند.

- دلیل انتخاب محصولات شما از طرف فرد منتقد و عدم‌انتخاب محصولات رقیبان‌تان را بیان کنید.

- ذکر نام کامل فرد و شغل او بسیار مهم است. اگر می‌تواند یک آتش‌نشان هستم و بر روی سایت نظر یک آتش‌نشان دیگر را ببینم، احتمال اینکه از سایت خرید کنم بیشتر است؛ چرا که میان خود و فرد منتقد نوعی احساس ارتباط می‌یابم و همین امر سبب افزایش همکاری من با سایت می‌شود. نقدها باید با فونت «ایتالیک» نوشته شوند و علامت‌های نقل قول در ابتدا و انتهای آنها قرار بگیرد. با این کار متن اصلی سایت را از متن نقد جدا کرده و باعث شده‌اید تفاوت میان نوع ساختار متن جلب‌توجه هرچه راحت‌تر بازدیدکنندگان را به عمل آورد.

مترجم: سینا نیکدل

اصولاً هدف از تشکیل وب‌سایت‌ها کمک به توسعه تجارت شما و عملکرد آنها به این صورت است که کمک می‌کنند توجه مشتریان خود را جلب و آنها را متقاعد به خرید محصولات یا دریافت خدمات خود کنید. «وب‌سایت‌های واکنش مستقیم» نه تنها به بازدیدکنندگان انگیزه می‌دهند بلکه آنها را وادار به خرید نیز می‌کنند. طراحی این وب‌سایت‌ها به صورتی است که با هر کدام از مشتریان به صورت جداگانه ارتباط برقرار می‌شود و آنها را به برداشتن قدم اول در مسیر خرید سوق می‌دهد. آیا وب‌سایت کنونی شما این قابلیت را دارد؟

اگر می‌خواهید از صفر آغاز و با وب‌سایت کنونی خود را مجدد راه‌اندازی کنید، بهتر است چند قدم ذکرشده در زیر را به یاد داشته باشید.

قدم اول: کلمات کلیدی

ابتدا باید کلمات کلیدی که از طریق تحقیق و پژوهش به دست آمده‌اند را در دسترس داشته باشید؛ سپس این کلمات را به صورت استراتژیک در سایت خود قرار دهید. این کلمات سئو هستند که بیشتر در جست‌وجوهای آنلاین استفاده می‌شوند. هرچه تعداد بیشتری از این کلمات در سایت خود قرار دهید احتمال اینکه در جواب جست‌وجوی مصرف‌کنندگان دیده شوید و آنها از وب‌سایت شما دیدن کنند بالاتر می‌رود. لیست کلمات کلیدی به صورت رایگان در اینترنت موجود است. کلماتی که بیشتر با تجارت، برند، محصول یا خدمات شما سازگار و مرتبط هستند را پیدا و در سایت خود جاگذاری کنید. هرچه بازدیدکننده‌های بیشتری داشته باشید، گوگل رتبه‌بندی سئو شما را بالاتر خواهد برد. بازدیدهای مجدد به صورت پیوسته، نشان از محتویات مفید سایت شما دارند و گوگل نیز بر همین اساس امتیازات را در الگوریتم خود افزایش می‌دهد. با کسب امتیازات کافی، گوگل وب‌سایت شما را به صفحه نخست جست‌وجو انتقال می‌دهد و از آنجایی که نیمی از جست‌وجوهای آنلاین از طریق گوگل صورت می‌پذیرد و بیشتر خریدها در صفحه نخست جست و جو اتفاق می‌افتند، ارتقای امتیاز سایت و رساندن آن به این صفحه به شما کمک خواهد کرد. این پروسه به زمان، علم، هزینه و انرژی زیادی نیاز دارد که بیشتر صاحبان تجارت حاضر به صرف آنها نیستند. اما باید این سؤال را از خود بپرسید که آیا کسب و کار شما ارزش این هزینه و انرژی را ندارد؟

قدم دوم: طراحی ساده

اغلب اوقات مردم سایت‌هایی راه‌اندازی می‌کنند که حاوی مقادیر زیادی از اطلاعات است. این دسته از وب‌سایت‌ها ممکن است طیف گسترده‌ای از بازدیدکنندگان را به خود جذب کنند (به دلیل داشتن کلمات کلیدی زیاد)، اما تعداد بسیار کم و یا هیچ یک از آنها به مشتری‌های سایت تبدیل نمی‌شوند. هدف اصلی از طراحی سایت این است که بازدیدکنندگان به جای «خروج» بر روی «خرید» کلیک کنند. وب‌سایت واکتش مستقیم شما باید طراحی ساده‌ای داشته باشد تا گشت و گذار در آن آسان باشد. این وب‌سایت باید حداقل ۱۰ مورد برای سرگرمی مشتری‌های احتمالی فراهم کند که تنها یکی از آنها «خرید کردن» است. شما برای جذب مشتری‌های جدید می‌توانید «پیشنهاد ویژه» در سایت خود ارائه دهید (مانند ارائه خدمات معارفه‌ای رایگان، نمونه‌های رایگان، تخفیف برای مشتریان جدید، با خرید یک محصول دو محصول تحویل بگیرید و غیره). آیا پیشنهاد ویژه‌ای برای جذب مشتری‌های احتمالی دارید؟ اگر نه، بهتر است هرچه زودتر دست به کار شوید و یک آهنربای جذب بازدیدکننده به عملکرد سایت اضافه کنید تا با استفاده از آن بتوانید بازدیدکنندگان را اغوا سازید در ازای دریافت پیشنهادات ویژه، اطلاعات تماس خود را در اختیار شما قرار دهند. این پیشنهاد ویژه می‌تواند لینک یک ویدئو یا فایل صوتی، عضویت رایگان، کوبن



به حرکت در آوردن چرخ کارآفرینی لازمه تحول در بازار اشتغال

بپردازیم. دکتر فاتح بر لزوم ایجاد روحیه خودباوری، بهره‌مندی از سرمایه‌های موجود در دانشگاه و تقویت فضای کارآفرینی تأکید کرد و افزود: باید به‌گونه‌ای عمل شود که در کشور شاهد وجود فارغ‌التحصیل بیکار نباشیم.

وی با اشاره به ضرورت خدمات‌دهی کیفی به دانشجویان خطاب به آنان گفت: دانشگاه با وجود هیات امنا، هیات ممیزه و هیات جذبی مستقل از توانمندی‌های ارزشمندی برخوردار است و وظیفه ما به عنوان مسئولین در دانشگاه خدمت به شما دانشجویان است.

این استاد دانشگاه با اشاره به امکانات موجود در دانشگاه شاهرود از توسعه زیرساخت‌های آموزشی و فرهنگی این دانشگاه خبر داد و افزود: دانشگاه صنعتی شاهرود در سال‌های اخیر درخصوص

تجهیز هرچه بهتر آزمایشگاه‌ها تلاش کرده و مفتخریم که در حال حاضر عضو شبکه آزمایشگاه‌های علمی ایران و عضو شبکه آزمایشگاه‌های فناوری راهبردی کشور هستیم.

رئیس دانشگاه صنعتی شاهرود تحول در بازار اشتغال را مستلزم به حرکت درآوردن چرخ کارآفرینی دانست و گفت باید از ظرفیت دانشگاه‌ها در حل مشکل اشتغال کشور بهره گرفته شود.

به گزارش ایسنا، دکتر محمد مهدی فاتح در جشن دانشجویان جدیدالورود این دانشگاه اظهار کرد: اگر چرخ کارآفرینی به گردش درآید و در این زمینه سرمایه‌گذاری کنیم می‌توانیم شاهد تحولی بزرگی در اشتغال کشور باشیم. وی از دانشگاه به مثابه یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های موجود در کشور نام برد و افزود: با ظرفیت‌های مطلوبی که در دانشگاه‌ها وجود دارد کافی است از مرحله پژوهش‌محور وارد فضای کارآفرینی شویم. این عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی شاهرود گفت: با کارآفرین شدن دانشگاه، ارتباط بین صنعت و جامعه

تقویت و باعث افزایش درآمد دانشگاه می‌شود.

این استاد دانشگاه تصریح کرد: با تولید شغل جدید می‌توانیم اشتغال فراگیر را در دانشگاه ایجاد و در کنار فناوری به تولید مهارت



در فضای کسب و کار امروز مهارت مهم‌تر از تحصیلات است

عصب‌شناسی بود و در زمینه فروش فعالیت می‌کرد تا به مقام مدیریتی رسیده بود. در این مقطع متوجه شد که برنامه گوگل شیتز محدودیت‌هایی دارد و اگر آنها برطرف گردند ممکن است

نتایج تیم فروش بهبود یابد. چرا یک فارغ‌التحصیل عصب‌شناسی برای کدنویسی لینکدین انتخاب شد؟ از این رو فرد مورد نظر تصمیم گرفت دانش کدنویسی بیاموزد و آموخته‌های خود را در ساخت اپلیکیشن ماشین حسابی مخصوص پیاده کند تا عملکرد تیم خود را بهبود بخشد.

پس از این اتفاق، پالمز تصمیم گرفت پروتکل‌های مدیریتی سنتی را کنار بگذارد و سراغ گزینه نامتعارف برود چرا که تا به حال رزومه‌ای تا این حد متفاوت را مشاهده نکرده بود. سالیان

سال است که اصول مدیریتی بر استخدام افراد متخصص و تحصیلکرده تأکید می‌ورزد اما از نظر کارشناسان مدرن‌تر، زمان تغییر فرا رسیده است.

این روزها در دنیای کسب کار کنونی، مهارت‌ها و برخی ویژگی‌های شخصیتی از تحصیلات بسیار مهم‌ترند. یکی از کارشناسان مدیریتی حتی عقیده دارد که سابقه کاری مشابه نیز به

اندازه مهارت‌های یک فرد اهمیت ندارد. به گزارش دیجیاتو، «کلی پالمز» رئیس اداره آموزش سایت لینکدین و نویسنده کتاب مدیریتی معروف – The Expe tise Economy برای توضیح این موضوع، استخدام یکی از نیروهای خود را مثال می‌زند؛ وی چندی پیش به دنبال استخدام متخصصی در زمینه کدنویسی و توسعه وب‌سایت برای سایت لینکدین بود. پس از انتشار آگهی استخدام، با تعداد زیادی رزومه مواجه شد که همگی آنها مهندسان کامپیوتر بودند و از دانشگاه‌های معتبر فارغ‌التحصیل شده

بودند. علاوه بر این تجربه فعالیت در زمینه‌های مشابه را دارا بودند. با این وجود کارشناس یادشده سراغ استخدام فرد دیگری رفت. این کدنویس برخلاف دیگر مهندسين، فارغ‌التحصیل رشته



سامسونگ صدای مادر را ماندگار می کند

سامسونگ هند در قالب یک کمپین الهام بخش از زندگی واقعی روی نحوه کار دستیار صدای «Bixby» تاکید می کند. این فناوری رابط هوشمند می تواند به فرد مبتلا به بیماری (Motor Ne ron Disease (MND یا ALS در زمینه تولید صدا کمک کند. کمپین فوق با عنوان «VoiceForever#»، محصول اژانس تبلیغاتی Cheil هند، یک دختر را در حال خواندن یک مقاله در مدرسه و توصیف رابطه با مادر بیمارش نشان می دهد. او پیوند خود با مادر از طریق فعالیت هایی نظیر گوش دادن و خندیدن با یکدیگر را روایت می کند. آن ها وقت خود را با هم این چنین می گذرانند. در هر صورت مادر در این تصویر جایی ندارد و در سرتاسر آگهی تبلیغاتی دختر در حال صحبت کردن با پدرش در پس زمینه دیده می شود. بعدا مشخص می شود که مادرش به MND مبتلا است. فیلم با الهام از زندگی یک بیمار مبتلا به MND به نام سونال (اسم او عوض شده است) ساخته می شود که اجازه کار بر روی یک پروژه آزمایشی با هدف کمک به حفظ صدای مادر برای همیشه را خواهد داد.

موسسه تحقیقاتی سامسونگ شهر بنگلور هند (SRI-B) با استفاده از فناوری TTS (متن به گفتار)، این صدا را برای سازگاری با سیستم عامل اندروید (گوشی هوشمند سامسونگ) در راستای کمپین فوق امتحان کرد. در مرحله بعدی سامسونگ به همکاری بنیاد امید «Asha Ek»، اولین ان جی او ثبت شده برای MND با ALS در هند، پرداخت. در شرایط فعلی آزمایشات بر روی T zen OS (یخچال، تلویزیون) در حال انجام هستند.

به گفته جاش سنوکچین، مدیر هنری ارشد و آلبرتو رودریگز، نویسنده اصلی از بخش جهانی خلاقیت دفتر مرکزی Cheil، سامسونگ به عنوان یک پیشگام در حوزه نوآوری، همواره در پی کشف راهایی برای کمک به افراد در مسیر انجام کارهای غیرممکن است. مدیران و کارمندان Cheil اقدام به توسعه نخستین دستیار صوتی هوش مصنوعی شخصی در دنیا موسوم به «Bixby» می کنند که به افراد مبتلا به Motor Neuron Disease در زمینه حفظ صدای شان برای عزیزان خود قبل از مرگ کمکي موثر به شمار خواهد رفت.

تیم Cheil قصد عرضه یک فیلم متحرک و در عین حال ساده را دارد که قابلیت های بی حد و مرز Bixby برای کمک به خانواده ها در مسیر مقابله با این حوادث ناگوار را نشان می دهد. دریافت پاسخی دلگرم کننده به این فیلم اعضای تیم را خوشحال می کند. آن ها منتظر پیشرفت تکنولوژی و الهام بخشیدن به بسیاری دیگر از افراد هستند. رانجیوجیت سینگ، مدیر ارشد بازاریابی سامسونگ هند، محور تمرکز مدیران و کارمندان این شرکت را تغییر سبک زندگی مردم از طریق فناوری های مبتکرانه می داند. تلاش سامسونگ به منظور حل مشکلات زندگی واقعی مصرف کنندگان به وسیله نوآوری های مهم و معنی دار صورت می گیرد. این فیلم شیوه عملکرد سامسونگ در ممکن ساختن غیرممکن ها با استفاده از دستیار صوتی هوش مصنوعی خود به نام «Bixby»، جهت حفظ صدای مادر مبتلا به MND را به تصویر می کشد.

هات داگ گیاهی Ikea، گزینه غذایی برای حفظ بیشتر محیط زیست

Ikea هدف خود را الهام بخشیدن به مردم برای اتخاذ سبک زندگی سالم و پایدار از طریق مواد غذایی پیشنهادی اش تعیین کرده است.

این شرکت تولیدکننده اسباب و اثاثیه منزل به طور رسمی رونمایی از هات داگ گیاهی خود در منوی غذای Bistro اپیکا را کلید زده است. هدف شرکت استفاده از مواد اولیه بیشتر با مبنای گیاهی در قالب پیشنهادهای غذایی مقرون به صرفه و خوشمزه است. طعم این هات داگ گیاهی حافظ محیط زیست مورد آزمایش متعددی قرار گرفته است. در قالب یک بیانیه مطبوعاتی Ikea توضیح داد که نتیجه کار یک هات داگ خوشمزه با استفاده از مواد اولیه ای نظیر کلم، عدس قرمز، هویج و زنجبیل است که مقدار گاز دی اکسید کربن منتشر شده از آن تقریبا ۷ برابر کمتر از هات داگ کلاسیک خواهد بود. به گفته مایکل لا کور، مدیرعامل Ikea Food Services AB، مسئولیت Ikea تولید غذای حافظ محیط زیست است که برای کره زمین خوب خواهد بود.

وی افزود که این گزینه های غذایی مفید و زیست پذیر باید خوشمزه باشند. Ikea به این دلیل از هات داگ گیاهی خوشمزه خوشش می آید که طراحی محصول فوق به منظور خدمت رسانی به طیف وسیعی از مصرف کنندگان مانند وگان ها و افرادی با رژیم گیاهی اعتقادپذیر رخ داد. در همین حین، این شرکت به دیدگاه موسس خود، اینگوار کامپراد، در ارتباط با طرح پیشنهاد ارائه محصولات قابل اعتماد و در عین حال مقرون به صرفه به عمووم مردم وفادار می ماند. هات داگ گیاهی آگوست ۲۰۱۸ در فروشگاه های Ikea در سرتاسر اروپا عرضه شد و سپتامبر امسال به فروشگاه های خود در ایالات متحده آمریکا می رسد. دیگر شعبه های Ikea در همه جای جهان، دیوسال ۲۰۱۹ به این غذای جدید دسترسی خواهند یافت.

لگو و حفظ محیط زیست

بعد از این لگو اعلام کرد که محصولات دوست دار محیط زیست را با استفاده از نیشکر ساخته، یک توربین بادی را به نمایش گذاشت که با همکاری شرکت وستاس (پیشرو در راه حل های انرژی پایا) و از همین مواد گیاهی ساخته شده است. این توربین از ۸۲۶ قطعه درست شده و تقریبا یک متر ارتفاع دارد و کار می کند. مجموعه پایای لگو به شکل گیاهان است و «گیاهان ساخته شده از گیاهان» نام دارد و شکل های متنوعی از برگ ها، بوته ها و درخت ها را شامل می شود. این قطعات تجزیه پذیر نیستند ولی قابل بازیافتند. لگو می خواهد با این کار تأثیری مثبت در دنیا داشته باشد و به پایایی محیط زیست کمک کند و قصد دارد در سال های آینده این مواد را در اسباب بازی ها و بسته بندی هایش به کار ببرد.
منبع: mbanews



درصد بسیار بالای بیننده برخوردار است. با این حال به علت هزینه بسیار بالای این روش، لازم است تا محدودیت زمان را مدنظر قرار داده و در تلاش برای بیان هدف خود در زمانی محدود باشید. در این رابطه فراموش نکنید که شبکه و یا شبکه های مدنظر باید مطابق نیاز شما باشد، برای مثال در صورتی که شما یک فروشگاه فعال در یک منطقه خاص هستید، نیازی به تبلیغ در ابعاد بزرگ تر و استفاده از شبکه های سراسری، نخواهید داشت. در آخر توجه داشته باشید که این روش به علت درگیر نمودن حداکثری حواس انسان، نیازمند تاکید و توجه کافی به تمامی آن ها دارد.

۵-سینما

مزیت و برتری سینما نسبت به تلویزیون این است که افراد حاضر در سالن کاملا متمرکز به پرده نمایش هستند. به همین خاطر شما کاملا نسبت به دیده شدن خود اطمینان خواهید داشت. با این حال تعداد مخاطبان این روش در مقایسه با تلویزیون نیز به شدت کمتر خواهد بود. درواقع تمامی روش های موجود هر یک از مزیت ها و ضعف هایی برخوردار هستند که اهمیت انتخاب صحیح را افزایش می دهد. در این رابطه بدترین انتخاب تبلیغ در حین پخش است.

۶-حمایت مالی

این امر که تحت عنوان اسپانسرری نیز معرفی می شود، به پشتیبانی و کمک به انجام هرچه بهتر یک رویداد اشاره دارد. با این حال توجه داشته باشید که همواره نیازی به حمایت از رویداد دیگران نبوده و خود شما نیز می توانید در این رابطه اقداماتی را صورت دهید. در این رابطه توجه داشته باشید که اقدامات شما باید کاملا مطابق با توافقات دو طرفه باشد تا مشکلی را برای شما به وجود نیاورد.

۷-وبسایت Google My Business

این ابزار رایگان که توسط گوگل طراحی شده است، به شما کمک خواهد کرد تا بتوانید کسب وکار محلی و کوچک خود را مطرح سازید. درواقع هدف از این امر به علت عدم وجود سایت برای بیش از ۶۰درصد کسب وکارهای کوچک به علت هزینه زیاد این امر است. به همین خاطر لازم است تا با این محیط به خوبی آشنایی پیدا کرده و از آن در راستای تبلیغ برند خود استفاده نمایید.

۸-تبلیغ در هنگام خرید

این امر که از زمان موجود در هنگام خرید سایرین برای تبلیغ محصول خود استفاده نمایید، از جمله روش هایی است که امروزه شیوه جدید آن از طریق اینترنت پیگیری می شود. برای مثال هنگام خرید اینترنتی شما می توانید یک پیغام را درج کرده و در معرض نمایش قرار دهید. بدون شک مخاطب به علت آن که منتظر باز شدن صفحه پرداخت است، تبلیغ شما را مشاهده خواهد کرد. با این حال بهتر است تا این امر زمان بر نباشد تا نارضایتی ای را به همراه نیاورد.

۹-فعالیت در سایت های پرترفدار

این امر که به شناسایی سایت های پرترفدار بپردازید، در نهایت لیستی تهیه خواهد شد که راهنمای عمل شما در این روش خواهد بود. درواقع تعداد بازدیدکنندگان بالا به معنای شانس دیده شدن بیش تر است که خود از اهمیت بالایی برخوردار است. در این رابطه تبلیغ در کنار صفحه سایت از جمله رایج ترین روش ها محسوب می شود. با توجه به فضای باز و پتانسیل بالای اینترنت، توصیه می شود تا همواره به دنبال راهکارهای جدیدتری برای تحت تاثیر قرار دادن مخاطبان خود در کنار روش های مرسوم، باشید.

۱۰-ارسال پیامک

امروزه تقریبا هیچ فردی را نمی توانید بیابید که حداقل یک تلفن همراه نداشته باشد. به همین خاطر استفاده از آن نیز می تواند یک روش فوق العاده تبلیغاتی باشد. در این رابطه لازم است تا طبق یک برنامه ریزی زمانی عمل نمایید تا نتیجه لازم را بتوانید به دست آورید.

۱۱-شبکه های اجتماعی

در طول شبانه روز، بیش ترین وقت افراد در بین موارد معرفی شده برای شبکه های اجتماعی صرف می شود. همین امر شما را در معرض یک مکان فوق العاده جهت تبلیغات قرار خواهد داد. نکته مهم در این بخش این است که شبکه اجتماعی محبوب جامعه هدف را شناسایی کرده و فعالیتی دقیق و جدی داشته باشید. اگرچه برخی بر این باور هستند که باید از تمامی شبکه ها استفاده کرد، با این حال در این رابطه بهتر است که کیفیت مدنظر شما قرار داشته باشد. بدون شک فعالیت در یک شبکه باعث اقدامات حرفه ای تری می شود. توجه داشته باشید که برای بهتر دیده شدن لازم است تا از پیج های پرترفدار نیز استفاده کنید. در این زمینه در تلاش باشید تا یک ارتباط دو طرفه با مخاطبان خود ایجاد کنید. این امر تاثیر اقدامات شما را به شدت افزایش خواهد داد. برای مثال ایجاد چالش ها و مسابقات متعدد خود می تواند مخاطب را به خوبی درگیر نماید.

۱۲-اپلیکیشن

اپ ها درواقع نرم افزارهایی هستند که در سیستم عامل ها مورد استفاده قرار می گیرند. در این رابطه شما دو انتخاب خواهید داشت. نخست این که خود یک اپ ایجاد کرده و اقدامات لازم را در آن برای تبلیغ برند خود، صورت دهید. برای این امر لازم است تا محور کار کاملا در جهت رفع نیاز مشتری باشد و یا در غیر این صورت تبلیغ به صورت غیرمستقیم صورت گیرد. انتخاب دیگر شما تبلیغ در اپلیکیشن های ساخته شده توسط دیگران است که در صورت اجرای درست و با کیفیت آن می تواند به نتایجی مطلوب همراه باشد. نکته دیگری که در این بخش باید مورد توجه قرار دهید این است که هیچ مانعی برای انجام همزمان دو روش معرفی شده وجود ندارد و همه چیز به میزان امکانات و نیاز شما بستگی خواهد داشت.

۱۳-بیلبورد

هیچ فردی تا ابد در خانه خود نخواهد ماند. به همین خاطر لازم است تا از محیط پیرامون نیز برای تبلیغات استفاده کرد. از جمله روش های موجود در این رابطه استفاده از بیلبوردها است. نکته مهم در این بخش این است که ویژگی ظاهری آن باید کاملا خلاقانه و نوین باشد تا چشمان مخاطب را به خوبی درگیر نماید. با این حال به علت این امر که افراد معمولا در گذر و رفت و آمد هستند، بهتر است تا مطالب تنها در حد یک یا دو جمله کوتاه باشد. از دیگر موارد مهم می توان به اندازه و مکان نصب آن اشاره کرد.

۱۴-خدمات رایگان

هدف اصلی از تبلیغات تحت تاثیر قرار دادن مخاطب است که در این رابطه انجام یک کار و یا تامین نیازی از آن ها به صورت رایگان نیز می تواند نتایج مورد نیاز را به همراه داشته باشد. از جمله روش های رایج در این رابطه درج نام برند در پوشاک و توزیع آن در مناطق مورد نظر است. با این حال با کمی خلاقیت شما قادر به انجام کارهای متنوعی در این زمینه خواهید بود.

۱۵-مشتریان

اگرچه این عنوان تا حدودی عجیب به نظر می رسد، با این حال از جمله بهترین روش های تبلیغاتی، انجام آن به صورت مستقیم است. با نگاهی به افراد جامعه به این نکته پی خواهید برد که مشورت با سایرین از جمله روش های مهم آن ها برای کسب اطمینان محسوب می شود. به همین خاطر در صورتی که از افراد برای این امر استفاده نمایید، بدون شک نتیجه خوبی را به دست خواهید آورد. با این حال توصیه می شود تا به دنبال راهی باشید که اطمینان حاصل نمایید که افراد نهایت تلاش خود را انجام خواهند داد. برای مثال این امر که تخفیف ها و یا مبالغ مدنظر قرار گرفته برای فعالیتی آن ها براساس میزان مشتری جذب شده باشد، خود از روش های مرسوم در این رابطه محسوب می شود.

منبع: smallbiztrends

ایستگاه بازاریابی

قیمت اولیه محصول در فروشگاه شاید واقعی نباشد!

مترجم: اشکان کوشش

حراج! حتی شنیدن این کلمه باعث خواهد شد احساسات برخی از مشتریانی که به دنبال خرید محصولات یا قیمتی مناسب‌تر از قیمت اولیه هستند، تحت‌تأثیر قرار گیرد، اما برخی مشتریان به این فکر فرو می‌روند که تنها راه باخیرشدن از این تخفیفات، این است که فروشگاه به آنها اطلاع دهند. اگر «قیمت‌های اولیه‌ای» که مغازه‌ها تخفیفات‌شان را به نسبت آن قرار می‌دهند واقعی نباشد، چه اتفاقی رخ خواهد داد؟

این سؤالی است که دونالد انگوی (Donald Ngwe) در مقاله جدید خود تخفیفات غیرواقعی برای خرده‌فروشان عامل سودآوری هستند (– Fake Di counts Drive Real Revenues in Retail)»، به آن اشاره می‌کند.

انگوی، دستیار پروفسور دانشکده اقتصاد هاروارد، به صورت اتفاقی با این روش حيله‌گرانه بازاریابی روبه‌رو شد. او بر روی یک پروژه مرتبط با پوشاک و برندهای ایالات متحده فعالیت می‌کرد که متوجه اتفاقات عجیبی در فروشگاه‌های عرضه مستقیم (Outlet stores) آنها شد. برخی از محصولات نمایش‌داده‌شده تنها به منظور فروش در این فروشگاه‌های عرضه مستقیم طراحی شده و هیچ‌گاه به مغازه‌های خرده‌فروشی نرفته بودند. با ایسن وجود، بر روی این محصولات همچنان «قیمت اولیه» به همراه تخفیف نمایش داده شده بود. البته این اعداد کاملاً ساختگی بودند. به گفته انگوی، «آنها هیچ‌گاه برای فروش این اجناس با قیمت اولیه تلاش نکرده‌اند. مشتریان نیز هیچ‌گاه قادر به خرید این محصولات با آن قیمت‌ها نبوده‌اند. وقتی که او به کنکاش مسئله پرداخت، متوجه شد که این روش بیش از آنکه مشتریان بدانند، عمومیت دارد. به گفته او، «تقریباً تمامی اقلام در آمازون یک قیمت اصلی دارند، اما اگر با دقت به سیاست این قیمت‌ها توجه شود، مشخص خواهد شد که بسیار مبهم هستند.»

حتی مشتریان از خرده‌فروشانی مانند JCPenney, Sears, Macy's و Kohl's برای «قیمت‌های جعلی» که براساس قوانین کمیسیون فدرال تجارت ممنوع است، شکایت کرده‌اند. در این پرونده‌ها اما، سؤال اصلی این است که آیا مشتریان با وجود اطلاع از جعلی‌بودن قیمت‌های اولیه، باز هم این محصولات را خریداری می‌کردند؟ البته اثبات این امر به عنوان یک استاندارد بسیار دشوار است. بعضی خرده‌فروشان با ارائه موفق استدلال‌های خود اشاره کردند که مشتریان کاملاً به این امر آگاه هستند و می‌دانند قیمت‌های مشخص‌شده تنها به عنوان راهنمایی آنها گذاشته شده است.

بدون هیچ‌گونه ندامت

شاید به همین دلیل، برخی شرکت‌ها به صورت متعدد در دادگاه حاضر شده و هیچ‌گونه نشانه‌ای از خود مبنی بر تغییر نشان نداده‌اند. به گفته انگوی، «هنگامی که از یک خرده‌فروشی مانند Kohl's هر سال شکایت می‌شود، نشان‌دهنده آن است که این امر نه تنها معمول به شمار می‌رود، بلکه امری پایدار است.» با آزمایش بر روی داده‌های یک فروشگاه عرضه مستقیم، او متوجه شد اطلاعات بسیار زیادی وجود دارند که به پاسخ این سؤال که آیا مشتریان فریب این قیمت‌های جعلی را می‌خورند یا خیر، کمک خواهند کرد. در حقیقت، هنگامی که او قیمت‌های جعلی را با قیمت‌هایی که مشتریان بابت اجناس می‌پرداختند مقایسه کرد، به یک الگوی واضح رسید: به ازای هر افزایش یک دلاری در «قیمت اولیه» یک محصول، مشتریان به صورت میانگین حاضر به پرداخت ۷۷سنت بیشتر می‌شدند. علاوه بر آن، متوجه شد مشتریانی که برای بار چندم از فروشگاه خرید می‌کنند، حاضر بودند میزان کمتری را بر اساس این قیمت‌های جعلی پرداخت کنند اما افرادی که برای بار اول از فروشگاه خرید می‌کردند، به صورت میانگین میزان بیشتری را براساس قیمت‌های «ولیه» پرداخت می‌کردند. انگوی می‌گوید، «به نظر من این قیمت‌های جعلی برای فریب افرادی که آشنایی زیادی با برند ندارند، موفق خواهند بود و آنها را به نوعی تصمیم‌گیری وادار خواهند کرد که در صورت شناخت کامل از برند، این اتفاق رخ نمی‌دهد.» به بیان دیگر، مشتریان برجسب قیمت را به عنوان نشانه‌ای برای کیفیت محصول نمی‌دانند، بلکه باور می‌کنند این محصولات با قیمت مذکور به فروش رفته‌اند.

برای اثبات یافته‌هایش، انگوی به طراحی یک آزمایش پرداخت که در آن به هر شرکت‌کننده یک کیف دستی با قیمت حراجی ۴۰ دلار داده شد. به همراه آن، یک برجسب «قیمت حقیقی اولیه» و یک برجسب «قیمت اولیه نمایش‌داده‌شده» که ما بین ۴۰ تا ۹۰ دلار بودند، به آنها ارائه شد. سپس از شرکت‌کنندگان یک مجموعه از سؤالات، شامل موارد زیر پرسیده شد: آیا کیفیت این کالا بالاست، آیا این یک خرید خوب است و آیا قیمت آن منصفانه است، می‌شد. وقتی قیمت حقیقی اولیه بالاتر بود، مشتریان نمره بهتری را به تمامی سؤالات مذکور ارائه دادند، اما هنگامی که قیمت نشان‌داده‌شده بیش از قیمت حقیقی بود، هیچ تأثیری مشاهده نشد. این نتیجه باعث تعجب انگوی شد. به گفته او، «توقع من این بود که اگر به آنها قیمت‌های جعلی ارائه شود، بر روی ارزیابی کیفیت کالا توسط ایشان تأثیر بگذارد، زیرا مشتریان به دیدن تخفیف‌های جعلی عادت دارند. نتایج به‌دست‌آمده عکس توقعات من بود.»

اما مشتریان براساس یک فاکتور، نمره بالاتری به کیف می‌دادند و آن میزان عدم‌صداقت فروشنده بود. در کل، این نتایج نشان می‌دهند که ادعای شکایت‌ها مبنی بر اینکه مشتریان فرایب قیمت‌های جعلی را می‌خورند، کاملاً صحیح بوده است و قانون‌گذاران باید در مقابل آنها تمهیدات جدی‌تری را در نظر بگیرند. به گفته انگوی، «ایسن تفکر در میان برخی قانون‌گذاران وجود دارد که مشتریان به اندازه کافی باهوش هستند و در مقابل دیگر روش‌های کلاهبرداری، قیمت‌های جعلی چندان خسارت‌بار نیستند. نتایج من نشان می‌دهند که خریداران متوجه این حيله‌ها نمی‌شوند. حتی در فروشگاه‌های عرضه مستقیم که توقع مقداری از تخفیفات جعلی وجود دارد، آنها همچنان با این نشانه‌ها تحت‌تأثیر قرار می‌گیرند.»

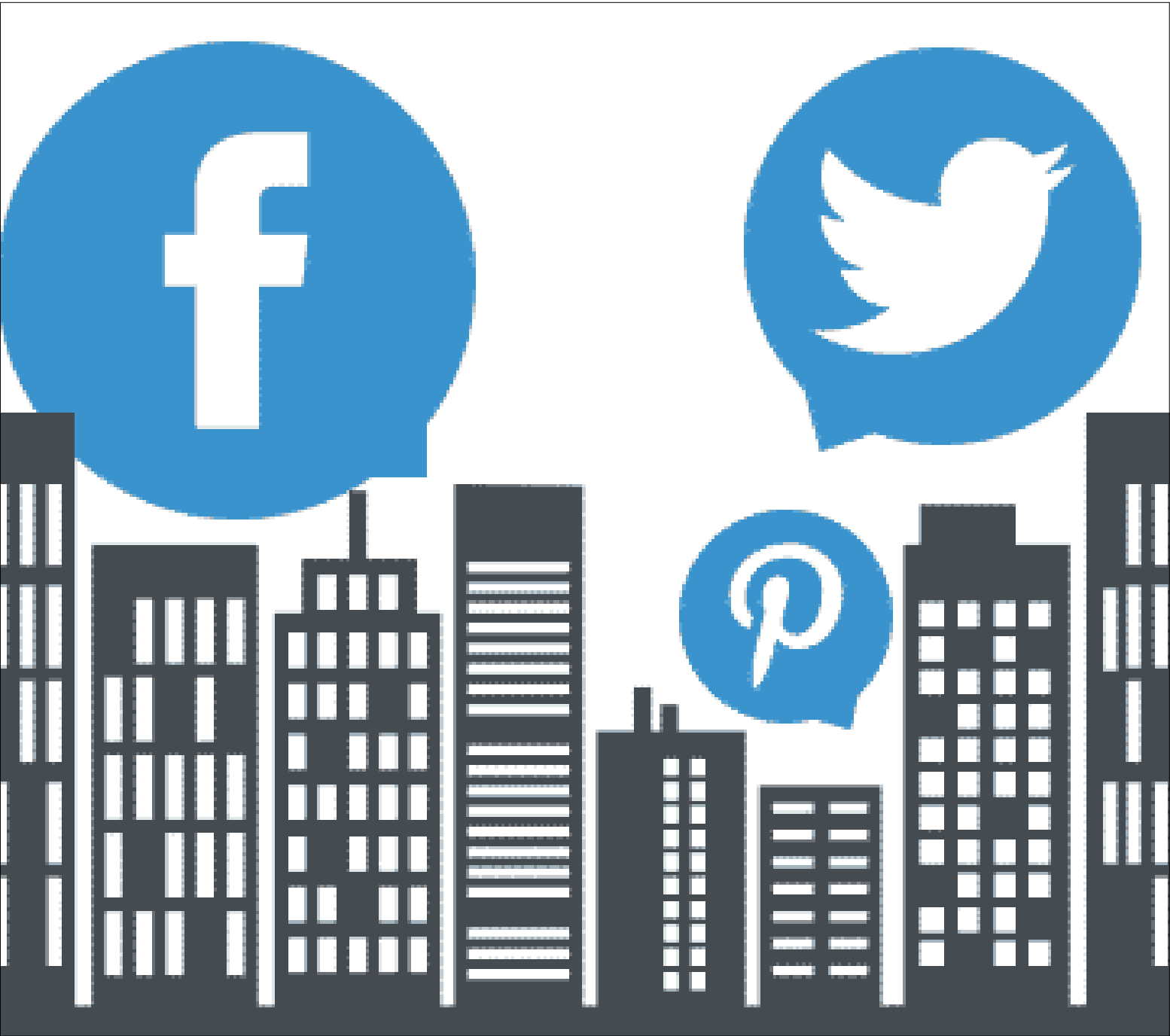
کار بیشتری نیاز است

ممکن است مشتریان باهوش همچنان بتوانند قیمت‌های واقعی را از قیمت‌های جعلی تشخیص دهند. برای مثال برخی از خرده‌فروشان کدهای متفاوتی را بر روی محصولات خود حک می‌کنند که نشان‌دهنده آن است که این طرح برای خرده‌فروشی در نظر گرفته یا در فروشگاه‌های عرضه مستقیم فروخته خواهد شد. اما در حالت کلی، تر، افراد باید هوشیار باشند. مشتریان باید بدانند قیمت اولیه نمایش‌داده‌شده همواره حقیقی نیست و باید ارزیابی شخصی خود را مبنی بر ارزشمندبودن کالا در نظر بگیرند.

برای خرده‌فروشان، تحقیقات انگوی نشانگر آن است که قیمت‌های جعلی اولیه می‌تواند به عنوان یک استراتژی برای افزایش فروش محسوب شوند. البته تنها در صورتی که قانون‌گذاران با این قضیه برخورد جدی نداشته باشند. اگر شرکت‌ها می‌خواهند حس یک معامله خوب و منصفانه را به مشتریان منتقل کنند، باید از عباراتی مانند «در مقایسه با» و یا «ارزش در: قبل از قیمت اصلی استفاده کنند. به گفته انگوی، «این می‌تواند یک ابزار بسیار مناسب باشد، زیرا می‌تواند اطلاعات ارزش محصول را در اختیار مشتریان قرار دهد و در عین حال، اجازه قیمت‌گذاری رقابتی را نیز به آنها خواهد داد.»

منبع: hbs

۹ استراتژی موثر بازاریابی شبکه‌های اجتماعی



به قلم: ژوهر گورویو کارفرین و نویسنده حوزه بازاریابی

مترجم: امیر آل‌علی

امروزه شبکه‌های اجتماعی به علت فضای رایگان و جذابیت بسیار بالایی که در اختیار خود دارند، توجه بسیاری را به سمت خود جلب کرده است. بدون شک در هر مکانی که مخاطب زیادی وجود داشته باشد، فضای مناسب برای انجام اقدامات تبلیغاتی شکل خواهد گرفت. در این رابطه آمارها حاکی از آن است که امروزه در کشورهای پیشرفته، بیش از ۸۶درصد بازاریاب‌ها توجه اصلی خود را به این شبکه‌ها اختصاص می‌دهند. به همین خاطر ضروری است تا در این رابطه به آگاهی و دانش کافی دست پیدا کنید. توجه داشته باشید که بسیاری از کسب‌وکارها خصوصاً شرکت‌های کوچک، تنها با استفاده از همین راه، موفق شده‌اند تا نیاز تبلیغاتی خود را برطرف نمایند. با این حال در این رابطه نحوه انجام کار نیز بسیار مهم و تعیین‌کننده است. درواقع موارد متعددی را می‌تواند مثال زد که در این زمینه‌ه علی‌رغم تلاش‌های بسیار، ناموفق بوده‌اند. در همین راستا به بررسی ۹ استراتژی موثر در این رابطه خواهیم پرداخت.

۱-شبکه‌های اجتماعی بیش‌تری را مورد استفاده قرار دهید

اگرچه برخی در این رابطه عقیده دارند که باید تنها یک شبکه را انتخاب و تمرکز خود را بر روی آن قرار داد، با این حال توجه داشته باشید که همواره به تعداد شبکه‌های اجتماعی افزوده می‌شود، که هر یک مخاطبانی را برای خود پیدا کرده و در نهایت به شهرت دست پیدا می‌کنند. برای مثال در ابتدای کار اینستاگرام و یا شبکه‌هایی نظیر اسنپ‌چت، فیس‌بوک به عنوان غول شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شد. اگرچه این شبکه در حال حاضر نیز بیش‌ترین کاربر را در اختیار دارد، با این حال میزان رشد اینستاگرام، توییتر و اسنپ‌چت به مراتب بیش‌تر بوده است. بدون شک در صورتی که شما در همان ابتدا فعالیت‌های خود را صورت دهید، شانس موفقیت شما به علت حضور کم‌تر سایر برندها، به شدت افزایش پیدا کرده و کار شما راحت‌تر خواهد بود. به همین خاطر لازم است تا تمامی شبکه‌ها را مورد توجه قرار داده و برنامه‌ریزی لازم را داشته باشید. برای مثال پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که دو شبکه پینترست و وین قادر خواهند بود تا در چندماه آینده نرخ رشد فوق‌العاده‌ای را تجربه کنند. در این رابطه توجه داشته باشید که موفقیت در بازاریابی محتوا و شبکه‌های اجتماعی، امری یک شبه نبوده و لازم است تا در این رابطه صبر کافی را در کنار تلاش و برنامه‌ریزی مناسب، داشته باشید.

۲-محتوای خود را با توجه به خصوصیت هر شبکه انتخاب کنید

از جمله سیاست‌های نادرست شرکت‌ها در زمینه بازاریابی شبکه‌های اجتماعی این است که فعالیت‌های مشابهی را در هر شبکه، انجام می‌دهند. ایسن امر در حالی است که هر یک از آن‌ها خصوصیت‌ها و امکانات متفاوتی را داشته‌که انجام کار یکسان را عملاً بی‌معنی می‌سازد. بدون شک این امر زمان و تلاش بیش‌تری را نیاز خواهد

داشت، با این حال توجه داشته باشید که موفقیت کاملاً وابسته به کیفیت کار شما خواهد بود. به همین خاطر نباید در این رابطه به دنبال کاری بی‌دقت باشید. در این رابطه توصیه می‌شود تا در ابتدا به آگاهی کافی در رابطه با ویژگی‌ها و قابلیت‌های هر شبکه دست پیدا کرده و سپس اقدام به برنامه‌ریزی و تعیین اهداف برای هر یک نمایید. توجه به اقدامات صورت‌گرفته از سوی سایر برندها نیز می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی محسوب شود.

۳-به دنبال تبلیغات مستقیم نباشید

فراموش نکنید که در شبکه‌های اجتماعی این امر که توقع داشته باشید که مخاطب تبلیغات شما را دنبال نمایند، توقعی کاملاً غیرمعقول خواهد بود. اگرچه این امر برای شما از اهمیت بالایی برخوردار است با این حال از جذابیت کافی برای مخاطب برخوردار نخواهد بود. به همین خاطر لازم است تا فعالیت‌های خود را به نحوی انجام دهید که تبلیغات در داخل آن قرار گیرد. برای مثال بسیاری از رستوران‌ها با برگزاری مسابقات عکاسی با غذا، مخاطب را دقیقاً در مسیر مورد نیاز خود به شیوای جذاب، قرار می‌دهند. بدون شک این سیاست در مقایسه با زمانی که خودتان بخواهید تمامی عکس‌ها را تهیه نمایید، استقبال بیش‌تری را به همراه خواهد داشت. در این رابطه میزان خلاقیت شما عاملی تعیین‌کننده و ایجاد مسابقات عکاسی، تنها راهکار شما نخواهد بود. برای مثال بسیاری از برندها در حال حاضر پیش از معرفی محصول و برند خود، داستان‌پردازی کرده و با این کار مخاطب را با خود درگیر می‌نمایند. در آخر فراموش نکنید که همواره برای دنبال کردن صفحات شما در شبکه‌های اجتماعی، اشتیاق کافی باید وجود داشته باشد. بدون شک ویژگی‌های اخلاقی و علایق جامعه هدف، از جمله معیارهای شما برای تصمیم‌گیری خواهد بود.

۴-اقدامات خود را متنوع سازید

اکثراً یکی از دلایل موفقیت اینستاگرام در مدت زمان بسیار کوتاه را در این امر دانسته‌اند که در این شبکه امکان انجام کارهای متعدد وجود دارد. در واقع شما در هر نسخه جدید آن از امکانات جدیدی برخوردار خواهید شد که نیاز افراد را بهتر پاسخ خواهد داد. این امر در واقع متنوع ساختن امکانات بوده که باعث می‌شد تا کاربران نیاز کم‌تری به سایر شبکه‌ها احساس نموده و به اینستاگرام وفادار بمانند. این امر درواقع اقدامی است که شما نیز باید صورت دهید. درواقع انجام کاری تکراری در دراز مدت مخاطب را خسته خواهد کرد. به همین خاطر لازم است تا همواره به دنبال انجام کاری جدید و ایجاد تنوع باشید. در این رابطه توجه داشته‌باشید که اگر بتوانید اقدامی منحصر به فرد را انجام دهید، تا مدت‌ها در مرکز توجهات قرار خواهید گرفت.

۵-کاربران را با اقدامات خود درگیر نمایید

از جمله اقداماتی که باعث خواهد شد تا افراد همواره برند شما را در خاطر خود داشته باشند، این است که آن‌ها را به خوبی درگیر نمایید. این امر در قالب ایجاد مسابقات و چالش‌های متنوع قابل انجام است. در این رابطه توجه داشته باشید که این امر لازم است تا با پوشش کافی از

جانب شما همراه باشد در غیر این صورت استقبال خوبی را به همراه نخواهد داشت. امروزه این سیاست به طریق‌های متنوعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. درواقع حتی خواننده‌ها نیز با ایجاد چالش تهیه کلیپ با موزیک مورد نظر و انتشار آن در صفحه اصلی، به خوبی توجهات را به سمت خود جلب می‌نمایند. در این رابطه توجه داشته‌باشید که اقدام مدنظر، باید ارتباط کافی با حوزه کاری شما داشته باشد تا نتیجه حداکثری را بتوانید به دست آورید.

۶-به مطالب خود جنبه آموزشی بیش‌تری بدهید

این امر که افراد از مطالب شما چیزهایی را یاد بگیرند، خود به خوبی باعث ارزشمندتر شدن اقدامات شما خواهد شد. فراموش نکنید که افراد معمولاً در قبال آموزش‌های رایگان و کاربردی واکنش بسیار خوبی را از خود نشان می‌دهند. به همین خاطر لازم است تا از این امر برای افزایش محبوبیت خود استفاده نمایید.

۷-تخفیف‌ها و امکانات ویژه‌ای را برای مخاطبان شبکه‌های اجتماعی خود تعیین کنید

این اقدام درواقع برایانگر این امر خواهد بود که شما برای این دسته از مشتریان خود برنامه خاصی را در نظر دارید. همین امر به حفظ مخاطبان کمک خواهد کرد. در این رابطه لازم است تا امکانات منحصر به فردی را برای آن‌ها تعیین نمایید که اعطای کدهای تخفیف از جمله ساده‌ترین آن‌ها است. فراموش نکنید که در این رابطه لازم است تا کاملاً با توجه به بودجه خود اقدام کرده و از تحمیل هزینه‌های سنگین خودداری کنید.

۸-سیستم پاسخگویی و ارسال منظم مطالب را جدی بگیرید

درواقع این امر بیانگر این است که شما تنها بر پایه وجود یک مدیر نمی‌توانید تمامی نیازهای کاربران را برطرف کنید. به همین خاطر توصیه می‌شود تا یک تیم مسئولیت مدیریت صفحات شما در شبکه‌های اجتماعی مختلف را برعهده گرفته و با این اقدام امکان پاسخ‌دهی مناسب و به موقع را فراهم آورید. فراموش نکنید که عدم احترام و توجه کافی به مخاطب، خود عامل مهمی برای ترک صفحه شما خواهد بود. همچنین لازم است تا فعالیت شما تابع نظم و زمان‌بندی مشخصی باشد تا منجر به از دست رفتن دنبال‌کنندگان شما نشود.

۹-مخاطبان خود را بهتر بشناسید

مزیت بزرگ شبکه‌های اجتماعی این است که شما امکان ارتباط مستقیم را با مخاطب خود خواهید داشت. این امر بدون شک به درک بهتری از ایده‌ها، نظرات و نیازهای آن‌ها، منجر خواهد شد. در این رابطه توجه داشته باشید که این امر نیازمند مهارت گوش فرا دادن به صدای مشتری خواهد بود. به همین خاطر تمامی پل‌های ارتباطی و ارسال نظر را فعال کرده و نظرات را دسته‌بندی نمایید. این امر شما را به درک بهتر از میزان موفقیت اقدامات خود نیز خواهد رساند. در نهایت به علت کاهش هزینه‌های بازاریابی خود از طریق شبکه‌های اجتماعی، شما قادر خواهید بود تا زمان و هزینه بیش‌تری را برای سایر اقدامات، در اختیار داشته باشید.

منبع: digitalmarketingphilippines

القاب و عناوین رهبر نمی‌سازند

مترجم: اشکان کوشش

با توجه به سال‌ها دانش‌آموختگی در زمینه رهبری، سخنان کوتاه و مفید بسیاری را در این حیطه شنیدم. یکی از این آموزه‌ها از مارگارت تاجر (– Marg ret Thatcher) است که می‌گوید «رهبریت مانند بانویون است. اگر مرتباً در تلاش باشی آن را به دیگران ثابت کنی، یعنی چنین چیزی در شما وجود ندارد.»

چقدر زیبا گفتید خانم نخست وزیر!

در جایی دیگر جان کونسی آدامز (John Quincy Adams) می‌گوید: «اگر کارهای شما در دیگران انگیزه آرزوهای بیشتر، آموزش بیشتر، فعالیت بیشتر و بزرگ‌ترشدن ایجاد کند، شما یک رهبر هستید.»

من این مشکل و مشکلات مربوط به آن را به همراهی مارک سنبنورن (Mark Sanborn) بررسی کردم. او رئیس شرکت سنبنورن اند اسوشیتس (Sanborn & Associates) است که در زمینه ایدم‌پردازی برای پیشرفت رهبران در تجارت و زندگی فعالیت می‌کند. سنبنورن فارغ‌التحصیل دانشگاه ایالتی اوهایو و نویسنده کتاب‌های پر فروش بین‌المللی و رفرنس‌های بسیار در زمینه‌های رهبری، ساخت تیمی، خدمات مشتریان و تغییر است. کتاب‌های او شامل «فاکتور فرد (The Fred Factor)» و «بازی به القاب برای رهبری نیست (You Don’t Need a Title to be a Leader)» هستند.

راجر دین دانکن (Rodger Dean Duncan)من اغلب به افراد گوش‌زد می‌کنم برای رهبری نیازی به القاب وجود ندارد و تو یک کتاب با این عنوان نوشته‌ای. هنگامی که هیچ «موضع قدرت» و یا نفوذی وجود ندارد، مهم‌ترین روش برای اعمال تأثیر مثبت در دیگران چیست؟

مارک سنبنورن: اگر مجبور بودم نام کتاب را تغییر دهم، اسم آن را «شما به یک لقب برای رهبری نیاز ندارید، اما اگر درست رهبری کنید یک لقب شما را با مشکل مواجه نخواهد کرد» می‌گذارشم. مورد نامناسبی در عنوان کتاب نمی‌بینم، اما اغلب در درک آن سوءتفاهم‌هایی ایجاد می‌شود. مهارت‌ها و نتایج، شما را به یک رهبر تبدیل خواهند کرد. القاب باید رهبریت را تأیید کنند، اما هیچ‌گاه نمی‌توانند آن را خلق کنند.

این مبحث را با این سؤال آغاز می‌کنم که «چرا می‌خواهید رهبری کنید؟ به دنبال چه تغییری هستید؟». امروزه رهبری به یک امر رایج تبدیل شده است، اما بسیاری برای رسیدن به عنوان «رهبری»، دلایل مشخصی ندارند. این عنوان باید از میل برای همکاری زاده شود و نه جهت رسیدن به دستاوردهایی بدون تلاش. رهبری صحیح می‌تواند برای تمامی رهبران، پیروان، تشکیلات و یا انجمن‌ها سودمند باشد. دلایل تمایل خود برای رهبری را روشن سازید، زیرا بدون داشتن دلایل قانع‌کننده، احتمالاً توان پرداخت هزینه‌های یادگیری مهارت‌های رهبری و حفظ تعهد در مواجهه با چالش‌ها را نخواهید داشت. حال باید به دنبال فرصت‌ها باشید. صبر نکنید تا شخص دیگری این موقعیت را برای شما فراهم کند. تشکیلات شما به چه نیاز دارد؟ چه مشکلاتی نیازمند راحل هستند؟ از چه فرصت‌هایی می‌توان استفاده کرد؟ چه جنبه‌هایی می‌توانند بهبود یابند؟ اینکار پیش‌نیاز تأثیرگذاری مؤثر است. خوب نگاه کنید؛ توجه داشته باشید و سپس مشارکت به عمل آورید.

در نهایت کارهایی را انجام دهید که دیگران نمی‌خواهند به پایان برسانند. کمی بیشتر و هوشمندانه‌تر کار کنید، آماده‌تر از پیش باشید و با دقت بیشتری مطالعه کنید. اگر در جهت رهبری، انجام فعالیتی از شما درخواست شد، به عنوان یک فرصت برای بهبود مهارت‌های رهبری و رسیدن به نتایجی که شما را اثبات می‌کند، به آن نگاه کنید.

دانکن: امروزه بسیاری افراد با محل کار خود ارتباط برقرار نمی‌کنند. برای ایجاد انگیزه به منظور افزایش مسئولیت‌پذیری شخصی و موفقیت مجموعه، رهبران چه کارهایی می‌توانند انجام دهند؟

سنبنورن: ابتدا در مورد مسئولیت‌های افراد تحت رهبری خود شفاف باشید. پیروان شما نیازمند تمرکز مشخص بر روی کارهایی که بر دوش‌شان است و دانستن نتایجی که از آنها توقع می‌رود هستند.

سپس از تناسب میان شخص و فرد مسئول مطمئن شوید. یکی از نکات رهبری صحیح، اختصاص بهترین شخص ممکن برای یک کار مشخص است. توانایی صرف، ملاک «بهترین فرد» نیست و معمولاً به مهارت و انگیزه نیز نیاز است.

در آخر مباحث پیرامون تبعات تصمیم‌گیری‌ها نیز اهمیت دارند. افراد تازمانی که حس کنند در حال کسب تجربه و منفعت و یا جلوگیری از اتفاقات منفی هستند، مسئولیت‌پذیری خواهند داشت. اگر عدم مسئولیت‌پذیری و پذیرش مسئولیت نتیجه مشا‌هایی داشته باشند، چرا باید خود را به در‌درسر بیندازیم؟ دانکن: طی چند دهه اخیر، اقتصاد فراز و نشیب‌های فراوانی را تجربه کرده است. در شرایط نامناسب، بسیاری افراد از چشم‌انداز آینده خود ناامید می‌شود. در چنین شرایط سختی پیشنهاد شما چیست؟

سنبنورن: در شرایط سخت، شما به اطلاعات و همچنین انگیزه نیاز دارید. کسب اطلاعات را در یک اتفاقات در حال رخداد کمک می‌کند. برخی می‌گویند «به اخبار گوش نکنید، چرا که سرشار از اتفاقات منفی است». این پیشنهاد کاملاً نابخردانه به نظر می‌رسد. اگر توفانی پیش‌رو باشد، باید از آن آگاه و برایش آماده شوید. عدم توجه به توفان سبب در امان ماندن از آن نخواهد شد. همه انسان‌ها باید بتوانند با واقعیت مواجه شوند.

همچنین به منظور تمرکز بر فعالیت‌های منجر به واکنش‌های موفق، به انگیزه نیاز داریم. علم عصب‌شناسی نشان داده است افراد به دلیل موفقیت خوشحال نمی‌شوند، بلکه سبب موفقیت آنها همین خوشحالی است. تمرکز بیشتر بر روی نکات مثبت و آنچه در اختیار داریم باعث خواهد شد بهتر کار کنیم و به اهدافمان برسیم. من تمایل دارم به مردم امید عرضه کنم. تعریف من از امید، وجود امری جدید برای امتحان کردن و انگیزه لازم برای این کار است. اگر می‌توانید چنین موردی را بیابید، در هیچ شرایطی ناامید نخواهید شد. همواره به دنبال اراحل‌های جدید باشید و اجازه ندهید آنچه در گذشته نداشته‌اید، شما را در مقابله با یک مشکل ناامید کند.

دانکن: حتی زمانی که پیداکردن کار بسیار سخت است، بسیاری افراد تنها به انجام کارهای ملزوم بسنده می‌کنند. یک رهبر خوب چگونه می‌تواند برای فعالیت بهتر، به کارمندان خود انگیزه ببخشد؟

سنبنورن: رهبران بسیار بزرگ به افراد در رسیدن به دیدی بازتر کمک می‌کنند. آنها به دنبال یافتن پتانسیلی در کارمندان خود هستند که شاید خود این افراد از آن اطلاعی ندارند. از افراد تحت رهبری خود توقع بالاتری داشته باشید تا آنها نیز بیشتر تلاش کنند. دچار وهم نشوید و توقعات غیرممکن نداشته باشید، زیرا در این صورت انگیزه افراد را از بین می‌برد. بدیناد با توقعات معقول، بازده افراد افزایش خواهد یافت. رفتارتان را با نتایج حاصله ارتباط دهید. به افراد خود دلایل تأثیر فعالیت آنها بر دیگران را نشان دهید و میان کاری که انجام می‌دهند و تفاوت‌هایی که ایجاد می‌کنند، نوعی پیوستگی به وجود آورید. دانکن: برخی سیاستمداران از این واقعیت که موفقیت در برگزاری یک کمپین الزاماً به مفهوم رهبری موفق نیست، درک درستی ندارند. پیشنهاد شما برای افرادی که به دنبال اداره یک دفتر سهامی عام هستند چیست؟

۹ ویژگی مهم مدیریتی که از شخصیت‌های مشهور سینمایی می‌توان آموخت



شخصیت مورد نظر: ریک گریمز

شخصیت ریک در سریال نقشی محوری را ایفا می‌کند، از نمونه‌های یک رهبر واقعی محسوب می‌شود. درواقع وی به علت آرامشی که در لحظات حساس دارد، همواره بهترین تصمیمات ممکن را گرفته و تیم خود را از مهلکه نجات می‌دهد. به همین خاطر هم است که با جلو رفتن داستان همگان وی را به عنوان مغز متفکر گروه دانسته و از وی پیروی می‌کنند. این فیلم به خوبی بیانگر این است که رهبران همواره افرادی تنومند با قدرت‌های مافوق بشری نبوده و تنها عامل تفکر و عملکرد، معیار انتخاب محسوب می‌شود. وی همواره در مواجهه با مسائل مختلف تأثیر هر تصمیم را بر روی تیم ارزیابی کرده و همین امر باعث می‌شود تا تصمیم نهایی، بهترین نتیجه را به همراه داشته باشد.

۷-ضعف‌های خود را بشناسید(سه گانه بتمن)

از جمله باورهای رایج و کاملاً نادرست مدیران این است که آن‌ها همواره باید بدون اشتباه باشند. این امر در حالی است که هیچ فردی حتی برترین مدیران و کارآفرینان نیز در این رابطه اشتباهاتی را تجربه کرده‌اند. با این حال آن‌ها اجازه نمی‌دهند که این امر به یک مانع تبدیل شده و اقدام به افزایش قدرت خود می‌نمایند. فراموش نکنید که بدترین خصلت برای یک مدیر غرور است، به همین خاطر و در راستای کاهش غرور خود، لازم است تا در رابطه با اشتباهات خود مراتب عذرخواهی عقب‌نشینی برای بازبینی قوا و رسیدگی به وضعیت مجروح‌ها، مورد دوم را انتخاب کرده و در طول فیلم شاهد درستی این تصمیم هستیم که تنها یک مورد از تصمیمات مهم و وی محسوب می‌شود.

۴-همواره برای موفقیت پاداشی را تعیین نمایید(فیلم گرگ وال استریت)

کارمندان شما تنها زمانی نهایت تلاش خود را انجام خواهند داد که اطمینان داشته باشند که اقدامات آن‌ها مورد توجه شما قرار خواهد گرفت. در این رابطه لازم است تا همواره پاداشی را برای موفقیت‌ها در نظر گرفته و صادقانه به وعده خود عمل نمایید. در این رابطه توجه داشته باشید که این امر در حفظ روحیه کارمندان و خارج شدن از فشار ناشی از انجام پروژه‌های سخت ولی موفق، کاملاً موثر خواهد بود.

شخصیت مورد نظر: جردن بلفورت

داستان فیلم گرگ وال استریت در رابطه با زندگی دلال سهام، آقای جردن بلفورت است. وی همواره پس از حتی یک موفقیت کوچک، جشنی را به راه می‌اندازد که در طول فیلم شاهد تأثیر مثبت آن در روحیه و عملکرد کارمندان خواهید بود. درواقع این امر خود به محرکی جدی برای تلاش مجدد برای کسب یک موفقیت دیگر تبدیل می‌شود. در این رابطه نیز لازم است تا به رویحه تیم خود توجه داشته و اقدامات خود را برای این امر با توجه به روحیات و تمایلات آن‌ها، صورت دهید. ۵-کارمندان خود را توانمند سازید(فیلم هر یکشنبه کنایی) بدون شک کارمندانی که همواره باید‌ها و نباید‌ها به صورت مکرر برای آن‌ها تکرار شده و فضای عمل بسیار محدود و مشخصی دارند، پیشرفت خاصی را تجربه نکرده و در سطح موجود باقی خواهند ماند. این امر در حالی است که مدیران برتر همواره به دنبال ایجاد ابزارهای قدرت برای تیم خود بوده و به آن‌ها فضای کافی را برای پیشرفت و شکوفایی استعداد‌های خود می‌دهند. فراموش نکنید که این امر به معنای کنار گذاشتن کارمندان نبوده و لازم است تا حمایت‌های کافی از آن‌ها به خوبی صورت گیرد.

شخصیت مورد نظر: تونی دی آمانو

در این فیلم تونی دی آمانو(با بازی آل پاجینیو) مربی یک تیم فوتبالی است که دوران بسیار بدی را سپری کرده و روحیه تیم به شدت پایین است. با این حال وی به طرزى خارق‌العاده بدون در اختیار داشتن ستاره تیم که دوران مصدومت را سپری می‌کند، موفق می‌شود تا تیمی قدرتمند را شکل دهد که موجب حیرت همگان حتی مالک تیم نیز می‌شود. در این فیلم وی از انجام یک راهکار برای افزایش اعتماد به نفس و قدرت بازیکنان بهره نگرفته و با هر فرد به شیوه درست آن رفتار می‌نماید. درواقع مسیر موفقیت افراد باید به نحوی باشد که اقدامات شما به عنوان مدیر شرکت تنها نصف کار محسوب شده و باقی راه را خود فردی در کنار حمایت‌های شما طی نماید.

۶-فعال باشید و قدرت بازسازی تیم را در خود افزایش دهید(سریال مردگان متحرک)

حتی اگر بهترین مدیر تمامی دوران‌ها نیز باشید، شما بدون در اختیار داشتن یک تیم مناسب، قادر به کسب موفقیت نخواهید بود. به همین خاطر بسیار مهم است که تیم خود را با افرادی شایسته تکمیل نمایید. با این حال این امر تنها در انتخاب برترین‌ها خلاصه نشده و هنر مدیریت در کشف پتانسیل افراد نیز است. درواقع ممکن است برخی از کارمندان از استعداد‌های شکوفا نشده‌ای برخوردار باشند که حمایت شما را نیاز خواهد داشت. فراموش نکنید که همواره ستاره‌سازی ارزش بیش‌تری نسبت به جذب برترین‌ها داشته و این امر اقدامی مقرون به صرفه‌تر محسوب خواهد شد.

به قلم: سایین فیلیپات نویسنده حوزه مدیریت و بازاریابی

مترجم:امیر آل‌علی

صرف نظر از این‌که به عنوان یک مدیر در چه جایگاه و مرحله‌ای قرار دارید، همواره مواردی آموزنده جدیدی وجود خواهد داشت. بدون شک شما در طول زندگی خود می‌توانید از موضوعات مختلف، مواردی را بیاموزید که در این رابطه از جمله اقدامات جذاب این است که نگاهی به ویژگی‌های رفتاری شخصیت‌های مطرح سینمایی داشته باشید. اگرچه این امر کمی عجیب به نظر می‌رسد، با این حال واقعیت این است که قهرمانان هر فیلم از ویژگی‌های منحصر به فرد و متفاوتی برخوردار هستند که به خوبی شاهد تأثیر آن در جریان داستان خواهید بود.

در این رابطه بدون شک تعداد فیلم‌های بی‌شماری وجود دارد، با این حال در این مقاله به بررسی مواردی خواهیم پرداخت که ویژگی‌های آن‌ها برای هر مدیری کاملاً کلیدی است. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۹ ویژگی منتخب شخصیت‌ها، خواهیم پرداخت.

۱-بدانید که چگونه باید با سایرین ارتباط برقرار کنید(فیلم گلادیاتور)

توانایی ارتباطی قوی از جمله مزیت‌های یک مدیر در سازمان محسوب می‌شود. درواقع شما باید بتوانید در قلب افراد خود نفوذ کرده و آن‌ها را با اطاعت از خود مجاب نمایید. با نگاهی به مدیران موفق نیز به این‌نکته پی خواهید برد که آن‌ها روش‌های مفیدی برای ارتباط برقرار کردن با سایرین داشته که این امر در رابطه با افراد مختلف، تفاوت‌هایی را خواهد داشت.

شخصیت مورد نظر: ماکسیموس دسیموس

در طول فیلم نکته‌ای در رابطه با شخصیت اصلی وجود دارد که در مهارت مدیریتی وی خلاصه می‌شود. درواقع چه موفقیت‌های او به عنوان فرمانده لشکر روم و یا به عنوان یک گلادیاتور را مدنظر قرار دهید، بدون شک عامل پیروزی وی در امر مدیریت و رهبری بر سایرین محسوب می‌شود. با این حال این امر به عنوان یک امر ذاتی تلقی نشده و این امر یک مهارتی است که افراد می‌توانند آن را در خود ایجاد و با تقویت نمایند. همین امر هم باعث می‌شود تا در نهایت افراد مجاب به پیروی از وی شوند. درواقع وی همواره ایجاد انگیزه و ساداه کردن دستورات را انجام می‌دهد که باعث می‌شود تا در هر مکانی همگان وی را به عنوان یک رهبر خود تلقی کنند. بدون شک شخصیت ماکسیموس نمونه یک مدیر واقعی است که در هر شرایطی می‌تواند ضمن حفظ روحیه تیم خود، آن‌ها را به سمت پیروزی مدیریت نماید.

۲-همواره یک الگوی مناسب وجود دارد که می‌تواند فهم مسائل را بسیار ساده سازد. درواقع شما با کمک مثال‌های مرتبط با اصل موضوع، قادر خواهید بود تا در مدت زمان به مراتب کم‌تر مخاطب را به اطمینان بیش‌تری برای درستی گفته‌های خود برسانید. برای مثال ممکن است شما خواهان ایجاد یک تغییر در محیط شرکت را داشته باشید. بدون شک توضیح دادن دلایل و نتیجه این اقدام، امری زمان‌بر خواهد بود. با این حال یک مثال ساده می‌تواند به خوبی همگان را با خواست شما همراه سازد. در آخر توجه داشته باشید که شما باید الگوی خوبی برای سایرین محسوب شوید و بر روی عقاید درست خود حتی در سخت‌ترین شرایط بمانید تا همگان تا همگان به شایستگی‌های شما پی ببرند.

شخصیت مورد نظر: ند استارک

وی در سریال پرطرفدار بازی تاج و تخت نقش مشاور پادشاه را برعهده دارد که همواره اهداف خود را از اقداماتی که انجام می‌دهد، با یک مثال ساده توضیح داده و سایرین را به اطمینان لازم می‌رساند. همین امر نیز باعث شده است تا وی بتواند تمامی اقدامات مدنظر خود را بدون مخالفتی جدی از سوی سایرین دنبال نماید. وی در طول فیلم همواره به عنوان یک شخصیت فداکار و وفادار معرفی می‌شود. در نهایت با او با عدم قبول خیانت به پادشاه و زیر پا گذاشتن اصول خود، به اعدام محکوم و جان خود را از دست می‌دهد.

۳-در سخت‌ترین لحظات نیز تصمیمات درست را اتخاذ نمایید(سریال خوخه برادران)

ایین امر که یک مدیر بداند در سخت‌ترین لحظات نیز چگونه

۱۳ راهکار برای جذب مشتریان در شبکه‌های اجتماعی



ترجمه: علی آل علی

شبکه‌های اجتماعی با داشتن بیش از ۲ میلیارد کاربر فعال در سراسر جهان فرصت‌های بی‌نظیری را در اختیار شرکت‌های تجاری به منظور جذب مخاطب و افزایش نرخ فروش قرار می‌دهد. ایجاد برندی قدرتمند در شبکه‌های اجتماعی علاوه بر افزایش شانس ما برای جلب نظر کاربران موجب معرفی برندمان به عنوان مرجعی معتبر در حوزه کسب‌وکار خود نیز خواهد شد. از سوی دیگر فعالیت مداوم در شبکه‌های اجتماعی مشتریان فعلی ما را نسبت به برندمان علاقه‌مندتر می‌کند. به این ترتیب مشتریان فعلی بدل به مشتریان ثابت و وفادار خواهند شد.

به منظور کمک به نتیجه‌بخشی تلاش‌های شما در شبکه‌های اجتماعی در این مقاله به سراغ ۱۳ کارآفرین موفق از انجمن کارآفرینان جوان (YEC) رفته‌ایم. تمام این ۱۳ کارآفرین به پرسشی واحد پاسخ داده‌اند. اجازه دهید پرسش اصلی را با هم مشاهده کنیم:

بهترین راهکار استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای جذب مشتریان و افزایش وفاداری به برند کدام است؟

اکنون پس از مشاهده پرسش اصلی به سراغ پاسخ هر کدام از کارآفرینان این مقاله خواهیم رفت.

۱. اسکات لوی: توجه به ارزش آوری

اسکات لوی مدیرعامل پلتفرم آنلاین بازاریابی Fuel Online است. این موسسه در زمینه ارائه خدمات گسترده در حوزه مدیریت برند، بازاریابی و تبلیغات فعالیت دارد. به عقیده اسکات مهم‌ترین وظیفه ما در شبکه‌های اجتماعی ارائه ارزش‌های نوین به کاربران است. این کار از طریق به اشتراک‌گذاری توصیه‌ها، اخبار، اطلاعات و آموزش مهارت‌های کاربردی امکان‌پذیر خواهد بود. در خلال انجام چنین فعالیت‌هایی علاوه بر بهبود جایگاه برندمان در دیدگاه کاربران مختلف، ما هدفی انسان‌دوستانه را نیز دنبال می‌کنیم. بر این اساس آموزش به طیف وسیعی از مردم هدفی خیرخواهانه و البته جذاب از نظر تبلیغاتی محسوب می‌شود. اگر در کارتان مصمم باشید، کاربران شبکه‌های اجتماعی مطالباتان را بازنشر خواهند کرد. به این ترتیب تا حد زیادی فرآیند کسب شهرت بررندتان در دنیای مجازی به صورت خودکار پیگیری می‌شود.

۲. جاستین فائرن: برجسته‌سازی اعضای فعال اجتماع تان

جاستین فائرن یکی از مدیران ارشد مجله سبک زندگی آگاهانه است. به نظر جاستین مردم عاشق مورد توجه قرار گرفتن هستند. در این میان فرمول طلایی ما به اشتراک‌گذاری مطالب کاربران عادی در صفحه برندمان است. اجازه دهید بحث را اندکی باز کنم. اینجا هدف ما یافتن کاربران مرتبط با ماهیت کلی کسب‌وکارمان و بازنشر مطالب مفید و جذاب‌شان است. به این ترتیب آنها احساس مهم بودن خواهند کرد. این نوع احساس برای جلب نظر کاربران بسیار حیاتی است. البته توجه داشته باشید که این برجسته‌سازی فقط مخصوص کاربران فعال است. به این ترتیب در اجتماع کوچک یا بزرگ بررندتان در شبکه‌های اجتماعی به کاربران فعال فرصت نمایش مطالب‌شان از طریق اکانت خود را بدهید.

۳. کودی سانچز: همیشه مشتاق باشید

کودی سانچز یکی از افراد تاثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی است. حوزه تخصصی وی مد و پوشاک است. وی به شبکه‌های اجتماعی به عنوان مکانی برای جذب مخاطب از طریق کاربرد صحیح واژگان نگاه می‌کند. در این میان اشتیاق و علاقه بالا به تعامل با مشتریان و کاربران در شبکه‌های اجتماعی همیشه نتیجه‌بخش خواهد بود. در حقیقت کاربران به هیچ‌وجه علاقه‌ای به برقراری ارتباط با اکانت‌های صرفاً فروشنده ندارند. بر این اساس باید به دنبال بنای ساختاری ویژه‌تر باشیم. دلیل اصلی محبوبیت بالای شبکه‌های اجتماعی نیز به همین خاطر است. شبکه‌های اجتماعی فضایی برای «اجتماعی‌تر شدن» در برابر تلاش برای فروش هرچه بالاتر هستند. تنها راهکار برای موفقیت در پلتفرم‌های اجتماعی تلاش برای بهبود وضعیت تعامل‌مان با مخاطب از طریق خلق مطالب جالب است. بی‌شک شور و شوق ما در این میان نقش مهمی ایفا خواهد کرد.

۴. نیک فرین: اهمیت تحقق اهداف شرکت

نیک فرین به عنوان یک نویسنده موفق در زمینه بازاریابی و تبلیغات دیدگاه متفاوتی به شبکه‌های اجتماعی دارد. بر این اساس نظر وی تلاش برای تحقق اهداف شرکت از طریق فعالیت در شبکه‌های اجتماعی است. به عنوان مثال اگر هدف برند ما تغییر جهان در زمینه محیط زیست بهتر است، یک روز در هفته را به بارگذاری مطلبی در این مورد اختصاص دهیم. به این ترتیب یک روز ویژه را برای مدتی

طولانی به عنوانی مانند «دوشنبه تغییر محیط زیست» بدل خواهیم کرد. در حقیقت این شیوه راهکاری بسیار جذاب برای پیگیری اهداف برندمان در کنار تلاش برای جذب مخاطب تازه است.

۵. انگ تان: توجه به شبکه‌های اجتماعی به مثابه بخشی از کسب‌وکارمان

انگ تان با ایده استارت‌آپ سیمپلر به شهرت نسبتا بالایی دست یافت. این استارت‌آپ کار خرید را برای مشتریان بسیار ساده می‌کند. بر این اساس فقط کافی است که محصول موردنظر را به این موسسه اطلاع دهید. حتی اگر در آن ایالت هم کالای شما یافت نشود، سیمپلر آن را از ایالت‌های دیگر تهیه خواهد کرد. به نظر انگ تان شبکه‌های اجتماعی محیط ملاقات آنلاین شما و مشتریان بالقوه‌تان است. بر این اساس باید ظاهری آراسته و معقول داشته باشیم. این کار از طریق خلق محتوای جذاب و ارائه اطلاعات کاربردی امکان‌پذیر خواهد بود. در یک کلام باید به هنگام تعامل با کاربران در شبکه‌های اجتماعی به آن فرآیند به مثابه بخشی از کسب‌وکارمان نگاه نماییم.

۶. کریستین کیمبرلی: ضرورت پاسخگویی به پرسش‌ها

کریستین کیمبرلی یکی از کارآفرینان موفق در زمینه زیبایی و سلامت است. به نظر وی شبکه‌های اجتماعی به دلیل ارتباط نزدیک میان افراد باعث باعث افزایش طرح سوالات مختلف از سوی کاربران می‌شود. در این میان وظیفه هر کسب‌وکاری پاسخگویی به پرسش‌های طرح‌شده به منظور اطمینان از رضایت کاربران است. در غیر این صورت طرف مقابل شما را برندی بی‌مسئولیت و بی‌توجه نسبت به مطالبه‌های کاربران قلمداد خواهد کرد. بی‌شک چنین واکنشی به هیچ وجه مطلوب ما نیست.

۷. اندرو سراز: بحث را دو طرفه کنید

به نظر اندرو سراز اکانت‌های برندها در شبکه‌های اجتماعی باید از طریق استفاده از نظرسنجی، رای‌گیری و مسابقه تعاملی‌تر شود. به این ترتیب کاربران فرصت بیشتری برای اظهارنظر و آشنایی با برند موردنظر خواهند داشت. حتی اگر پاسخ شما به کاربران «تشکر» ساده است، آن را از مخاطب دریغ نکنید. در صورت سکوت هیچ‌کس نسبت به قدردانی شما آگاه نخواهد شد. به هر حال کاربران مایل به مشاهده آثار توجه شما به نظرات‌شان هستند. با تقویت بحث‌های دوطرفه این هدف به خوبی ممکن خواهد شد.

۸. چارلز گوادت: خلق ارتباطی عاطفی

چارلز گوادت یکی دیگر از نویسنده‌های مشهور این مقاله در زمینه فروش است. به عقیده وی همانطور که در ضرب‌المثلی مشهور بیان شده «مردم براساس احساس خرید می‌کنند، نه منطق» برندها باید به سوی تقویت ارتباط عاطفی‌شان با مخاطب باشند. یکی از راهکارهای جالب در این زمینه به اشتراک‌گذاری تصاویر، ویدئوها و متن‌های عاطفی‌تر و عمیق‌تر در صفحه‌های رسمی‌مان در شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب وضعیت رابطه ما با مخاطب عمیق‌تر خواهد شد.

۹. نیکول مونوز: استفاده از روایت‌های چت در کنار محتوای عالی

نیکول مونوز به خاطر طراحی سیستم جامع در زمینه طبقه‌بندی مطالب تبلیغاتی شهرت دارد. به عقیده وی استفاده از روایت‌های چت برای پاسخگویی هرچه سریع‌تر به کاربران اهمیت خاصی دارد. در این میان باید توجه داشت که استفاده از روایت چت فقط به منظور اعلام دریافت نظر مخاطب و ارائه پاسخ در کوتاه‌ترین زمان ممکن است. به این ترتیب در اینجا خبری از ارسال پیام ویژه و طولانی نیست. باید متنی کوتاه و در عین حال جذاب برای مخاطب تهیه کنیم. این متن در قالب پیامی خودکار برای هر کاربر پس از درج سوال ارسال خواهد شد.

۱۰. متیو کاپالا: پاسخ نیازهای مشتریان باشید

متیو کاپالا یکی از کارآفرینان کم سن و سال انجمن کارآفرینان جوان است. به همین دلیل بیشتر از سایر کارآفرینان این فهرست با شبکه‌های اجتماعی سازگاری دارد. به عقیده وی کارویژه برندها در شبکه‌های اجتماعی پاسخگویی به نیاز کاربران است. به این ترتیب ما تصویری حرفه‌ای و کاربلد از خود در شبکه‌های اجتماعی به نمایش می‌گذاریم. به طور معمول کاربران نیازهای خود را به صورت پیام خصوصی یا کامنت برای برندهای موردنظر ارسال می‌کنند. در چنین شرایطی پاسخگویی مناسب به آنها نقش مهمی را ایفا خواهد کرد. در حقیقت چنین اقدامی به مثابه جلب اعتماد و وفاداری کاربران به برندمان در فضای مجازی است.

۱۱. سید بلخی: جذب مخاطب برای سایت‌مان از دل شبکه‌های اجتماعی

سید بلخی یکی از کارآفرینان تحسین‌شده در سطح بین‌المللی است. همچنین وی در زمینه بازاریابی نیز به صورت حرفه‌ای فعالیت دارد.

هدف اصلی بلخی از فعالیت در شبکه‌های اجتماعی جذب مخاطب برای سایت شخصی و برندش است. به این ترتیب شبکه‌های اجتماعی از نظر وی مانند کانال‌های ارتباطی عمل می‌کنند. به طور معمول بسیاری از کاربران حوصله مراجعه به وب‌سایت رسمی برندها را ندارند. با این حال بارگذاری پست‌های جذاب و استفاده از امکانات تبلیغاتی پلتفرم‌های مختلف به ما در این راستا کمک شایانی خواهد کرد. براساس ادعای بلخی نرخ خرید کاربران ما در شبکه‌های اجتماعی رسمی برندها بسیار بیشتر از سایر کاربران است.

۱۲. سوئا پاتل: تشویق کاربران به تولید محتوا برای شما

سوئا پاتل یکی از کارآفرینان موفق در زمینه استارت‌آپ‌های بازاریابی است. وی به دلیل فعالیت در حوزه بازاریابی علاقه فراوانی به محتوای تولیدی کاربران دارد. در حقیقت طرفداران ما در شبکه‌های اجتماعی با خلاقیت بالا اقدام به تولید محتوای مختلف و بسیار ارزشمند می‌کنند. این امر برای آنها نوعی تفریح محسوب می‌شود. با این

حال برای برندها به اشتراک‌گذاری مطالب تولیدی کاربران به معنای صرفه‌جویی در هزینه‌ها در کنار قدردانی از تلاش کاربران است. به این ترتیب باید هرچه بیشتر به سوی استفاده از محتوای ارسالی کاربران جهت‌گیری نماییم.

۱۳. باروخ لابونسکی: اهمیت نمایش داخل برندمان

باروخ لابونسکی یکی از برترین کارآفرینان در زمینه سیستم‌های امنیتی است. به عقیده وی یکی از راهکارهای عالی برای تقویت وفاداری افراد به برندمان تاکید بر روی نمایش درون برندمان است. بر این اساس شبکه‌های اجتماعی فرصت نمایش نمای کمتر دیده شده کسب‌وکارمان را به طرف مقابل می‌دهد. به ویژه در مورد سازمان‌های بزرگ کنجکاوی کاربران برای مشاهده فعالیت‌های داخلی آنها بسیار زیاد است. به این ترتیب با توجه به نیاز مخاطب، نمایش فعالیت‌های درونی برندمان گامی موثر در راستای جلب نظرشان خواهد بود.

منبع: allbusiness

آگهی حصر وراثت

شماره درخواست: ۹۷۱۰۴۶۱۷۲۲۱۰۰۴۳ شماره پایگانی: ۹۷۰۴۹۷ / خواهان رونوشت محکوم‌الیه حسن رودبارکی فرزند حمزه علی به شرح دادخواست تقدیمی ثبت شده به کلاسهای ۹۷۰۹۹۸۱۷۲۲۱۰۰۴۳ ازاین دادگاه درخواست گواهی حصروراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان حمزه علی رودبارکی فرزند حاج علی درافتگاه دلمی خود بدروود حیات گفته و ورثه حین الوت آن منحصراست به ۱-زهرار عرب رودبارکی فرزند یازغلی به شماره ملی ۵۳۰۹۶۳۵۰۵۱ نسبت همسرمتوفی ۲-حسن رودبارکی فرزند حمزه علی به شماره ملی ۵۳۰۹۹۹۱۹۴۸ نسبت فرزند متوفی ۳-زینب عرب رودبارکی فرزند حمزه علی به شماره ملی ۲۱۲۱۴۹۷۰۲۱ نسبت فرزند متوفی ۴-رحیمه عرب رودبارکی فرزند حمزه علی به شماره ملی ۲۱۲۱۴۹۷۰۱۳ نسبت فرزند متوفی ۵- هابده رودبارکی فرزند حمزه علی به شماره ملی ۵۳۰۹۹۴۹۵۰۱ نسبت فرزند متوفی ۶- حلیمه رودبارکی فرزند حمزه علی به شماره ملی ۵۳۰۹۶۳۶۲۶۹ نسبت فرزند متوفی ۷- سیده رودبارکی فرزند حمزه علی به شماره ملی ۲۱۲۶۲۳۷۱ نسبت فرزند متوفی ۸- سعید رودبارکی فرزند حمزه علی به شماره ملی ۲۱۱۰۳۶۶۶۱ نسبت فرزند متوفی ۹- ستاره رودبارکی فرزند حمزه علی به شماره ملی ۲۱۱۰۲۰۳۰۹۹ نسبت فرزند متوفی ۱۰- کلثوم رودبارکی فرزند حمزه علی به شماره ملی ۲۱۱۰۵۱۷۹۵۶ نسبت فرزند متوفی اینک با انجم تشریفات تقدیماتی درخواست مذکور را یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف یک ماه به این دادگاه مراجعه وتقدیم نماید والا گواهی صادر خواهد شد.

مسئول دفترشعبه دوازدهم شورای حل اختلاف مجتمع شهید قدوسی شهرستان گرگان - تاجیک

آگهی اجرائیه

شماره اجرائیه: ۹۷۱۰۴۶۱۷۲۲۱۰۰۹۱ شماره پایگانی: ۹۷۰۴۶۰ مشخصات محکوم له/ محکوم لهم عبدالله بابایی فرزندغلامحسن نشانی گلستان- گرگان مشخصات محکوم‌الغیبه محکوم علیه: ۱- عبدالعلی رحمانی خلیلی فرزند محمدرضا به نشانی مجهول المکان محکوم به: بسمه تعالی به موجب درخواست اجرای حکم مربوط به شماره ۹۷۱۰۰۹۱۷۲۲۱۰۰۴۳۲ و شماره دادنامه ۹۷۰۹۹۷۱۷۲۲۲۱۰۰۱۲۷ محکوم علیه محکوم است به پرداخت ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال بابت اصل خوسته وبرداشت حشرت تاخیر نایبه از تاریخ سررسید چک ۱۳۹۰/۵/۱۰ تا زمان اجرای حکم براساس شاخص اعلامی بانک مرکزی ایران و پرداخت مبلغ ۱/۵۳۰۰۰۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی و مبلغ ۳۰ هزار تومان هزینه ای نشرآگهی درحق محکوم له ضمنا هزینه نیم عشر دولتی بر عهده محکوم علیه می باشد. محکوم علیه مکلف است از تاریخ ابلاغ اجرائیه: ۱- ظرف ده روز مفاد آنرا بموقع اجرا گذارد (ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی) ۲- ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد ۳- مالی معرفی کند که اجرا حکم و استیفای محکوم به از آن میسر باشد چنانچه خود را قادر به اجرای مفاد اجرائیه نداند باید ظرف سی روز کلیه اموال خود را شامل تعداد با مقدار و قیمت همه اموال منقول و غیر منقول به طور مشروح مشتمل بر میزان وجوه نقدی که به هر عنوان نزد بانکها و موسسات مالی و اعتباری ایرانی یا خارجی دارد به همراه مشخصات دقیق حسابهای مذکور و کلیه لوازمی که او به هر نحو نزد اشخاص ثالث دارد و کلیه مطالباتی او از اشخاص ثالث و نیز فهرست نقل و انتقالات و هر نوع تغییر دیگر در اموال مذکور از زمان یک سال قبل از طرح دعوی اعمار به ضمیمه دادخواست اعمار به مقام قضایی ارائه نماید والا به درخواست محکوم له بازداشت میشود (ماده ۳۸ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۴- خودداری محکوم علیه از اعلام کامل صورت اموال به منظور قرار از اجرای حکم حبس تعزیری درجه هفت را در پی دارد(ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی و ماده ۲۰ ق.م.ا و ماده ۱۶ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۵- انتقال مال به دیگری به هر نحو با لکیزه قرار از ادای دین به نحوی که باقیمانده اموال برای پرداخت دیون کافی نباشد موجب مجازات تعزیری درجه شش یا جزی نقدی معادل نصف محکوم به یا هر دو مجازات می شود. (ماده ۲۱ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۶- چنانچه صورت اموال پس از مهلت سی روز ارائه شود آزادی محکوم علیه از زندان منوط به موافقت محکوم له با تودیع وثیقه یا معرفی کفیل توسط محکوم علیه خواهد بود(تبصره ۱ ماده ۴ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴)

فائسی شعبه دوازدهم شورای حل اختلاف مجتمع شهید قدوسی شهرستان گرگان - اسماعیل قاسمی قر

مسئول دفتر شعبه دوازدهم شورای حل اختلاف مجتمع شهید قدوسی شهرستان گرگان - زینب خمر

آگهی احضار متهم

شماره درخواست: ۹۷۱۰۴۶۰۱۷۱۶۰۰۰۱۸ شماره پرونده: ۹۷۰۹۹۸۰۱۶۷۵۰۰۸۰۷ بدینوسیله به آقای میلاد قلعه مفرد ف علیرضا که به اتهام سرقت موضوع شکایت رحمان حسینیلی فرزند رضا تحت کلاسه ۹۷۰۶۵۶ دراین دادرسی تحت تعقیب قرارگرفته است ابلاغ احضاربه به وی واسطه عدم شناسایی نامبرده امکان پذیر نشده است با نشر آگهی درروزنامه های محلی/ رسمی برای یک نوبت احضار می گردد سی روز پس ازدرج آگهی درروزنامه جهت دفاع ازاتهام انتسابی درشعبه دهم دادپاری داندسرای عمومی و انقلاب گرگان واقع درمیدان ترمینال گرگان حاضر شود. درصورت عدم حضورطبق مقررات غیبا رسیدگی و اتخاذ تصمیم خواهد شد.

دادپارشعبه دهم داندسرای عمومی و انقلاب گرگان - حسن منتظری المشیری

آگهی احضار متهم

شماره نامه: ۹۷۱۰۴۶۰۱۶۷۵۰۰۱۱۰۱۶۷۵۰۰۸۰۷ شماره پرونده: ۹۷۰۹۹۸۰۱۶۷۵۰۰۸۰۷ بدینوسیله به آقای مهدی اکبری فرزند قلی دارنده کد ملی ۲۱۲۰۳۸۰۲۷۹ به اتهام انتقال مال غیر،تجارت معامله معروض واقدام به پیش فروش آپارتمان بدون تنظیم سند رسمی،زسوی این بازپرسی تحت تعقیب می باشد وابللاغ احضاربه به واسطه مجهول المکان بودن ایشان ممکن نگردیده لذا دراجرای ماده ۱۷۴ قانون آئین دادرسی در امور کیفری مراتب برای یک نوبت درپیک ازدریاد کثیر انتشار درج تا ظرف یکماه از تاریخ انتشار جهت پاسخگویی ودفاع ازاتهام انتسابی درپرونده کلاسه ۳ ب (۹۶۰۹۶۷) شعبه سوم بازپرسی -واقع در: گرگان- خط کمربندی فلکه ترمینال- داندسرای عمومی و انقلاب گرگان حاضر گردند درغیراینصورت بصورت غیابی تصمیم اتخاذ خواهد گردید.

بازپرس شعبه سوم داندسرای عمومی و انقلاب گرگان - غلامرضا محمود نژاد

آگهی احضار متهم

شماره درخواست: ۹۷۱۰۴۶۰۱۷۱۶۰۰۰۱۶ شماره پرونده: ۹۷۰۹۹۸۰۱۷۱۶۰۰۱۰۲ ش ب: ۹۷۰۱۹۴ / بدینوسیله به آقای محتبی حسینی که به اتهام تحریق عمدی پارک / تحت کلاسه ۹۷۰۱۹۴ باپایگانی / ۱۰ دادپاری تحت تعقیب قرار گرفته است ابلاغ احضاربه به وی واسطه عدم شناسایی نامبرده امکان پذیر نشده است با نشر آگهی درپیک ازروزنامه های محلی برای یک نوبت احضار می گردد پس ازدرج آگهی درروزنامه جهت دفاع ازاتهام انتسابی درشعبه دهم دادپاری داندسرای عمومی و انقلاب گرگان حاضر شود. درصورت عدم حضورطبق مقررات غیبا رسیدگی و اتخاذ تصمیم خواهد گردید.

دادپارشعبه دهم داندسرای عمومی و انقلاب گرگان - حسن منتظری المشیری

سازمان آگهی ما

۸۸۹۳۶۶۵۱

امنیت رفت و آمد رانندگان کامیون در جاده های استان گلستان تامین می شود

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- رئیس کل دادگستری گلستان گفت:در پی گزارش هایی مبنی بر مزاحمت برای ناوگان حمل و نقل جاده ای در برخی مناطق کشور ، رانندگان استان خواستار تامین امنیت تردد کامیون ها شدند .هادی هاشمیان افزود: با توجه به اهمیت موضوع برای پیگیری و بر خورد قانونی با اخلالگران و برهم زندگان امنیت جاده ای استان به دادستان های شهرستان ها اعلام کرده ایم با کسانی که از تردد کامیون ها جلوگیری با اقدام به تخریب، ضرب و شتم و ایجاد رعب و وحشت بین رانندگان کنند ، برخورد قضایی کنند هاشمیان با بیان این که خوشبختانه تا کنون در گلستان مورد خاصی از مزاحمت برای رانندگان ثبت نشده است افزود: در شرایط کنونی جابجایی مایحتاج زندگی مردم نباید با خللی مواجه شود.

شرکت مخابرات آذربایجان غربی :

نوزدهمین نمایشگاه تلکام ایران ۲۰۱۸ حضور گروه مخابرات ایران با شعار "ارتباطی فراگیر"

ارومیه - **خبرنگار فرصت امروز** - رئیس شورای سیاست گذاری گروه مخابرات ایران با اعلام این خبر گفت: شرکت های مخابرات ایران، ارتباطات سیار ایران، شرکت خدمات اول مخابرات، گروه کارخانجات شهید قدی، شرکت های مبین وان کیش ، فرا فتون مرکزی ، آریانا گستر اسپادانا ، امید ژرف نگر، نوران ارتباط پایدار ، و تله پرومو مجموعه گروه مخابرات ایران را تشکیل می دهند که امسال نیز با حضور درسالن ۶ نمایشگاه آخرین اقدامات و خدمات خود را در معرض دید عموم قرار می دهند.مهندس پیدخام با بیان این موضوع که امسال هشتمین سالی است که شرکتهای مخابراتی کشور در قالب گروه در نمایشگاه حضور دارند گفت: هدف از حضور متمرکزگروه مخابرات مشتری محوری ،حمایت از استارت آپ هنگرایی و فرایند محوری و ایجاد زمینه مساعد برای ارائه آخرین دستاوردهای ارتباطی است.بر اساس این گزارش نمایشگاه تلکام ایران که از آن می توان به عنوان بزرگترین رویداد و گردهمایی در بخش مخابرات و ارتباطات کشور نام برد ، با حضور فعال سازمان ها ، شرکت های دولتی و خصوصی مطرح کشور در حوزه ICT و همچنین شرکت های مطرح خارجی فعال در زمینه این صنعت ، همه ساله در محل دائمی نمایشگاهی بین المللی تهران برگزار می شود.

پروژه اندازه گیری و آنالیز عوامل زیان آور در سطح ایستگاه ها و ادارات شرکت گاز استان قزوین

قزوین - **خبرنگار فرصت امروز** -مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین از اتمام پروژه اندازه گیری و آنالیز عوامل زیان آور بهداشتی و زیست محیطی در سطح ایستگاه ها و ادارات شرکت گاز استان قزوین خبر داد. اسماعیل مفرد بوشهری در تشریح این پروژه بیان کرد: پروژه اندازه گیری و آنالیز عوامل زیان آور بهداشتی و زیست محیطی در سطح محیط زیست استان اجرایی شده است که توجه ویژه به نتایج آن می تواند تاثیر مهمی در افزایش ضریب سلامت محیط کاری و عملیاتی داشته باشد. وی افزود: در این پروژه مواردی همچون اندازه گیری گازهای خروجی از دودکش هیت **CGS** ها وود کش موتور خانه های ادارات ، آنالیز کیفی و میکروبی آب آشامیدنی ادارات ، صدا سنجی بهداشتی و زیست محیطی ایستگاه های با ظرفیت بالای ۵ هزار متر مکعب در ساعت ، اندازه گیری عوامل زیان آور شیمیایی و فیزیکی مانند سنجش مر کاپتان و فلزات سنگین در ایستگاه ها و اندازه گیری شدت میدان مغناطیسی و میزان ارتعاش صدا انجام شده است.مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین تصریح کرد: این پروژه در راستای الزامات **IIMS** و بهبود شرایط کاری پرسنل شرکت برنامه ریزی و اجرا شده است که از جمله نتایج به دست آمده می توان به میزان آلودگی صوتی ایستگاه های تاسیسات گاز اشاره کرد که بیش از حد استاندارد گزارش شده است که بر همین اساس اقدامات بهبود فوری برای آن تعریف شده است که درحال انجام می باشد

مدیرکل اوقاف و امور خیریه مرکزی خبر داد؛

رقابت ۵۰۰نخبه قرآنی درچهل و یکمین دوره مسابقات سراسری قرآن در اراک

اراک - **مینورستمی** -مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان مرکزی گفت: ۵۰۰ قاری قرآن و نخبه قرآنی در چهل و یکمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم به میزبانی اراک، از دهم تا بیست و سوم ماه جاری با هم رقابت می کنند. حجت الاسلام حسین دلاوری در نشست با خبرنگاران در اراک اظهار داشت: این قاریان و نخبه های قرآنی در دو گروه خواهران و برادران در رشته های مختلف شامل قرأت، ترتیل، حفظ، آذان، دعا خوانی، تفسیر، معارف و... با یکدیگر به رقابت می پردازند. وی با اشاره به اینکه مسابقات قرآن کریم کشور از ابتدای انقلاب اسلامی آغاز شده و بزرگترین رویداد تعلیمی قرآن در کشور به شمار می رود، بیان داشت: برادران در چهار گروه در هفته اول از دهم تا شانزدهم همراه به رقابت می پردازند و بعد از آن هم خواهران در مرحله دوم یعنی از شانزدهم تا بیست و سوم مسابقات خود را آغاز می کنند. دلاوری تصریح کرد: با توجه به تجربه ای که در سال های گذشته در برگزاری مسابقات سراسری قرآن در دیگر استان های کشور به دست آمده، در این دوره تلاش کردیم تمامی برنامه ها در یک مکان متمرکز باشد که هم از اتلاف وقت برای شرکت کنندگان جلوگیری شود و هم از هزینه های اضافی در چنین شرایط اقتصادی کاسته شود.مدیرکل اوقاف و امور خیریه به استان مرکزی خاطر نشان کرد: تمامی دستگاه ها و نهادهای به خاطر احترام به قرآن کریم و اینکه خود را در این رویداد بزرگ سهیم کنند، مساعدت و همکاری های خود را به طور رایگان ارائه داده اند.

معاون علمی، فرهنگی و اجتماعی سازمان برنامه و بودجه کشور:

جای خالی انسان توسعه یافته در برنامه های توسعه در ایران

ایلام - **هدی منصوری** - دکتر نمکی در کارگروه فرهنگی اجتماعی استان ایلام، اظهار کرد: بزرگترین مشکل برنامه های توسعه ی تدوین شده در ایران این است که در آنها به نقش انسان توسعه یافته و توسعه انسانی بی توجهی شده و صرفا در تمام این برنامه ها فقط اقتصاددانان را جمع کرده ایم و از آنان خواسته ایم تا به ما بگویند چقدر منابع داریم و چقدر زیرساخت می توانیم ایجاد کنیم. وی با انتقاد از فراموش شدن نقش انسان توسعه یافته در برنامه ریزی ها گفت: انسان توسعه یافته هدف غایی توسعه است و اگر تاکنون به این مهم توجه می شد شاید امروز شاهد بسیاری از مشکلات کنونی نمی بودیم. معاون توسعه امور اجتماعی و عمومی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور در ادامه از استناد ایلام به خاطر بکارگیری بانوان در امورات مدیریتی تقدیر کرد و گفت: برای توسعه پایست اول از همه سرمایه را بر توسعه انسانی گذاشته شود. وی در ادامه با بیان اینکه یکی از خطاهای ما این است که به جای پرداختن به بیماری های اجتماعی به نشانه ها پرداخته ایم، تصریح کرد: تنها فقر عامل مشکلات نیست و شاهد این مدعا این است که درویش خرسند و پولدار غمگین کم نداریم. معاون علمی، فرهنگی و اجتماعی سازمان برنامه و بودجه بر اجرای طرحی برای ارتقاء بهداشت روان زنان در استان ایلام تاکید کرد و گفت: انتصاب مدیران زن در استان کار شایسته ای است اما باید بازتاب این تصمیم مدیریتی را در خانواده ها نیز ببینیم.

نشت یابی بیش از ۱۴ هزار کیلومتر از خطوط گاز در گیلان

رشت - **مهناز نوبری** - حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان از نشت یابی ۱۴ هزار و ۲۴۰ کیلومتر از شبکه و خطوط تغذیه گاز در نیمه اول سال جاری در استان خبر داد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اعلام این خبر افزود: این نشت یابی ها در ۳۲ شهر و روستای استان صورت پذیرفته است و معادل ۵۹ درصد کل خطوط گاز در استان می باشد. مهندس اکبر افزود: این میزان نشت یابی در سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۶۵ درصد افزایش داشته و در نوع خود یک رکورد محسوب می گردد.وی همچنین با اشاره به وجود بیش از ۵۷۴ هزار اشعاب گاز در استان گفت: همکارانم در واحد بازرسی فنی در نیمه اول سال جاری توانستند بیش از ۳۵۲ هزار اشعاب و عملکرد ۱۶۱ ایستگاه را مورد نشت یابی قرار دهند.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با بیان این موضوع که در استان بیش از ۲۰ هزار کیلومتر شبکه گاز وجود دارد، بر ضرورت توجه بیشتر و بازرسی دقیق تر از شبکه تغذیه و توزیع گاز به منظور اجتناب از بروز هر گونه حادثه ناگوار و انتقال مطمئن گاز به مشترکین عزیز تاکید کرد.مهندس اکبر در پایان بر اهمیت رعایت مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی تاکید نمود و گفت: اگرچه گاز مایه آرامش و آسایش مردم است ولی در صورت عدم رعایت نکات ایمنی، استفاده از وسایل گازسوز غیر استاندارد و یا سهل انگاری می تواند زمینه ساز حوادثی ناگوار گردد.

تاکید فانی بر ایمنی پروژه های گازرسانی در نشست با کارکنان HSE

مشهد - **صابر ابراهیم بای** - سید حمید فانی در نشست با کارکنان امور HSE شرکت گاز استان، با تاکید بر رعایت کامل نکات ایمنی در اجرای پروژه های گازرسانی اظهار کرد: این موضوع که درحین اجرای پروژه های گازرسانی حادثه ای رخ دهد، تحت هیچ عنوان قابل قبول نخواهد بود. باید با پیمانکاران و ناظران HSE که مسائل ایمنی را رعایت نمی کنند برخورد کنیم و این برخورد در برخی مواقع می تواند حتی تا تعطیلی یک پروژه نیز پیشروی کند. رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی آموزش را شرط لازم برای تحقق ایمنی دانست و ادامه داد: بهمانالله در حوزه HSE تغییرات بسیار خوبی با کمک جمعی کارکنان انجام شده که این مهم شایسته تقدیر و تشکر است. رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی با اشاره به برپایی مانور اخیر در اداره مرکزی اظهار کرد: مانورهای که برگزار می شود بسیار ارزشمند است. باید تلاش کنیم تا به سمت برگزاری مانورهایی در لحظه صفر حرکت کنیم و آمادگی در بین کارکنان را افزایش دهیم. وی اثربخشی فعالیت HSE را بر فرد فرد کارکنان عنوان کرد و گفت: اگر بتوانیم با انجام این فعالیت ها حتی جان یک نفر را از مرگ نجات دهیم برپایان کافی است.



شرکتهای دانش بنیان و دستگاههای اجرایی بر برگزاری باشکوه نمایشگاه تاکید کرد.وی همچنین به فعالیت های انجام یافته شرکت در ارتباط با برگزاری رزن نوآوری و فناوری آب از جمله: تشکیل کارگروه تخصصی، ارتباط با دانشگاه ها و مراکز علمی، مکاتبه با شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، اطلاع رسانی از کانال های مختلف، برگزاری جلسات و نشست های تخصصی و... اشاره کرد.در

برای چهارمین سال متوالی؛

شهرداری قم به زائرین اربعین حسینی در مسیر نجف به کربلا خدمات رسانی خواهد کرد

نجف تا کربلا مقرر شد تا با هماهنگی های انجام گرفته، نظافت این مسیر از عمود ۱۰۷۰ تا عمود ۱۱۷۰ بر عهده شهرداری قم خواهد بود و همچنین در موکبهایی که از استان قم نیز در این مسیر مستقر هستند همکاری و خدمات رسانی انجام خواهد شد. همچنین با توجه به قرار گرفتن شهر قم در مرکز کشور و مسیر تردد زائرین به سمت مرز عراق، اتخاذ تدابیر ویژه برای خدمت رسانی به زائرین شهر مقدس قم نیز برای ایام اربعین حسینی و برنامه هایی که به این مناسبت در شهر برگزار خواهد شد به ویژه همکاری در برپایی و خدمت رسانی به فرارگاه مرکزی اربعین در مصلی قدس نیز صورت گرفته است تا خللی در روند خدمت رسانی صورت نپذیرد. همچنین در این جلسه کمیته های زیرمجموعه ستاد اربعین شهرداری قم شامل سازی های اجرایی، خدماتی، فرهنگی، تبلیغات و اعزام نیز تشکیل و دستورالعمل های اجرایی آن مورد بحث و بررسی قرار گرفت.



حسینی باشد و با توجه به شرایط موجود، برنامه ریزی مناسب برای خدمت هر چه بهتر در این زمینه صورت پذیرد. همچنین با اشاره به اعزام کاروان خادمان حسینی از مجموعه کارکنان داوطلب شهرداری قم جهت حضور در کشور عراق برای خدمت رسانی در مسیر پیاده روی

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری :

مردم تامین سوخت زمستانی را به ماههای پایانی سال موکول نکنند

برگ اعلام شده تا پایان وقت اداری مورخ ۲۰/ ۷/ ۱۳۹۷ می باشد. حسینعلی طالبی با اشاره به اینکه سوخت رسانی باید با کنترل دقیق صورت پذیرد، افزود: حضور موثر روسای نواحی همکاران آنها در ارائه خدمات مطلوب به مردم در مناطق صعب العبور با بازندها و نظارت کافی بر عملکرد توزیع کنندگان سوخت در فصل سرما ضروری است.طالبی به تعامل و ارتباط لازم با مسئولان محلی ونمایندگان ، نظارت بیشتر منطقه در تحویل سوخت به بخشهای مختلف مصرف وآمادگی برای تامین سوخت مورد نیازدر منطقه ییلاقی اشاره کرد وافزود: با توجه به برودت هوا درمناطق کوهستانی و سردسیر، تامین وذخیره سازی نفت سفید وسوخت رسانی به آنها با تدابیرمنطقه ساری انجام خواهد شد وهیچگونه خللی درسوخت رسانی وجود ندارد واین شرکت در شش ماهه دوم امسال با ذخیره سازی در ماههای قبل هیچ دغدغهای ندارد.



دوم سال انجام خواهد شد و آندسته از مصرف کنندگان که از نفت سفید استفاده می کنند با کالارگ اعلام شده با شماره ۵۱۴ ، ۵۱۴ ، ۳۱۴ ، ۲۱۴ ، ۱۱۴) و مقدار ۵۰۰ لیتر ، نسبت به دریافت و ذخیره سازی سوخت خود از فروشندگی های مربوطه اقدام کنند و این کار را به ماه های پایانی سال موکول نکنند. وی ادامه داد: اعتبار کالا

ساری - **دهقان** - مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : مصرف کنندگان نفت سفید با کالابرگ های اعلام شده ، نسبت به دریافت و ذخیره سازی سوخت از فروشندگی های محل سکونت خود اقدام کنند. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی ، حسینعلی طالبی مدیرشرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری با اشاره به سختی های سوخت رسانی به مناطق صعب العبور نواحی ساری ، نکا ، بهشهر، سوادکوه وامل ، بیان کرد : با برنامه ریزی انجام شده تدابیری برای سوخت رسانی مطلوب به مناطق سردسیروبرقر گیرقبل ازشروع فصل سرما انجام شده است و روشنت های ییلاقی و صعب العبور نگران تامین سوخت نیمه دوم سال خود نباشند. حسینعلی طالبی با اشاره به برودت هوای مازندران در نیمه دوم سال و نیاز بیشتر مردم به سوخت ، اظهار کرد : عملیات سوخت رسانی به مناطق صعب العبوربا قوت تمام در نیمه

با تولید ۵ میلیون و ۵۶۹ هزار و ۶۹۳ مگاوات ساعت؛

نیروگاه رامین اهواز سربلند در پیک برق تابستان ۹۷

سرمایه های ارزشمند انسانی توانستیم ضمن بهره برداری اصولی از واحدهای نیروگاهی ، نگهداری تجهیزات و اجرای موفقیت آمیز تعمیرات تخصصی اضطراری ، عملکرد مطلوبی در تولید پایدار این انرژی حیاتی در پیک برق تابستان داشته باشیم. محمدی تولید ۵ میلیون و ۵۶۹ هزار و ۶۹۳ مگاوات ساعت در ۶ ماهه اول سال ، اتمام بهوق تعمیرات اساسی واحد ۳۰۵ مگاواتی شماره یک، اجرای عملیات های تعمیراتی در دمای ۷۴ درجه ای و رطوبت ۹۵ درصدی و نگهداری از واحدهای تولیدی در شرایط سخت و دشوار تابستان سال جاری را برگ زرینی از افتخارات این نیروگاه دانست و اظهار امیدواری نمود با برنامه ریزی های صورت گرفته و تکیه بر توانمندی کارکنان تابشگر خود بتوانیم ضمن تقویت و پشتیبانی از شبکه سراسری برق خدمت رسان شایسته ای برای مردم و صنایع استان خوزستان باشیم . شایان ذکر است نیروگاه رامین اهواز با ۶ واحد تولیدی و با مجموع ۱۸۵۰ مگاوات ساعت بزرگترین نیروگاه بخاری کشور و تامین کننده حدود ۴۰ درصد برق مورد نیاز استان خوزستان است .



برق را افزایش می دهد. سرپرست نیروگاه رامین تجربه ، تخصص ، همدلی وایثار کارکنان را بزرگترین سرمایه این نیروگاه ۱۸۵۰ مگاواتی دانست و میزان تولید این انرژی حیاتی در پیک برق یعنی از خرداد تا شهریور سال جاری را ۴ میلیون و ۲۲۸ هزار و ۴۹۹ مگاوات ساعت اعلام نمود. وی گفت : عملیات بهره برداری و نگهداری از واحدهای تولیدی این نیروگاه بخاری که در آستانه ۴۰ سالگی فعالیت خود قرار دارد کاری پیچیده و طاقت فرساست و خرسندیم که با تکیه براین

دانش خبر داد:

موفقیت آتش نشانان بندرعباس در رقابت های جهانی

ماده ۱۰۰ متر سرعت و محمد امین لیاقت در رشته شنا کسب شده است. دانش خاطر نشان کرد: از ایران ۲۷ ورزشکار در این رقابت ها شرکت کرده بودند و تیم آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری بندرعباس با سه ورزشکار در مسابقات جهانی کره جنوبی حضور یافته بود. اضافه می شود، سیزدهمین دوره مسابقه ورزشی آتش نشانان جهان با حضور ۷ هزار شرکت کننده از ۳۶ کشور در ۷۳ رشته از ۱۹ شهرپورماه در شهر جنتجو کره جنوبی آغاز شده و تا ۲۶ شهریورماه ادامه دارد. مسابقه جهانی آتش نشانان هر دو سال یکبار در رشته های مختلف ورزشی و به صورت گروهی و انفرادی برگزار می شود.

بندرعباس - **خبرنگار فرصت امروز** - رئیس سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری بندرعباس از موفقیت هر سه آتش نشان شرکت کننده در مسابقات جهانی خبر داد و گفت: نمایندگان بندرعباس در این دوره از مسابقات موفق به کسب سه مدال شدند. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس، فرجام داش در این ارتباط اظهار کرد: از سه مدال کسب شده توسط نمایندگان آتش نشانی بندرعباس، یک مدال طلا و دو مدال برنز است. وی افزود: مدال طلای هرمزگان در این رقابت ها توسط عرفان رادهمر در رشته پرورش اندام و مدال های برنز نیز توسط هادی بلائی پور در

تمرکز برنامه های پیشگیرانه دادگستری استان گلستان بر کاهش تصادف های ساختگی

تشکیل شد.حجت الاسلام مهدی قاسمی وناجمی افزود : رئیس این کارگروه اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم استان است و دبیری آن را بیمه ایران برعهده دارد. پژوهشی قانونی و پلیس راهور هم از دیگر اعضای این کارگروه هستند. قاسمی وناجمی افزود : در جلسه اعضای این کارگروه مقرر شد از این پس شعب رسیدگی کننده به پرونده های تصادفات ، کروکی

های فرضی مشکوک را به پلیس راهور برای بررسی دقیق تر ارجاع دهند و حتما نظر کارشناس بیمه را در این پرونده ها اخذ کنند. وی گفت : همچنین مقرر شد برای برنامه ریزی بیشتر و بررسی راهکارهای پیشگیری از سوء استفاده های احتمالی ، به زودی نشست مشترکی با حضور کارشناسان قضایی ، پزشکی قانونی، بیمه و پلیس راهور در استان برگزار شود .

احتمال جریمه ۱.۶۳ میلیارد دلاری فیس‌بوک از سوی اتحادیه اروپا

در جریان رسوایی اخیر فیس‌بوک، احتمال دارد اتحادیه اروپا جریمه ۱۶۳ میلیارد دلاری برای فیس‌بوک در نظر بگیرد. به گزارش زومیت، پیشتر معلوم شد که اطلاعات حساب ۵۰ میلیون کاربر فیس‌بوک، به دست هکرها افتاده است. در جریان این رسوایی، اتحادیه اروپا، براساس قانون حفاظت اطلاعات عمومی (GDPR)، ممکن است جریمه ۱۶۳ میلیارد دلاری برای فیس‌بوک در نظر بگیرد.
وال استریت ژورنال، در آخرین گزارش روز یکشنبه، رقم احتمالی جریمه فیس‌بوک را منتشر کرد. کمیسیون حفاظت داده‌های ایرلند از سوی اتحادیه اروپا به‌عنوان مسئول بررسی پرونده فیس‌بوک انتخاب شده است و در بخشی از تحقیقات رسمی خود، از فیس‌بوک درخواست کرده تا اطلاعات مورد نیاز خود را در اختیار این کمیسیون قرار دهد. کمیسیون حفاظت داده‌های ایرلند در بیانیه‌ای اعلام کرد: رسوایی اخیر که روز سه‌شنبه فاش شد، حساب کاربری میلیون‌ها کاربر را در معرض خطر قرار داده است، اما فیس‌بوک نمی‌تواند ماهیت این نقض حریم خصوصی و خطری که میلیون‌ها کاربر را تهدید می‌کند، شفاف‌سازی کند.
ظاهرا به‌دلیل وجود یک حفره امنیتی در قابلیت View As، اطلاعات حساب کاربری ۵۰ میلیون کاربر فیس‌بوک در معرض خطر قرار گرفته است. نحوه رسیدگی به این پرونده، یکی از بزرگ‌ترین آزمون‌هایی است که تنظیم مقررات حفاظت داده‌های عمومی اتحادیه اروپا با آن مواجه است.
پراوین کوتاری، مدیر اجرایی شرکت CIPHERCloud، به SiliconANGLE اعلام کرد که این هک، باعث طرح سسوالات بسیاری شده است. وی در ادامه صحبت‌های خود گفت: دقیقا چه کسانی در معرض این هک قرار دارند؟ آیا از بین ۵۰ میلیون کاربر، کاربرانی از جامعه اروپا هم حضور داشته‌اند؟ اگر چنین اتفاقی افتاده باشد، آیا موضوع براساس قوانین GDPR پیش خواهد رفت؟ رسیدگی به چه صورت پیش خواهد رفت؟ با توجه به رسوایی کمبریج آنالیتیکا، واکنش اتحادیه اروپا به رسوایی اخیر فیس‌بوک، قابل پیش‌بینی نیست.
هنوز جزئیات دقیقی در مورد زمان فاش شدن این رسوایی مشخص نشده است. معلوم نیست دقیقا چه کاربرانی تحت تاثیر قرار گرفته‌اند، هنوز مشخص نیست که چه کسی مسئول این رسوایی است و سوالات بسیار دیگری وجود دارد که هنوز بی‌پاسخ هستند. حتی ممکن است با بررسی موضوع، به نتایج بدتری نسبت به آنچه امروز با آن مواجه هستیم بر خورد کنیم.
یاید بینیم فیس‌بوک درباره این موضوع و مسئولیت بالقوهای که برعهده دارد، چه اطلاعات جدیدی را فاش می‌کند. با توجه به اینکه احتمال دارد میلیون‌ها کاربر تحت تاثیر این هک قرار گرفته باشند، محاسبه جریمه احتمالی براساس قوانین GDPR، بسیار دشوار است. براساس قوانینGDPR، شرکت‌هایی که هک می‌شوند و نتوانسته‌اند از کاربران خود در برابر نفوذ هکرها حفاظت کنند، احتمال دارد از ۲۳ میلیون دلار یا ۴درصد درآمد سالیانه شرکت در سال قبل از بروز حمله هکری، جریمه شوند؛ در نتیجه، رقم ۱۶۳ میلیارد دلاری نیز براساس درآمد سالانه فیس‌بوک در سال ۲۰۱۷ محاسبه شده است. با اینکه احتمال جریمه‌شدن فیس‌بوک از سوی اتحادیه اروپا بسیار قوی است، ولی برخی اشاره می‌کنند که هک فیس‌بوک، چندان جدی نیست. چستر وینزیورکی، پژوهشگر ارشد گروه Sophos در این مورد گفت: در پلتفرمی به بزرگی و پیچیدگی فیس‌بوک، باگ‌های زیادی می‌تواند وجود داشته باشد. سرعت کلیدهای تایید هویت، قطعا مشکل بزرگی است، اما این اتفاق، به‌اندازه سایر مواردی که باعث نقض حریم خصوصی کاربران می‌شود، مانند آنچه در کمبریج آنالیتیکارخ داد، گسترده و بزرگ نیست.

مدرسه مدیریت

۴ روش افزایش زمان

مترجم: امید گوهری

آیا تاکنون احساس کرده‌اید که در روز زمان کافی ندارید؟ یا اینکه چرا نمی‌توانید ساعات روز را افزایش دهید؟ روش‌های آسانی برای افزایش زمان بیشتر در طول روز وجود دارد. چگونه می‌توانید زمان بیشتری داشته باشید؟
راحتل این مشکل در شناسایی مسائلی است که وقتگیر هستند و یا باعث به تعویق افتادن امور و در نتیجه تغییر در برنامه‌های‌تان می‌شوند. در اینجا به چهار راه آسان برای پیشینه‌کردن زمان اشاره شده است.

۱. **اهداف مشخصی برای خودتان تعریف کنید**

اهداف درهم و نواضح انگیزه قوی ایجاد نمی‌کنند. تلاش زیاد برای حل مسئله‌ای که به اندازه کافی در ما انگیزه ایجاد نکرده بسیار سخت است. در چنین شرایطی ترغیب می‌شوید این مسئله را دائما به تعویق بیندازید و از بهانه قدیمی «عدم زمان کافی» استفاده کنید. در هر حال اگر اهداف جزئی و واضحی مانند «خرید یک خانه ۳۰۰ هزار دلاری در طول ۲ سال» داشته باشید، تلاش آسان‌تر می‌شود. هر چه هدف‌تان خواستنی‌تر باشد، برای شما انگیزه‌بخش‌تر نیز خواهد بود. شما می‌توانید هدف‌تان را به اهداف کوچکتر و قابل‌دسترس تقسیم کنید تا به شما در رسیدن به هدف اصلی کمک کنند.
ورای این مفهوم، مبحثی علمی وجود دارد که به آن تئوری تنظیم اهداف گفته می‌شود و براساس مطالعات انجام‌شده توسط دکتر ادوین لاک (Edwin Locke) و دکتر گری لاتام (Gary Latham) در سال ۱۹۶۰ به وجود آمده است. در تحقیقاتی مبنی بر یافتن رابطه میان عملکرد و هدف، تخمین زده شده است که رابطهای قوی بین مشخص‌بودن هدف و عملکرد کاری وجود دارد. اهداف مشخص به صورت کلی بهتر از اهداف نامشخص یا راحت‌الوصول ما را به سمت عملکرد صحیح هدایت می‌کنند.

۲. **برنامه روزمره داشته باشید و به آن پایبند بمانید**

موفقیت پاداش داشتن برنامه است. نداشتن برنامه‌ای موفق نتیجه مستقیم مدیریت نادرست زمان است. برنامه صبح زود تیم کوک (Tim Cook)، مدیرعامل شرکت اپل، نمونه واضحی از برنامه‌ریزی موفق است. او هر روز ساعت ۳:۴۵ صبح از خواب بیدار می‌شود، به ۷:۰۰ ایمیل یا بیشتر پاسخ می‌دهد و پیش از رفتن به محل کار خود زمان کافی برای انجام بسیاری کارها را دارد.
شاید مدل کوک برای شما مناسب نباشد، اما با افزودن برنامه‌های روزمره و مثبت دیگری به زندگی خود می‌توانید از آنها بهره‌برید. سحرخیزی زمان کافی ایجاد می‌کند تا برخی کارها را از سر راه بردارید و سپس بر فعالیت اصلی خود تمرکز کنید. حتی می‌توانید هر شب بعد از شام ۲۰ دقیقه را به پیشرفت شغلی‌تان اختصاص دهید. با داشتن برنامه و پایبندی به آن، پس از مدتی اختصاص زمان برای انجام کارها آسان می‌شود.

۳. **مسئولیت‌پذیر باشید**

عدم‌مسئولیت‌پذیری به تعویق انداختن کارها را آسان می‌سازد و همین امر انگیزه لازم جهت برنامه‌ریزی را حتی برای پروژه‌هایی که عمیقا به آنها اهمیت می‌دهید از بین می‌برد. راحتل این مشکل آسان است؛ شما به یک فرد یا انگیزه نیاز دارید تا شما را مسئولیت‌پذیر نگاه دارد. در این خصوص یک شریک مسئولیت‌پذیر می‌تواند بسیار کمک‌کننده باشد. او کسی است (یک مربی، دوست یا شریک) که شما را کنترل می‌کند تا کارهای‌تان را برای رسیدن به اهداف خود پیش ببرید. با این کار علاقه بیشتری به اختصاص زمان برای انجام کارها و مسئولیت‌های‌تان پیدا می‌کنید. تنها همین حقیقت که یک نفر حواش به فعالیت‌های شماست، می‌تواند انگیزه‌ای قوی برای توقف در به تأخیر انداختن امور و شروع به کار بر روی مسائل بااهمیت باشد.

۴. **ترک عادات بد**

حقیقت تلخ است، اما کمبود وقت از گرفتاری به برخی عادات بد نشأت می‌گیرد. برای مثال آیا تمام اوقات خواب هستید؟ یا شبها برنامه‌های تلویزیونی تماشا می‌کنید؟ آیا همواره به شبکه‌های اجتماعی یا با دوستان‌تان بیرون هستید؟ شما احتمالا حداقل به یکی از سوالات بالا جواب مثبت داده‌اید. بالاخره شما انسان هستید و نیاز دارید نفسی تازه و گاه استراحت کنید. همین استراحت می‌تواند برای شغل شما بسیار مفید باشد؛ اما اگر این کارها را به صورت روزانه انجام می‌دهید، به راحتی می‌توانید زمان زیادی را در طول روز خالی کنید. تغییر را از مسائل کوچک آغاز کنید. به عنوان مثال برای ۳۰ دقیقه در روز به هیچ عنوان سراغ شبکه‌های اجتماعی نروید. حال می‌توانید این زمان را به پیشرفت شغلی‌تان از راه مطالعه، درس خواندن و یا آموختن مهارتی جدید اختصاص دهید.

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| چهارشنبه | ۱۱ مهر ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۷۲ | 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: ۸۸۸۹۵۳۴۴ – ۸۸۸۹۵۳۴۱

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۶ روش برای اینکه به مردم نشان دهید واقعا به حرف‌های‌شان گوش می‌دهید

مترجم: علی اکبری

لری کینگ، مجری اسبق یکبار گفت «من هرروز به

خودم یادآوری می‌کنم که هیچ کدام از حرف‌هایی که امروز می‌زنم چیزی به من نخواهد آموخت. پس اگر می‌خواهم چیزی یاد بگیرم باید خوب گوش بدهم.»

متخصصان حوزه ارتباطات خوب گوش کردن را در مقایسه با خوب صحبت کردن ابزار بهتری می‌دانند. اکثر مردم موافقتد که گوش کردن در مقایسه با صحبت کردن

انرژی بیشتری می‌طلبد.

هنگامی که پشت تلفن با یک مشتری VIP صحبت می‌کنید، بیشترین تاثیر ممکن را با گوش دادن، پرسیدن سوالات مرتبط و سازنده و همچنین توجه به جواب‌های آنان، خواهید گذاشت.

همه ما جذب افرادی می‌شویم که به ما احساس ارزشمند بودن داده، به حرف‌های ما گوش داده و هر بار حاضر باشند این کار را انجام دهند. در اینجا چند روش برای ارتقای مهارت‌های شنیداری‌تان ارائه شده است.

۱. **با تمام وجودتان گوش کنید**

ارتباط چشمی‌تان را بدون خیره شدن به طرف مقابل، حفظ کنید. تمرکز خود را برروی گوینده حفظ کرده با روی باز ارتباط را ادامه دهید تا نشان دهید که با روی باز پذیرای حرف‌های وی هستید. سر تکان دهید، لبخند بزنید و اگر به شفاف‌سازی نیاز دارید، سوال مرتبط بپرسید. با این روش به مخاطب خود می‌فهمانید که در لحظه حضور دارید و شديدا درگیر مکالمه هستید. عجله نداشته باشید. حضور بالفعل داشته باشید تا در یادها باقی بمانید.

۲. **لبخند بزنید**

یک لبخند گرم و اصیل زیباترین اتحنای بدن انسان است. این اعلان دوستانه می‌گوید، «من دست‌یافتنی و علاقه‌مند هستم» و این مساله به سرعت دیگران را آسوده خاطر می‌کند. هنگامی که طی صحبت‌های کوتاه لبخند می‌زنید به مردم نشان می‌دهید که از صحبت با آنها لذت می‌برید و از همین رو طول مکالمه را افزایش می‌دهید.

۳. **روی باز داشته باشید و راحت باشید**

ما هنگامی که احساس عدم امنیت داشته باشیم میل داریم تا از گفت‌وگو دوری کنیم. دست به سینه می‌ایستیم و پا پاهای‌مان را دراز می‌کنیم، روی صندلی‌ای که نشست‌ایم تکان می‌خوریم، دست در جیب کرده و یا حتی از دیگران فاصله می‌گیریم.

این طرز ایستادن شما را از فردی که در حال صحبت کردن است دور کرده و ارتباط‌تان را قطع می‌کند. چنین درایور متخصص زبان بدن، در کتاب پرفروش خود با عنوان بیش‌تر از چیزی که فکر می‌کنید حرف می‌زنید، نوشت: از لحاظ غریزی، جهت قرارگیری ناف ما، نشان‌دهنده نگرش‌مان بوده و موقعیت احساسی‌مان را آشکار می‌کند. هنگامی که آن را از طرف فرد مقابل برگردانده و یا به روی درب خروج برمی‌گردیم، به‌صورت ناخودآگاه این پیغام را به طرف مقابل می‌رسانیم که قصد اتمام مکالمه را داشته و از برهم‌کنش اجتماعی پیش آمده فراری هستیم. درایور این مقوله را هوش نافی می‌نامد.

۴. **مراقب حالت‌های ایستادن عصبی باشید**

احساس اضطراب در موقعیت‌های خاص عادی است، اما اگر می‌خواهید اجتماعی باشید و با مردم ملاقات کنید بایستی تا جای ممکن اضطراب خود را پنهان کنید.

اضطراب خود را به روش‌های گوناگونی نشان می‌دهد. نشانه‌های معمول اضطراب عبارتند از: ور رفتن با موها، جواهرآلات و یا لباس، تنظیم کردن چندباره کراوات، صاف کردن مرتب صدا، تق تق کردن پیوسته با خودکار، تکان دادن پاها، جوییدن ناخن‌ها و پوست اطراف آنها در حضور همگان. تا جای ممکن خود را آرام نشان داده و کنترل اعضای مختلف بدن‌تان را به‌دست بگیرید. چند نفس عمیق می‌تواند کمک خوبی باشد.

۵. **آغازکننده ارتباط باشید**

اگر احساس می‌کنید بقیه میلی به آغاز کردن ارتباط با شما ندارند، خودتان ارتباط را آغاز کرده و به آنها سلام کنید. این مساله نشان‌دهنده اعتمادبه‌نفس بوده و سریعا علاقه‌تان به طرف مقابل را بازتاب می‌کند. به محض شروع مکالمه بروی حرف‌های مخاطب خود متمرکز باشید و در مقابل وسوسه پردن میان حرف وی مقاومت کنید.

۶. **سوال بپرسید**

هنگامی که علاقه و تمرکز خود را به مردم نشان می‌دهیم، آنها احساس برانرژی بودن می‌کنند. اگر به زندگی افراد پیرامون خود علاقه نشان دهید، آنها بابت این مساله خرسند شده و عمل‌تان را به خاطر می‌سپارند. گوش دادن درست و متمرکز به حرف‌های طرف مقابل، بیش از چیزی که فکرش را کنید، یاد شما را در ذهن مخاطبان‌تان زنده نگاه می‌دارد. میل به بیرون آمدن از حصار خود و نگرانی‌های شخصی زمانی اتفاق می‌افتد که خرد، مناعت طبع و شفقت با میل به مفتخر کردن دیگران ترکیب شود.

منبع: entrepreneur