

این روزها بسیار شنیده می‌شود که تحریم‌های آمریکا و فضا سازی این کشور علیه ایران تاثیر مقطعی دارد و این مولفه اثر جدی در آینده اقتصادی کشور ندارد، هر چند این نگاه به نوعی فرار کردن از مشکلات امروز اقتصاد ایران است، اما در این میان نمی‌توان نقش سیاست‌گذاری‌های دولت و اثر آنها بر فضای سخت‌افزاری (فعالیت‌های اقتصادی) و نرم‌افزاری (وضعیت روانی) اقتصاد کشور را منکر شد. این روزها به نظر می‌رسد که یکی از چالش‌های جدی اقتصاد کشور، نگرش فعالان اقتصادی به آینده و وضعیت پیش رو است. موضوعی که اثر آن را در نظرسنجی اتاق بازرگانی تهران از فعالان اقتصادی به خوبی می‌توان مشاهده کرد. براساس این نظرسنجی، امید فعالان اقتصادی به آینده بسیار مبهم و مغشوش است، به طوری که عمده فعالان اقتصادی نسبت به فعالیت بنگاه خود اطمینان ندارند. موضوع مهم‌تر در این میان اما نگرش...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

تاسیسی یک شرکت شبه دولتی برای واردات خودرو

مهره‌چینی‌های دولت در صفحه بازی واردات خودرو گواه از آن دارد که تمام معادلات و محاسبات فعلی صنعت خودرو به خصوص در حوزه واردات تغییر اساسی خواهد کرد. اعلام رقم بودجه در روزهای گذشته و در نظر نگرفتن...

بخش خدمات با ۴۹ درصد باز هم بیشترین سهم اشتغال را به خود اختصاص داد

آخرین جغرافیای اشتغال و بیکاری در ایران

اینفوگرافی جغرافیای اشتغال و بیکاری در استان‌ها و مناطق مختلف برای فعالان اقتصادی، کارکرد یک شاخص سرمایه‌گذاری را دارد. از آنجا که روند رشد یا افت اشتغال و بیکاری، تابعی از شرایط اقتصادی هر منطقه است، داشتن نمایی کلی از این شاخص حساس اقتصادی برای بخش خصوصی، همانند چراغ راهنمایی برای تعیین مسیر و نوع سرمایه‌گذاری‌ها و برای دولتمردان، ابزار سنجش میزان اثربخشی سیاست‌های در پیش گرفته شده است. در همین حال، تازه‌ترین گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در پاییز ۹۷ در استان‌های مختلف، متفاوت بوده است و در ۱۶ استان از ۳۱ استان کشور، نرخ بیکاری در مقایسه با پاییز...

پیش‌بینی اقتصادهای نفتی و نهادهای بین‌المللی از قیمت نفت در سال ۲۰۱۹

قیمت واقعی یا رویایی نفت در بودجه

مدیریت و کسب‌وکار



کاهش ۹ میلیارد دلاری
پیش‌بینی فروش اپل در نتیجه
کاهش تقاضا برای آیفون

- وارن بافت چگونه ثروتمند شد؟
- رهبری کسب و کار به شیوه انعطاف پذیر با خوداندیشی
- ۲۵ اشتباهی که افراد موفق ۲ بار تکرار نمی‌کنند
- ۳ نکته‌ای که مشتریان برندها را در فروشگاه اذیت می‌کند
- بازاریابی شبکه‌های اجتماعی در بزرگترین شرکت‌های جهان
- ۱۰۰ روش رایگان برای بازاریابی کسب و کار اینترنتی

در دنیای شکست‌های مدام کسب‌وکارها چطور باید نجات یافت؟

۷ راز بقا

استارت‌اپ واژه جذابی است. کارآفرین بودن و صاحب کسب‌وکار شدن حالا بیشتر از هر زمانی در جوامع مختلف مورد توجه قرار گرفته است. با این حال، وقتی حرف از تاسیس کسب‌وکار جدید زده می‌شود، روی تیره و تار آن کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد؛ آن نیمه تاریک ماه که معرف یک واقعیت است: اغلب کسب‌وکارهای تازه در یک سال، پنج سال و ده سال اول کارشان شکست می‌خورند، اما بسیاری از کسانی که به امید موفقیت، کار جدیدی را کلید می‌زنند، این تصور را دارند که از این موضوع مستثنا هستند، ولی بخش مهمی از آنها در عمل تبدیل می‌شوند به همان آمار و ارقامی که از آن وحشت دارند. به گزارش آینده‌نگر، نشریه کارآفرین چاپ آمریکا با اشاره به آمار شکست کسب‌وکارها در این کشور به چند مورد اشاره کرده است که برای زنده ماندن کسب‌وکارهای تازه در دنیای تجارت ضروری است، فرقی نمی‌کند که این کسب‌وکار تازه کوچک باشد یا بزرگ، با جیب پرپول وارد گود شده باشد یا نه، در دنیای کسب‌وکار قواعد آنقدری هم که به نظر می‌رسد ثابت و حساب‌شده نیستند، اما می‌توان با در نظر گرفتن برخی راهنمایی‌ها امکان زنده ماندن را بالاتر برد. ترجمه بخش‌هایی از این راهنما را در این بخش می‌خوانید.

زندگی استارت‌آپی به نظر فریبنده می‌آید، گاهی نتایج خیره‌کننده این کسب‌وکارهای تازه را در محبوب‌ترین بخش‌های تجارت می‌بینیم در حالی که در واقعیت ۱۰ درصد از تمامی کسب‌وکارها در ۱۰ ساله اول شکل‌گیری‌شان شکست می‌خورند. براساس اعلام دفتر آمار کارگری، این شکست‌ها در صنایع و حوزه‌های مختلف رخ می‌دهند و وابستگی بالایی با وضعیت اقتصادی هم ندارند. اگر شما هم صاحب کسب‌وکاری هستید که کارمندان خودشان را هم دارد باید این موضوع را به چشم یک هشدار بنگرید. شکست کسب‌وکار یک واقعیت بسیار تلخ است. ۸۰ درصد از کسب‌وکارها می‌توانند خودشان را به جشن یک‌سالگی‌شان برسانند، اما پس از آن هر سال ارقام مربوط به موفقیت‌ها شروع به نزول می‌کند. تنها دسوم از کسب‌وکارهایی که کارمندان استخدام‌شده دارند می‌توانند از پس سال دوم برآیند. سال پنجم؟ فقط نیمی از این شرکت‌ها روی سال پنجم را می‌بینند. پس از ۱۰ سال چطور؟ فقط ۳۰ درصد. همه اینها یعنی در یک بازه ۱۰ ساله از هر ۱۰ شرکت هفت شرکت شکست می‌خورد. با وجود این، ما به عنوان کسانی که با چشم باز وارد حوزه کسب‌وکار شده‌ایم به موضوع از این زاویه نگاه نمی‌کنیم. آخر چه فایده‌ای دارد که خودمان را در این دسته‌بندی‌ها خلاصه کنیم؟ اما اگر یک گوریل بزرگ در اتاق کنار دست ما نشسته باشد، با نادیده گرفتنش نمی‌توانیم او را غیب کنیم. پس به این فکر کنیم که دلایل مشخصی برای شکست کسب‌وکارها وجود دارد. چیزهایی هستند که به نظر می‌رسد نادیده گرفته می‌شوند، کنار زده می‌شوند و همین سبب می‌شود تا شرکت‌ها تبدیل به بخشی از همان آمار شوند. اگر می‌خواهید این اتفاق برای کسب‌وکار شما رخ ندهد باید قدم‌هایی بردارید تا از شکست خودداری کنید. البته نباید فراموش کرد شکست در واقع زمانی است که تسلیم می‌شوید، اگر ۲۰ بار شکست بخورید و بار بیست‌ویکم به موفقیت برسید در واقع شکست نخورده‌اید چون تسلیم نشده‌اید. شکست در رسیدن به ارزش واقعی: ارزش قلب هر کسب‌وکاری است. موفق‌ترین صاحبان کسب‌وکار کسانی هستند که بیشترین ارزش کاری‌شان را ارائه می‌دهند. باید راهی پیدا کنید که ارزش آنچه ارائه می‌دهید را وعده‌هایی که داده بودید بیشتر باشد. همیشه و تحت هر شرایطی نتیجه بهتر از انتظار ارائه دهید.

اگر به دنبال پول راحت و ثروت یک‌شبه هستید خیلی سریع به بن‌بست می‌خورید. در عوض روی ارزش واقعی کارتان تمرکز کنید. اگر قادر نیستید چیز بیشتری به آنچه رقبای‌تان ارائه می‌دهند بیفزایید، در مورد روشی که در پیش گرفته‌اید تجدید نظر کنید. چرا باید به دنبال ارزش افزوده بود؟ فکرش را بکنید، اگر سرویسی بگیرید یا کالایی بخردی که عقل از سرتان بیرون نمی‌خواهد فوراً در موردش به دوستان‌تان بگوئید؟ به خصوص اگر بابت چنین کالا یا خدماتی قرار نباشد پول خون خودتان را بدهید دل‌تان نمی‌خواهد که نام و آوازه شرکت را فریاد بزنید؟ می‌خواهید! چون



تسهیلات ارزان قیمت بانک پاسارگاد محدودیت ندارد

ویژه اشخاص حقوقی، فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل

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



مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۸۰۰
www.bpi.ir

یادداشت

چرا گمرک مزاحم فضای کسب‌وکار است؟

 فرهاد احتشام‌زاد
 رئیس فدراسیون واردات ایران

این روزها بسیار شنیده می‌شود که تحریم‌های آمریکا و فضاسازی این کشور علیه ایران تاثیر مقطعی دارد و این مولفه اثر جدی در آینده اقتصادی کشور ندارد، هرچند این نگاه به نوعی فرار کردن از مشکلات امروز اقتصاد ایران است، اما در این میان نمی‌توان نقش سیاست‌گذاری‌های دولت و اثر آنها بر فضای سخت‌افزاری (فعالیت‌های اقتصادی) و نرم‌افزاری (وضعیت روانی) اقتصاد کشور را منکر شد. این روزها به نظر می‌رسد که یکی از چالش‌های جدی اقتصاد کشور، نگرش فعالان اقتصادی به آینده و وضعیت پیش رو است. موضوعی که اثر آن را در نظرسنجی اتاق بازرگانی تهران از فعالان اقتصادی به خوبی می‌توان مشاهده کرد. براساس این نظرسنجی، امید فعالان اقتصادی به آینده بسیار مبهم و متشوش است، به طوری که عمده فعالان اقتصادی نسبت به فعالیت بنگاه خود اطمینان ندارند. موضوع مهم‌تر در این میان اما نگرش و دیدگاه فعالان اقتصادی به عملکرد نهادهای دولتی است. براساس این نظرسنجی، ۳۰درصد از پاسخ‌گویان اعتقاد دارند سازمان امور مالیاتی مخل فضای کسب‌وکار است، ۲۷درصد بانک‌ها را در این خصوص مقصر می‌دانند و ۲۶درصد گمرک و ۱۳درصد سازمان تامین اجتماعی را در مشکلات فضای کسب‌وکار دخیل می‌دانند. ۱۹درصد نیز هر چهار نهاد را مقصر نامناسب بودن فضای کسب‌وکار عنوان می‌کنند. نگرش فعالان اقتصادی نشان می‌دهد که یکی از چالش‌های آشکار اقتصاد کشور اتخاذ سیاست‌هایی است که خلاف تقویت فضای کسب و کار است؛ موضوعی که موجب گردش یکباره متغیرهای کسب وکار در کشور شده و عدم اطمینان و پیش‌بینی‌ناپذیری نسبت به آینده را برای فعالان اقتصادی ایجاد کرده است. یکی از موضوعاتی که من به عنوان نماینده واردکنندگان در اتاق بازرگانی بارها بر آن تاکید داشته‌ام، ثبات قوانین، کاهش بخشنامه و دستورالعمل و دارا بودن یک برنامه مشخص برای واردات کشور است، چراکه به‌جد معتقد هستیم ثبات قوانین وضعیت تجارت فرامرزی را بهبود می‌بخشد. اما این موضوع اجرایی نشد و شاهد توقف واردات و ضرر و زیان بسیار بودیم. شاید به همین دلیل است که ۲۶درصد فعالان اقتصادی سازمان گمرک را موجب اختلال در اقتصاد کشور عنوان کرده‌اند. یعنی گمرک رتبه سوم را بعد از سازمان امور مالیاتی و بانک‌ها به دست آورده است. حال آنکه گمرک تنها یک حلقه از سه حلقه اصلی تجارت کشور است، دو حلقه اصلی دیگر براساس اتفاقات اخیر در دولت، وزارت صمت و بانک مرکزی شکل می‌گیرد. گمرک صرفا مجری دستورهاست و مرجع تصمیم‌گیری نیست و تصمیمات مرتبط با آن نیز در وزارت اقتصاد و دارایی صرفا در بخش درآمدی گرفته می‌شود و مانند اداره مالیات عضو آن وزارتخانه است. سیستم پنجره واحد به عنوان یکی از پیشروترین سیستم‌های اطلاعاتی ابتدا در گمرک شکل گرفت و تعمیم پیدا کرد که نشان از نگرش سیستماتیک آن مجموعه است، اما تکرر صدور قوانین و مقررات که بعضا ناقض یکدیگر نیز هستند در سال جاری و ضعیف و ناقص و تفسیرپذیر بودن بخشنامه‌های ابلاغی یکی از مشکلات عمده تاثیرگذار بر گمرک نیز بوده است که بعضا مشکل استفاده از قلم‌های طلایی را ایجاد کرده و افزایش نقاط فسادپذیر در گمرکات را به دنبال داشته است.

بنابراین گمرک یکی از حلقه‌های معیوب تجارت است که نسبت به سایر حلقه‌ها ضعیف‌ترین نیست، اما با توجه به رسالت کنترلی بودن این سازمان، در مظان اتهام مسئولیت‌پذیری کمتری نسبت به سایر حلقه‌ها قرار دارد. خاطرنشان می‌کنم ملاک ارزیابی عملکرد دولت در این بخش «هزینه مبادله» است که براساس دو پارامتر تعداد مستندات لازم و زمان‌بری انجام عملیات گمرکی مبنای عملکرد کشورها و هدف‌گذاری دولت تدبیر و امید نیز بوده است.

بر این اساس می‌توان گفت که یکی از چالش‌های آشکار اقتصاد کشور ابلاغ بخشنامه و دستورالعمل‌های متعددی است که در بسیاری از مواقع علاوه بر اینکه اجرای امور را دشوار می‌کنند، به دلیل تضاد با یکدیگر عملا سدی در مسیر پیشبرد فعالیت‌های اقتصادی نیز می‌شوند. همین موضوع موجب شده عملکرد بسیاری از واحدهای اقتصادی مختل شود. در چنین شرایطی حلقه اصلی معیوب اقتصاد کشور سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری است که گمرک یکی از حلقه‌های معیوب از زنجیره‌ای معیوب‌تر است که نه به عنوان مغز متفکر بلکه به عنوان بازو و در نقش اجرای دستورها انجام وظیفه می‌کند. عمده منشأ بروز مشکلات گمرکی برعهده تصمیم‌سازان برای گمرکات است. قطعا نگرش ارزشمند دکتر دژسند می‌تواند در میان‌مدت برای تیم دولت مفید باشد منوط به آنکه چابکی یکسانی نیز هم‌زمان در بدنه دولت شکل بگیرد.

در پایان باید تاکید کنم براساس نتایج این نظرسنجی نمی‌توان به صورت موردی درباره هر یک از فعالیت‌های اقتصادی چون واردات اظهار نظر کرد، چراکه این نظرسنجی از ۶۰۰ فعال اقتصادی تهیه شده است که ۷۲درصد در حوزه بازرگانی، ۲۳درصد در بخش صنعت، ۸درصد در بخش معدن و ۴درصد در بخش کشاورزی فعالند. اتفاقا ۷۲درصد نیز در شکل‌ها عضویت ندارند. یعنی فعالان غیرتشکلی که باید بنگاه‌هایی خرد باشند، بنابراین آمار استنادی باید تحلیلی‌تر تهیه شود که مفهوم بازرگانی یعنی صادرات یا واردات؟ به چه نسبتی در پاسخ‌ها تاثیر داشته‌اند؟ کل سهم این فعالان مورد پرسش قرارگرفته در تراز تجاری کشور چند درصد از کل سهم بخش خصوصی است؟ قطعا این‌گونه تحلیل‌های تخصصی و جامع‌نگرانه می‌تواند به خوبی نقش نهادهای تصمیم‌ساز و تاثیرگذار در مبادلات تجاری کشور و منشأ بروز مشکلات را مورد بررسی قرار دهد.

منبع: آینده‌نگر

ایمان ولی‌پور

Ivankaramazof@yahoo.com

اینفوگرافی جغرافیای اشتغال و بیکاری در استان‌ها و مناطق مختلف برای فعالان اقتصادی، کارکرد یک شاخص سرمایه‌گذاری را دارد. از آنجا که روند رشد یا افت اشتغال و بیکاری، تابعی از شرایط اقتصادی هر منطقه است، داشتن نمایی کلی از این شاخص حساس اقتصادی برای بخش خصوصی، همانند چراغ راهنمایی برای تعیین مسیر و نوع سرمایه‌گذاری‌ها و برای دولتمردان، ابزار سنجش میزان اثربخشی سیاست‌های در پیش گرفته شده است.

در همین حال، تازه‌ترین گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در پاییز ۹۷ در استان‌های مختلف، متفاوت بوده است و در ۱۶ استان از ۳۱ استان کشور، نرخ بیکاری به مقایسه با پاییز ۹۶ افزایش داشته است. همچنین پنج استان سمنان، مرکزی، همدان، زنجان و خراسان جنوبی نیز نرخ بیکاری پایین‌تر از میزان بیکاری تعیین‌شده در سال ۱۴۰۰ دارند.

طبق گزارش مرکز آمار ایران، کمترین نرخ بیکاری برای استان‌ها در پاییز امسال مربوط به سمنان، مرکزی و همدان به‌ترتیب با ۶۶درصد، ۶۹درصد و ۷۰٫۳درصد بوده است و بیشترین نرخ بیکاری نیز به استان‌های کرمانشاه، چهارمحال و بختیاری و البرز به‌ترتیب با ۱۸٫۲درصد، ۱۷درصد و ۱۵٫۸درصد تعلق داشته است.

بیشترین افزایش نرخ بیکاری نیز متعلق به استان البرز بوده که این نرخ در این استان ۵۵درصد رشد داشته است. استان کرمانشاه نیز در ادامه کاهش نرخ بیکاری خود در سال ۹۷ توانسته است بیشترین کاهش نرخ بیکاری را در فصل پاییز امسال در مقایسه با پاییز ۹۶ به نام خود ثبت کند و نرخ بیکاری را ۶۹درصد کاهش دهد.

همچنین مطابق گزارش مرکز آمار، کمترین نرخ بیکاری در پاییز ۹۷ مربوط به استان سمنان با نرخ بیکاری ۶۶درصد بوده است. بعد از استان سمنان، در رتبه‌های بعدی کمترین نرخ بیکاری استان‌ها، دو استان مرکزی و همدان به‌ترتیب با نرخ بیکاری ۶۹درصد و ۷۰٫۳درصد ایستاده‌اند. بیشترین نرخ بیکاری در پاییز ۹۷ هم به استان کرمانشاه با نرخ بیکاری ۱۸٫۲درصد تعلق گرفته است. بعد از کرمانشاه، دو استان چهارمحال و بختیاری و البرز به‌ترتیب با نرخ‌های بیکاری ۱۷درصد و ۱۵٫۸درصد قرار

گزارش مرکز آمار ایران در پاییز ۹۷ نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در ۱۲

استان از میانگین نرخ بیکاری در کل کشور بالاتر است و در ۱۹ استان نیز نرخ بیکاری از میانگین نرخ بیکاری در کشور پایین‌تر بوده است.

جغرافیای جنسیتی اشتغال

همچنین تازه‌ترین گزارشی که مرکز آمار ایران از تغییرات نرخ بیکاری در پاییز امسال منتشر کرده، از ثابت ماندن نرخ بیکاری ۱۱٫۷درصد نسبت به پاییز سال گذشته حکایت دارد؛ به طوری که جمعیت بیکار ۱۰ ساله و بیشتر از حدود ۳ میلیون و ۱۷۴ هزار و ۴۲ نفر تغییر محسوسی نداشته و نرخ بیکاری در همان ۱۱٫۷درصد باقی مانده است. به عبارت بهتر، جدیدترین وضعیت بیکاری در بین زنان و مردان به گفته مرکز آمار ایران، نشان از تغییر چندانی برای کاهش یا افزایش آن ندارد و بر این اساس، نرخ بیکاری در بین مردان به ۱۰٫۱ و زنان ۱۸درصد رسیده است.

بررسی جزئیات نرخ بیکاری در پاییز امسال در بین گروه‌های مختلف نشان می‌دهد که در حال حاضر از جمعیت بیکار موجود حدود ۲میلیون و ۱۹۳ هزار و ۴۴۳ نفر را مردان تشکیل می‌دهند و نرخ بیکاری در بین آنها ۱۰٫۱درصد گزارش شده است. در واقع، جمعیت بیکار در مرد‌ها تا حد ۰٫۱درصد نسبت به سال گذشته افزایش دارد و حدود ۷۱ هزار و ۴۹ نفر بر تعدادشان افزوده شده است.

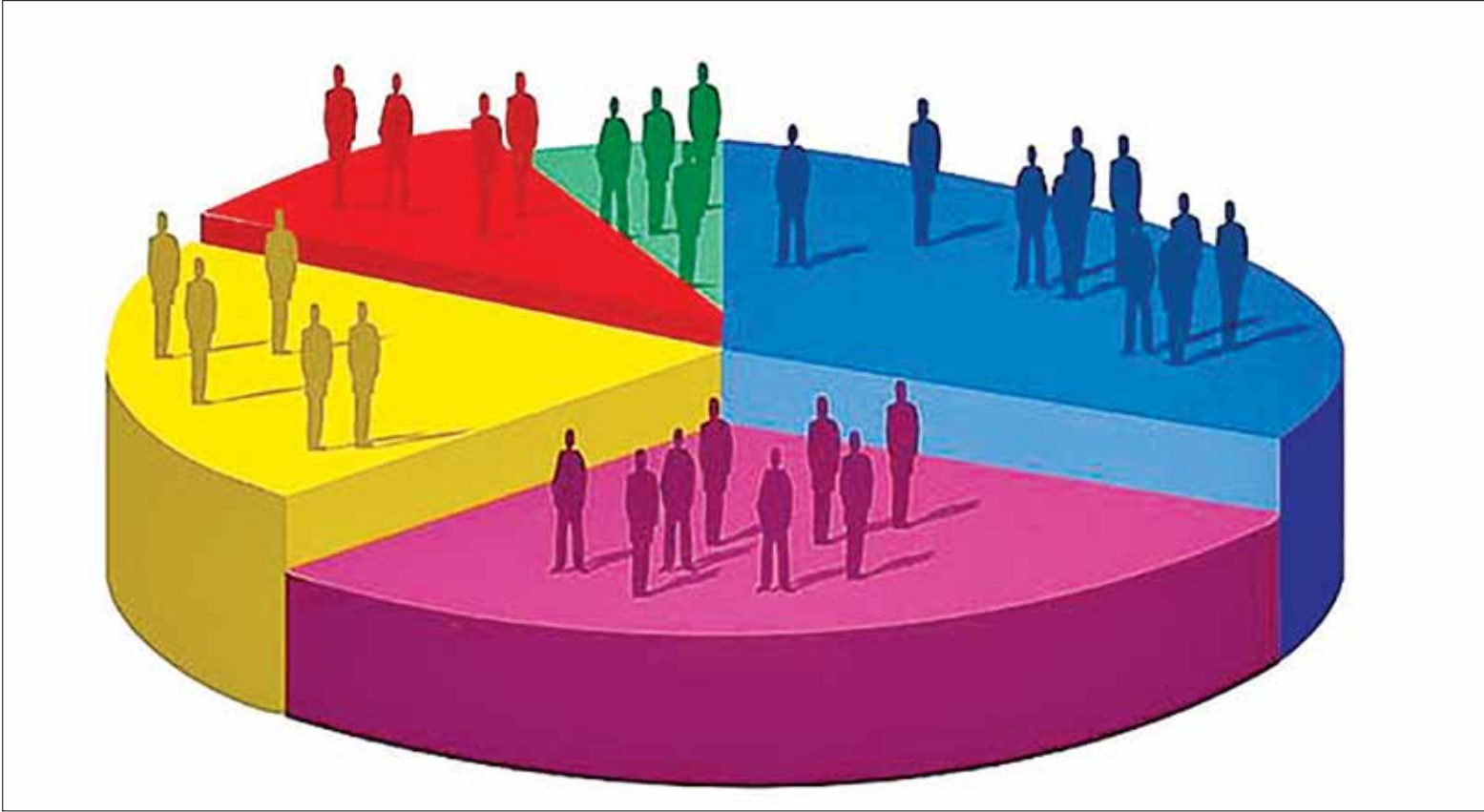
با این وجود، از تعداد جمعیت بیکار زنان تا اندازه‌ای کاسته شده است، به‌گونه‌ای که نرخ بیکاری در زنان به ۱۸درصد رسیده است که در مقایسه با پاییز سال گذشته یک درصد کاهش دارد. همچنین جمعیت بیکار زنان برای سال ۹۷ حدود ۹۸۰ هزار و ۵۷۸ نفر گزارش شده است که در مقایسه با پاییز سال قبل حدود ۵۹۶ نفر کاهش دارد.

چند درصد شاغلان بیش از حد استاندارد کار می‌کنند؟

در عین حال، بررسی اشتغال در بخش‌های عمده فعالیت اقتصادی در پاییز ۹۷ نشان می‌دهد که بخش خدمات با ۴۹٫۹درصد بیش‌ترین سهم اشتغال در اقتصاد ایران را به خود اختصاص داده و بخش‌های صنعت با ۳۲٫۹درصد و کشاورزی با ۱۷٫۲درصد در رده‌های بعدی ایستاده‌اند. طبق گزارش مرکز آمار ایران از نتایج طرح آمارگیری نیروی کار، سهم شاغلان بخش کشاورزی در پاییز ۹۷ نسبت به فصل مشابه سال قبل ۰٫۱درصد افزایش داشته است؛ این در حالی است که سهم شاغلان بخش صنعت هیچ‌گونه تغییری نداشته و از سهم شاغلان بخش خدمات نیز ۰٫۱درصد کاسته شده است.

از سوی دیگر، گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که ۱۱٫۷درصد جمعیت شاغل، دارای اشتغال ناقص بوده‌اند و این شاخص در بین مردان

آخرین جغرافیای اشتغال و بیکاری در ایران



بیشتر از زنان و در نقاط روستایی بیشتر از نقاط شهری بوده است. همچنین سهم اشتغال ناقص در پاییز ۹۷ نسبت به فصل مشابه سال قبل ۰٫۷درصد افزایش داشته است.

اما بررسی سهم شاغلین ۱۰ ساله و بیشتر با ساعت کار معمول ۴۹ ساعت و بیشتر بیانگر آن است که ۳۶٫۵درصد شاغلین به طور معمول ۴۹ ساعت و بیشتر در هفته کار می‌کنند. این شاخص که یکی از مولفه‌های کار شایسته به شمار می‌رود، نشان می‌دهد سهم زیادی از شاغلین در کشور، بیشتر از میزان استاندارد کار می‌کنند. با این‌همه، این شاخص نسبت به فصل مشابه سال قبل ۰٫۹درصد کاهش داشته است.

نسبت تحصیلات و اشتغال

همچنین تفکیک جمعیت شاغلان و بیکاران براساس تحصیلات نشان می‌دهد که سهم فارغ‌التحصیلان آموزش عالی از جمعیت بیکار حدود ۴۰٫۵درصد است که در مقایسه با سال گذشته ۳۰٫۴درصد افزایش دارد، یعنی از جمعیت حدود ۳میلیون نفری بیکار کشور بیش از ۴۰درصد فارغ‌التحصیل آموزش عالی هستند و این سهم در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به روستایی بالاتر است. در عین حال، سهم فارغ‌التحصیلان آموزش عالی از کل جمعیت شاغل ۲۳٫۹درصد است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۲درصد رشد داشته است.

اما تفکیک وضعیت اشتغال فارغ‌التحصیلان براساس متغیر زن و مرد نیز نشان می‌دهد که مردان فارغ‌التحصیل آموزش عالی ۲۸٫۱درصد کل بیکاران را تشکیل می‌دهند که سهم آنها نسبت به پاییز سال قبل رشد ۴٫۲درصدی دارد. از سوی دیگر، در بین جمعیت شاغل نیز مردان فارغ‌التحصیل ۲۰٫۶درصد را شامل می‌شوند که نسبت آنها با افزایش ۱٫۹درصدی همراه بوده است.

همچنین زنان فارغ‌التحصیل آموزش عالی نیز ۶۸٫۲درصد سهم جمعیت بیکار و ۳۸٫۵درصد شاغلان را تشکیل می‌دهند. این در حالی است که سهم زنان فارغ‌التحصیل در لشکر بیکاران ۲۴٫۴درصد رشد داشته و سهم زنان فارغ‌التحصیل در میان شاغلان هم ۱۶درصد افزایش داشته است. براساس آخرین آمارها، در حال حاضر بیش از ۳میلیون بیکار در ایران وجود دارد و سالانه حدود یک میلیون نفر نیروی متقاضی کار نیز به این آمار افزوده و وارد بازار کار می‌شوند که بر این اساس، فراهم کردن فرصت‌های شغلی مناسب برای جوانان جویای کار و تحصیلکردگان دانشگاهی جزو اولویت‌ها به شمار می‌رود. با این‌همه، دولت در برنامه ششم توسعه مکلف شده است نرخ بیکاری را تا چشم‌انداز ۱۴۰۰ به ۸٫۶درصد کاهش دهد.

پیش‌بینی اقتصادهای نفتی و نهادهای بین‌المللی از قیمت نفت در سال ۲۰۱۹

قیمت واقعی یا رویایی نفت در بودجه

دلار پیش‌بینی کرده‌اند. مقامات سسیتی بانک که هر ساله در گزارشی پیش‌بینی میانگین قیمت جهانی نفت را اعلام می‌کنند و می‌توان گفت پیش‌بینی نسبتاً درستی دارند، اعلام کرده‌اند: «بازار نفت در سال ۲۰۱۹ بسیار پرنوسان خواهد بود زیرا بزرگ‌ترین بازیگران بازار منافع مشترکی ندارند و تنش‌های سیاسی شدید بر قیمت نفت سایه انداخته است. همچنین موسسه اعتبارسنجی «اس اند پی گلوبال ریتینگز» با اشاره به وخامت وضعیت تقاضا برای کالاها، دورنمای قیمت نفت برنت در سال ۲۰۱۹ را از ۶۵ به ۵۵ دلار و وست تگزاس اینترمیدیت را از ۶۰ به ۵۰ دلار در هر بشکه کاهش داد. این موسسه اعتبارسنجی در بیانیه‌ای اعلام کرد ادامه جنگ تجاری آمریکا و چین به نگرانی‌ها نسبت به چشم‌انداز تقاضای جهانی برای نفت افزوده است. به گفته این موسسه، سطح بالای تولید نفت در روسیه و عربستان که پیش از توافق اوپک پلاس در دسامبر، به رکورد بالایی صعود کرده بود هم در بازبینی دورنمای قیمت نفت در سال ۲۰۱۹ موثر بود. در این بین، نکته مهم آن است که اگرچه دولتمردان ایرانی قیمت نفت را بسیار منطقی‌تر از دیگر کشورهای نفت‌خیز و موسسه‌های اقتصادی بین‌المللی پیش‌بینی کرده‌اند، اما با توجه به تحریم‌های آمریکا، کارشناسان معتقدند شاید مسئولان وزارت نفت برای فروش نفت به همین قیمت ۵۴ دلار هم با مشکلاتی روبه‌رو شود.

نکته‌ای که نشان می‌دهد پیش‌بینی میانگین ۵۴ دلار برای هر بشکه از سوی مردان اقتصادی کشورمان نسبت به‌پیش‌بینی‌های آنها عددی منطقی‌تر است. هفته گذشته و با ورود به سال جدید میلادی مقامات انرژی تعدادی از کشورهای نفتخیز پیش‌بینی‌هایی از قیمت را منتشر کردند. در این بین مسئولان کشور قطر متوسط قیمت نفت در هر بشکه را ۶۶ دلار در نظر گرفته‌اند که سه دلار کمتر از سال گذشته میلادی بود. همچنین مقامات عربستان سعودی به‌عنوان بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت جهان که بودجه کشورشان کاملاً وابسته به فروش نفت است، میانگین قیمت فروش نفت برای سال ۲۰۱۹ میلادی را ۷۸ دلار اعلام کرده‌اند. علاوه بر این دو کشور مسئولان انرژی امارات بحرین هم به ترتیب قیمت نفت را ۶۵ دلار و ۶۸ دلار پیش‌بینی کرده‌اند.

روسیه یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان غیروپکی نفت در دنیا هم متوسط قیمت نفت در سال ۲۰۱۹ میلادی را ۷۰ دلار در نظر گرفته و اعلام کرده به دنبال تولید روزانه ۱۱٫۵ میلیون بشکه نفت در روز است. در کنار این گمانه‌نی‌ها اداره اطلاعات انرژی کشور آمریکا به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان انرژی در جهان و بازیگران اصلی میانگین قیمت را ۷۲ دلار در نظر گرفته است. تحلیلگران صندوق بین‌المللی پول هم رقم میانگین قیمت نفت را ۶۸ دلار و سیتی بانک آمریکا ۶۰



دریچه

پیشنهاد مرکز پژوهش‌ها برای پرداخت حقوق

دولت هر ماه چقدر حقوق پرداخت می‌کند؟

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، دولت در سال جاری هر ماه اعتباری برابر با ۱۴ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان برای پرداخت حقوق کارکنان و بازنشستگان دولتی اختصاص داده است. به این ترتیب در خوش‌بینانه‌ترین حالت امسال کارمندان دولت و بازنشستگان دولتی ۱۷۴ هزار میلیارد تومان حقوق می‌گیرند. به گزارش خبرآنلاین، هرچند تعداد دقیق کارکنان دولتی براساس گزارش‌های ارائه‌شده از سوی مرکز پژوهش‌ها چندان شفاف نیست اما با این حال متوسط حقوق و مزایای دریافتی رقمی در این ابعاد را تشکیل می‌دهد که بخش مهمی از هزینه‌های دولتی در قالب لایحه بودجه است. پیش از این مجید انصاری، معاون رئیس‌جمهور در آخرین ماه‌های سال ۱۳۹۶ تعداد کارمندان دولت را ۲ میلیون و ۳۳۰ هزار نفر اعم از دولتی و پیمانی و قراردادی عنوان کرد و گفت: متوسط حقوق پرداختی به این افراد حدود ۲ میلیون و ۹۴۰ هزار تومان است. این رقم در سال جاری افزایشی اندک را تجربه کرد و مقرر شده در سال آینده نیز حقوق و دستمزد کارکنان دولتی رشدی ۲۰ درصدی را شاهد باشد. با این حال گزارشی در سال ۹۳ از سوی مرکز پژوهش‌ها نشان می‌داد تعداد حقوق‌بگیران صندوق‌های بازنشستگی یک میلیون و ۲۴۷ هزار نفر است و تعداد کارمندان دولت نیز در این گزارش ۲ میلیون و ۳۴ هزار نفر اعلام شده است. در عین حال تعداد کارکنان شرکت‌های دولتی نیز ۴۳۶ هزار و ۴۸۸ نفر عنوان شده بود.

با این حال بررسی‌ها نشان می‌دهد اعتبارات هزینه‌ای بودجه بخش عمده مصارف عمومی را به خود اختصاص می‌دهد. ۷۸.۷ درصد از کل مصارف عمومی به این حوزه اختصاص دارد. در عین حال بخش مهمی از این اعتبارات مربوط به حقوق و دستمزد کارکنان دولت است. بر این اساس دولت ایران در قیاس با بسیاری از دولت‌ها در جهان دولتی فره به با عائله زیاد محسوب می‌شود. با این حال هرچند اقتصاد ایران، اقتصادی دولت‌محور است، اما بخش عمده‌ای از درآمد نیروی کار در ایران را بخش خصوصی و عمومی تأمین می‌کنند به طوری که ۲۴ میلیون نیروی کار در ایران وجود دارد اما کمتر از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر این افراد دولتی هستند. این یعنی شمار کارکنان دولتی در قیاس با توان دولت و حجم فعالیت آن بالاست و بالا بودن تعداد کارکنان بوروکراسی پیچیده‌ای را نیز پدید آورده است. هرچند پرداختی به کارکنان جزو هزینه‌های ضروری است اما مرکز پژوهش‌ها راه‌حل دیگری را نیز پیشنهاد و تأکید کرده است نباید کلیه حقوق و دستمزد و مستمری‌های پرداختی را که در حال حاضر پرداخت می‌شود جزو هزینه‌های غیرقابل اجتناب دانست. مواردی مانند پرداخت‌های نامتعارف و پرداخت برای فعالیت‌های قابل حذف را می‌توان جزو این موارد معرفی کرد. بدین منظور باید در قانون بودجه سال آینده مقدمات شفافیت مالی این بخش از هزینه‌های دولت به تفکیک ذی‌نفع نهایی دریافت‌کننده وجوه، میزان دریافتی و فعالیت انجام‌شده فراهم شود و هرگونه افزایش در حقوق حتی افزایش ۲۰ درصدی پیشنهاد شده در لایحه، منوط به ثبت این اطلاعات در خزانه‌داری کل کشور و سازمان اداری استخدا می‌باشد.



نمی‌تواند به عنوان عامل مجدد در رشد قیمت مسکن طی ماه‌های آینده تأثیرگذار باشد. بنابراین افت شدید معاملات، وجود فضای سفته‌بازانه، رشد سهم واحدهای قدیمی از کل معاملات، افزایش سهم واحدهای کوچک‌متر و عدم اثرگذاری قیمت زمین روی مسکن، پنج گزاره اصلی بازار مسکن شهر تهران را تشکیل می‌دهد که می‌تواند نشان‌دهنده قرار گرفتن بازار در بالاترین سطح ظرفیت خود باشد و از ماه‌های آینده رکود تومی جای خود را به رکود غیرتومی خواهد داد.

خانه بخردی چرا که احتمال کاهش قیمت وجود دارد یا اینکه نسبت به خرید مسکن اقدام نکنید زیرا افزایش دوباره قیمت‌ها هم محتمل است.»

وی ادامه داد: در ماه‌های ابتدای امسال، در یک مدت کوتاه قیمت مسکن متأثر از افزایش نرخ ارز رشد قابل توجهی پیدا کرد، اما در این مدت اگر قدرت خرید مردم کاهش پیدا نکرده باشد به طور قطع متناسب با میزان افزایش قیمت‌ها بالا نرفته بنابراین طبیعی است که میزان معاملات مسکن روند نزولی داشته باشد.

رئیس اتحادیه مشاوران املاک درباره احتمال تغییر قیمت مسکن متناسب با نوسان قیمت ارز در چند ماه آینده گفت: تجربه نشان داده است که بازارهای مختلف در برابر کاهش قیمت مقاومت می‌کنند و معتمد کاهش قیمت ارز و مهم‌تر از آن، ثبات قیمت پس از کاهش، می‌تواند به بازار مسکن ثبات بدهد ولی کاهش قیمت بعید به نظر می‌رسد. اگر قیمت دلار یک روند نزولی مستمری را در پیش بگیرد تلاطم‌های بازار مسکن هم فروکش خواهد کرد.

همچنین حسام عقایی، نایب‌رئیس اتحادیه مشاوران املاک با اشاره به وضعیت بازار مسکن در صورت تداوم کاهش قیمت ارز گفت: عوامل متعددی در افزایش قیمت مسکن دخیل بوده، اما موثرترین آن افزایش نرخ دلار بوده است.

به گفته عقایی، اگر قیمت دلار بدون نوسان در چند ماه آینده ریزش مستمر داشته باشد، می‌توان انتظار کاهش قیمت مسکن را داشت. قاعدتاً با کاهش نرخ دلار در تمام بازارها باید کاهش افت قیمت‌ها را شاهد باشیم، اما معمولاً بازار مسکن نسبت به سایر بازارها مقاوم‌تر است.

رکود غیرتومی در بازار مسکن

بعضی کارشناسان می‌گویند که به دلیل افزایش قیمت نهاده‌های ساختمانی، قیمت واحدهای نوساز در سال آینده بالا می‌رود، اما حداقل پنج گزاره که به تأیید کارشناسان رسیده حاکی از آن است که چنین احتمالی بعید به نظر می‌رسد.

به گزارش ایسنا، با نوسانات نرخ ارز که با افزایش قیمت مصالح ساختمانی همراه بود، بعضی فعالان صنعت ساختمان معتقدند این رشد، تأثیر خود را در قیمت مسکن در سال آینده خواهد گذاشت اما در سوی مقابل، برخی دیگر از کارشناسان معتقدند بازار مسکن، رشدی را که می‌بایست به تدریج به خود بگیرد را یکدفعه با دو برابر شدن قیمت‌ها به دست آورده و کاهش ۶۲ درصدی معاملات نشان می‌دهد ظرفیتی برای جهش مجدد قیمت‌ها وجود ندارد. مانیتور معاملات مسکن که پنج سیگنال جدید در آن مشاهده می‌شود در آذرماه نشان می‌دهد که گزاره فروکش تلاطم بازار در مسیر تحقق قرار گرفته است. در آذرماه ۱۳۹۷ بیشترین رشد ماهیانه قیمت مسکن شهر تهران به ترتیب در مناطق ۱، ۱۲ و ۷ رخ داده که نسبت به آبان ماه به ترتیب با ۱۱، ۱۱ و ۹ درصد رشد قیمت مواجه بودند. در سایر مناطق رشد محسوسی نسبت به آبان‌ماه مشاهده نشده و حتی در منطقه ۱۶ که البته تنها ۱۱۹ مورد معامله در آن صورت گرفته میانگین قیمت‌ها ۶۶ درصد نسبت به آبان‌ماه کاهش یافته است.

از سوی دیگر همانند ماه‌های گذشته سهم واحدهای نوساز در معاملات، باز هم شیب کاهشی داشت. با اینکه واحدهای تا پنج سال ساخت با ۴۳ درصد بیشترین سهم از معاملات مسکن شهر تهران را در آذرماه ۱۳۹۷ به خود اختصاص داده، این سهم نسبت به ماه مشابه سال قبل ۵.۴ درصد کاهش یافته و در مقابل به سهم واحدهای با قدمت شش سال به بالا ۵.۵ درصد افزوده شده است.

حرکت طرف تقاضا به سمت واحدهای کوچک‌تر، دیگر متغیر بازار مسکن شهر تهران است. سال گذشته در همین زمان واحدهای ۶۰ تا ۷۰ متر با سهم ۱۴.۳ درصد از کل معاملات، بیشترین فروش را به خود اختصاص داده بودند. امسال این رتبه مربوط به واحدهای ۵۰ تا ۶۰ متر با ۱۴.۸ درصد است.

از سوی دیگر با وجودی که قیمت نهاده‌های ساختمانی دو تا سه برابر افزایش یافته، آیتمی که تأثیر اصلی را در قیمت مسکن می‌گذارد، زمین است که هماهنگ با افزایش قیمت مسکن دچار جهش شده و

فرصت امروز: دلار و مسکن در اقتصاد ایران، دو کالای سرمایه‌ای هستند و زمانی که قیمت یکی از کالاهای سرمایه‌ای افزایش پیدا می‌کند، طبیعتاً روی سایر کالاهای نیز اثر می‌گذارد، اما این تأثیر تنها به معنای افزایش قیمت مسکن نیست و با افزایش نرخ ارز تقاضای بخش مسکن هم کاهش می‌یابد. در واقع، افرادی که متقاضی غیرمصرفی مسکن هستند، ممکن است سرمایه خود را به بازار ارز منتقل کنند و بر این اساس، افزایش نرخ ارز در کوتاه‌مدت، تب بازار مسکن را سرد می‌کند.

اما حالا با کاهش قیمت ارز، این سوال برای بسیاری پیش آمده که آینده قیمت مسکن چه می‌شود؟ کارشناسان معتقدند که قیمت‌های فعلی در بازارهای طلا، ارز و مسکن خارج از توان طرف تقاضاست و باید تعدیل شود و در بلندمدت نیز قیمت مسکن خود را با ارز هماهنگ می‌کند. از سوی دیگر، برخی از کارشناسان نیز اعتقاد دارند که اگر کاهش نرخ ارز با افزایش تولید مسکن همراه شود، خطری تعادل بازار مسکن را تهدید نمی‌کند.

در مجموع، موثرترین دلیل رشد جهشی قیمت مسکن از دید کارشناسان اقتصاد مسکن، افزایش ناگهانی نرخ ارز بوده است و از این منظر اگر کاهش قیمت ارز مستمر و بدون نوسان باشد، تلاطمات بازار مسکن هم فروکش خواهد کرد.

به گزارش ایرنا، دوره رکود چند ساله بازار مسکن از مهرماه پارسال رو به اتمام قرار گرفت و میزان معاملات خرید و فروش مسکن با شیب ملایمی افزایش یافت. هرچند مسئولان وزارت راه و شهرسازی مدعی بودند که بازار مسکن دیگر کشش و ظرفیت افزایش قیمت را ندارد، اما رفته رفته شیب افزایش قیمت‌ها تندتر شد تا اینکه در کلانشهر تهران به بیش از ۹۰ درصد هم رسید.

با اینکه مسکن نسبت به سایر بازارها کمترین وابستگی به ارز و دلار را داشت، اما نتوانست در برابر هجوم نقدینگی پس از کاهش ارزش پول ملی کشور دوام بیاورد. در روزهایی که با ریزش ارزش ریال در برابر دلار مواجه بودیم، مردم برای حفظ سرمایه خود دست به تبدیل نقدینگی خود به دارایی‌هایی از جمله مسکن و مستغلات، طلا، سکه و ... زدند، بنابراین با افزایش تقاضا و کمبود عرضه در بازار و از سوی دیگر رها شدگی فنر تورم انباشت‌شده، قیمت‌ها به صورت جهشی افزایش یافت که مسکن هم مستثنی از این جریان نبود.

طبق گزارش‌های رسمی از سوی مرکز آمار و بانک مرکزی، متوسط قیمت خرید و فروش یک مترمربع زیربنای مسکونی در نقاط شهری کشور در تابستان امسال نسبت به تابستان سال گذشته بیش از ۴۴ درصد افزایش پیدا کرد. همچنین در حالی که رشد متوسط قیمت هر متر مسکن در تهران طی دوره‌ای ۹ ماهه در ۹۶ نسبت به ۹۵ تنها ۷.۴ درصدی بود، اما این شاخص در ۹ ماهه ۹۷ نسبت به ۹۶ با رشد ۶۲.۶ درصدی روبه‌رو بوده است.

متوسط قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در دوره ۹ ماهه امسال ۷ میلیون و ۵۶۱ هزار تومان برآورد شده حال آنکه این رقم در ۹ ماهه سال گذشته ۴ میلیون و ۶۵۰ هزار تومان بوده است. البته مقایسه قیمت‌ها در برخی مقاطع مانند آذر سال ۹۶ با آذر امسال نشان می‌دهد که قیمت مسکن در تهران بیشتر از ۹۰ درصد افزایش داشته است.

هرچند بخشی از این افزایش قیمت‌ها به دلیل سرکشی هزار و ۷۰۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی سرگردان بوده، اما جریان دلالی و سوداگری هم تأثیر قابل توجهی در این رشد قیمت غیرمنطقی داشته است. همین افزایش جهشی قیمت‌ها هم باعث کاهش میزان معاملات مسکن شده به طوری برخی از کارشناسان اقتصادی بر این باورند که بازار مسکن پس از دوره کوتاه رونق، دوباره وارد دوره رکود شده است.

دورنمای بازار مسکن در سال آینده

مصطفی قلی خسروی، رئیس اتحادیه مشاوران املاک درباره وضعیت بازار مسکن و پیش‌بینی افت و خیز قیمت‌ها معتقد است: در هر بازاری دوره‌های رکود و رونق وجود دارد که معمولاً دوره‌های رونق کوتاه‌تر از رکود است. در حال حاضر هم میزان معاملات مسکن در بازار نسبت به مدت مشابه در سال گذشته کاهش داشته است اما این به معنای رکود نیست بلکه بازار کساد است.

به گفته او «در چنین شرایطی نمی‌توان به مردم توصیه داشت که

خونه و محل کارِ جدید

تلفن و اینترنت

همون یکِ همیشگی!

۱۵۴۴

asiatech.ir

آیاتک

نگاه



چرا بانک مرکزی مستقل نیست؟

تعیین سیاست‌های پولی در پستوهای اداری

یک کارشناس اقتصادی مدعی شد که بانک مرکزی در سیاست‌گذاری استقلال ندارد و سیاست‌های مهم پولی و بانکی کشور در پستوهای اداری تعیین می‌شود. علی‌چشمی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به ویژگی‌های بانک مرکزی مستقل گفت: درخصوص بانک مرکزی مستقل ادبیات مشخصی وجود دارد و مفهوم ملموسی است که امروزه بیشتر به صورت کمی شده است، اما به طور خلاصه بانک مرکزی مستقل، بانکی است که هم در ساختار، هم در انتصاب مدیران و هم در سیاست‌گذاری‌ها دارای استقلال باشد. بعد دیگر این است که بانک مرکزی هم از نظر قانون و هم از نظر عمل استقلال داشته باشد.

وی ادامه داد: از این حیث که بانک مرکزی به طور ساختاری دارای استقلال باشد، از این وجه که دولت درخصوص بودجه و فعالیت‌های مالی دولت مستقل باشد، حائز اهمیت است. به عبارت دیگر مشکلات بودجه‌ای دولت نباید بر بانک مرکزی سلطه داشته باشد. استقلال در ساختار به این معنا است که ارکان بانک مرکزی به گونه‌ای ساماندهی شوند که نسبت به دولت عملکرد مستقلی داشته باشند.

استادیار اقتصاد دانشگاه فردوسی عنوان کرد: به طور مثال در آمریکا بانک مرکزی دارای یک هیأت اصلی است. نحوه انتصاب این هیأت اصلی توسط رئیس جمهور و تأییدیه آن توسط مجلس سنا به نحوی است که امکان تغییر آن به راحتی ممکن نباشد. یک رکن مهم در بانک مرکزی آمریکا، بانک مرکزی منطقه‌ای است. ۱۲ بانک مرکزی منطقه‌ای در این کشور وجود دارد که هیأت مدیره این بانک مرکزی‌های منطقه‌ای توسط بانک‌های هر منطقه تعیین می‌شوند.

وی افزود: در حقیقت در این بانک شاهد یک ساختار از پایین به بالا هستیم و فعالان بانکداری اقدام به انتخاب مدیران بانک مرکزی می‌کنند. مسئله مهم در استقلال بانک مرکزی از پایین به بالا بودن ساختار است یا به عبارت دیگر بخش بانکداری توسط بانک‌ها ساماندهی می‌شود.

چشمی تصریح کرد: بنابراین هیأت مدیره اصلی فدرال رزرو توسط رئیس جمهور و با کمک سنای آمریکا انتخاب خواهند شد و از سوی دیگر هیأت مدیره بانک‌های مرکزی بانک‌های هر منطقه انتخاب خواهند شد. در حقیقت ۲۵۰۰ بانک در عضویت فدرال رزرو آمریکا هستند. در حقیقت دو رکن در بانک مرکزی آمریکا وجود داشته که یک رکن از بالا به پایین بوده و رکن دیگر از پایین به بالاست.

وی اضافه کرد: این دو رکن در حقیقت تعیین‌کننده شورای اصلی فدرال رزرو هستند که وظیفه تعیین سیاست‌های پولی و مالی کشور برعهده آن است. این شورا در حقیقت کمیته عملیات بازار باز نام دارد دارای اعضای شامل هیأت مدیره اصلی و اعضای از هیأت‌مدیره‌های بانک مرکزی‌های منطقه‌ای است که یک ساختار مستقلی نسبت به سایر نهادها و به خصوص دولت پیدا خواهد کرد.

عضو هیأت علمی گروه اقتصاد دانشگاه فردوسی اظهار کرد: بنابراین مسئله استقلال در ارکان و ساختار، جنبه‌های مختلف ارتباط با دولت را مشخص خواهد کرد. اگر این مدل را به درون بانک مرکزی ایران ببریم، مشاهده می‌کنیم که اولاً خبری از هیأت مدیره اصلی نیست. یک هیأت عامل وجود دارد که شامل رئیس کل بانک مرکزی و معاونان او است که شأنیت هیأت مدیره اصلی بانک مرکزی آمریکا را ندارد و شیوه انتصاب آن بسیار متفاوت است.

وی خاطر‌نشان کرد: در ایران تنها به انتصاب رئیس کل بانک مرکزی اهمیت می‌دهیم و معمولاً انتصاب سایر اعضای هیأت عامل چندان اهمیتی ندارد. شورای پول و اعتبار بانک مرکزی ایران که مشابه کمیته عملیات بازار باز است، متشکل از چند وزیر اقتصاد سابق، به اضافه دو نفر صاحب نظر که توسط ریاست جمهوری انتخاب می‌شود و رئیس اتاق بازرگانی و اتاق تعاون از بخش خصوصی در این شورا حضور دارند که این افراد سابقه فعالیت در حوزه بانکداری را ندارند. در حقیقت این شورا مهم‌ترین تصمیمات در حوزه پولی و بانکی را اتخاذ می‌کنند اما ارتباطی با فعالان حوزه بانکداری ندارند. این ساختار در حقیقت بسیار وابسته به دولت است و چندان نمی‌تواند استقلال رفتاری داشته باشد.

یک دهه از اجرای آزمایشی قانون مالیات بر ارزش افزوده گذشت

طلا پشت سد مالیات بر ارزش افزوده



غیرکارشناسی قانون مالیات بر ارزش افزوده تصریح کرد که با اجرای این قانون خریداران مصنوعات طلا به طور قابل توجهی کاهش یافتند و رکود موجود در این بازار باعث تعطیلی ۵۰درصدی صنف طلا و جواهر و بیکاری خیل وسیعی از کارگران و فعالان این صنف شده است.

امیدواری به کاهش قیمت در بازار طلا و سکه

در همین حال، قیمت طلا و سکه در نخستین روز هفته در حالی افزایش یافت که رئیس اتحادیه سازندگان و فروشندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران امیدوار است قیمت‌ها کاهش یابد.

ابراهیم محمدولی در این باره گفت: احتمال افزایش قیمت‌ها وجود دارد و خواهد داشت چرا که در پایان سال میلادی و تعطیلات کریسمس قرار داریم و این انتظار توری در همین بازه زمانی در بازار داخلی نیز وجود داشته است و نوسانات تا حدودی طبیعی است. البته امیدواریم بازار طلا و سکه به زودی به روند طبیعی خود برگردد و مجدداً شاهد کاهش قیمت‌ها باشیم.

به گفته وی، هر عدد سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در روز شنبه ۳ میلیون و ۶۶۶ هزار تومان و سکه طرح قدیم ۳ میلیون و ۵۵۰هزار تومان معامله شد. همچنین نیم سکه یک میلیون و ۹۰۰ هزار تومان قیمت دارد و ربع سکه یک میلیون و ۱۹۰ هزار تومان و سکه گرمی ۶۵۰ هزار تومان فروخته می‌شود.

رئیس اتحادیه سازندگان و فروشندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران با بیان اینکه اونس جهانی طلا افزایش قیمت داشته و به ۱۲۸۵دلار رسیده است، گفت: روند قیمت و وضعیت بازار طلا نیز همچون سکه افزایشی بوده و از بازار جهانی متأثر شده چرا که هر مثقال طلای ۱۷ عیار یک میلیون و ۴۸۸ هزار تومان و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۳۳۴ هزار تومان قیمت دارد.

محمدولی تصریح کرد: امیدواریم هرچه زودتر نوسانات سکه و طلا کنترل شود و ثبات به اندازه‌ای در این بازار ایجاد شود که بازار مصنوعات طلا و جواهر رونق بگیرد.

چرا قانون مالیات بر ارزش افزوده باید اصلاح شود؟

لایحه کاهش مالیات بر ارزش افزوده طلا که از اواخر سال ۱۳۹۶ در دستور جلسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی قرار گرفته است، در صورت تصویب می‌تواند در کاهش قیمت طلا و در نتیجه رونق گرفتن این بازار بسیار اثرگذار باشد و به نفع مصرف‌کننده نیز خواهد بود؛ هرچند این مسأله می‌تواند باعث افزایش صادرات این کالا به خارج از کشور به دلیل به‌صرفه شدن آن هم شود.

پیش از این هم سید کامل تقوی‌نژاد، رئیس سازمان امور مالیاتی درباره نظر دولت مبنی بر اخذ مالیات بر ارزش افزوده از طلا گفته بود که اگر زمان اجرای مالیات بر ارزش افزوده، اخذ مالیات از طلا آغاز نمی‌شد، این کار بهتر بود.

اما اکنون که حدود ۱۰ سال از اجرای آزمایشی قانون مالیات بر ارزش افزوده می‌گذرد و پتانسیل صنعت بزرگ طلا و جواهر را تحت تأثیر قرار داده، مقرر شده این قانون اصلاح شود و لایحه آن در ابتدای سال در کمیسیون اقتصادی مجلس و سازمان امور مالیاتی ارسال شده تا طبق آن اصل طلا از مالیات بر ارزش افزوده معاف شود، اما هنوز این لایحه برای تأیید نهایی وارد صحن علنی مجلس نشده است.

در همین باره نادر بذرافشان، دبیر هیأت مدیره اتحادیه طلا و جواهر، با اشاره به مشکلات پیش‌روی صنف طلا و جواهر از مجلس خواست اصلاح قانون مالیات بر ارزش افزوده را هرچه زودتر در صحن علنی بررسی کند.

او همچنین با انتقاد از صدور دستورالعمل‌های غیرکارشناسی برای این صنف اظهار کرد که قوانین دست و پاگیر و دستورالعمل‌های آنی صنعت طلا و جواهر را در مرز نابودی پیش برده است و اگر دولت از این صنف و صنعت حمایت نکند باید منتظر یک بحران جدی در این بخش بود. رکود موجود در صنف و صنعت طلا و جواهر را بی‌سابقه است و دولت و مجلس باید به کمک اصناف بیایند.

دبیر هیأت مدیره اتحادیه طلا و جواهر با اشاره به عوارض اجرای

با طولانی شدن اصلاح قانون مالیات بر ارزش افزوده به نظر می‌رسد هنوز اراده‌ای برای حل مشکل مالیات بر ارزش افزوده وجود ندارد و با رسیدن به ماه‌های پایانی سال و موضوع لایحه بودجه سال ۹۸، اصلاح این قانون به حاشیه رفته است، چنانچه لایحه اصلاح مالیات بر ارزش افزوده طلا از ۹درصد به ۳درصد، ماه‌هاست از سوی سازمان

امور مالیاتی به مجلس ارسال شده و هنوز تعیین تکلیف نشده است. این شاید مهمترین گلايه فروشندگان طلا از دولت و مجلس باشد که معتقدند ۹درصد مالیات بر ارزش افزوده در شرایط رکود اقتصادی و کاهش توان خرید مردم، ناعادلانه است و می‌تواند به ورشکستگی بازار طلا در کشور منجر شود، زیرا مردم کمتر از ۷درصد سود اصلی اجرت را پرداخت می‌کنند و مالیات بر ارزش افزوده را پرداخت نمی‌کنند. بر این اساس همچون ۱۰ سال اخیر، مالیات بر کل قیمت طلای زینتی بسته و در هر چرخه ساخت و ذوب طلا دوباره برقرار می‌شود.

به گزارش ایسنا، با شکل‌گیری تورم فزاینده از ابتدای سال جاری، بازارهای سرمایه‌ای و غیرسرمایه‌ای مانند بازار کالا تحت تأثیر قرار گرفته‌اند. یکی از بازارهای سرمایه‌ای مصرفی، بازار طلاست و با اینکه به عنوان یک وسیله حفظ ارزش پول همیشه مطرح بوده، یکی از اقلام کاربردی و مصرفی نیز بوده است. علاوه بر شرایط تورمی که روی قیمت طلا اثر گذاشته است، مالیات بر ارزش افزوده نیز یکی از علل بالا بودن قیمت این کالای مصرفی – سرمایه‌ای شده است؛ مالیاتی که بر کل قیمت طلا بسته می‌شود و در هر چرخه ساخت و ذوب طلا دوباره برقرار است. این مسأله در حالی است که بسیاری از فعالان این صنعت معتقدند که مالیات بر ارزش افزوده نه بر وزن طلا بلکه باید بر دستمزد تبدیل آن به اشکال مختلف بسته شود، چرا که ادامه این روند می‌تواند به ورشکستگی بازار طلا در کشور منجر شود. مجموع این مسائل و گلايه طلافروشان باعث شد بالاخره سازمان امور مالیاتی لایحه‌ای را برای حذف این نوع مالیات طراحی کند تا نرخ مالیات بر ارزش افزوده طلا و جواهر از ۹ به ۳درصد کاهش یابد.

جزییات کمک‌های بانک پاسارگاد و گروه مالی پاسارگاد، به هم‌میهنان‌مان در مناطق زلزله‌زده کرمانشاه، با بهره‌مندی از امکانات خود و همچنین کمک‌های مردمی، تشریح شد.

به‌گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، خسرو رفیعی مشاور مدیرعامل و مدیر روابط‌عمومی این بانک ضمن بیان جزییات کمک‌های گروه مالی پاسارگاد به مردم کرمانشاه گفت: بانک پاسارگاد با مشارکت شرکت هلدینگ نسیم سلامت پاسارگاد، از محل منابع خود بانک و همچنین کمک‌های مردمی جمع‌آوری‌شده اقداماتی از جمله استقرار و تجهیز مرکز درمانی صحرایی مجهز به ۲۰ تخت بستری و ارائه خدمات ۲۴ ساعته شامل ویزیت، آزمایشگاه، سونوگرافی و توزیع دارو به صورت رایگان در منطقه ارگله کرمانشاه، تهیه و توزیع تعداد ۱۰ هزار تخته پتو

جزییات کمک‌های گروه مالی پاسارگاد به هم‌میهنان در مناطق زلزله‌زده کرمانشاه

مزبور جهت استفاده به‌عنوان مرکز آموزش کودکان استثنایی و ساخت سالنی پیش‌ساخته به مساحت ۱۹۶ مترمربع و نصب آن در محوطه بیمارستان سرپل ذهاب با هماهنگی دانشگاه علوم پزشکی استان کرمانشاه از جمله اقدامات شرکت لیزینگ پاسارگاد در مناطق زلزله‌زده کرمانشاه است. رفیعی با اشاره به تهیه ۱۲۰۰ تخته پتو به همراه دو کامیون بسته مواد غذایی و توزیع آن در مناطق زلزله‌زده به‌عنوان اقدامات شرکت میدکو تصریح کرد: شرکت فناپ نیز با برگزاری دو پویش درخت آرزوها با هدف برآوردن آرزوهای کودکان و نوجوانان روستایی در مناطق زلزله‌زده و همچنین کلاس آرزوها با هدف تجهیز مدارس روستایی برای سال تحصیلی جدید و تهیه لوازم مدرسه برای دانش‌آموزان روستایی مناطق زلزله‌زده در این مناطق حضور فعال داشت. شرکت بیمه پاسارگاد نیز ضمن تهیه شش دستگاه کانکس و چهار دستگاه حمام و سرویس بهداشتی سیار به ارزش تقریبی ۳۰۰ میلیون ریال و استقرار آن در شهرستان ثلاث باباجانی با تهیه و توزیع بسته‌های مواد غذایی، پتو، پوشاک، اقلام بهداشتی و... توسط نمایندگی‌های بیمه پاسارگاد در غرب کشور به رسالت‌های اجتماعی خود جامه عمل پوشاند.

رفیعی در پایان ضمن قدردانی از هم‌میهنان برای حضور فعال و واریز کمک‌های خود به حساب اعلام‌شده در بانک پاسارگاد تأکید کرد بخشی از اقدامات بانک پاسارگاد را محل جمع‌آوری کمک‌های مردمی به این مناطق انجام شده است.

با همکاری فرمانداری و هلال‌احمر در مناطق مختلف زلزله‌زده، خرید ۶۰۰ چادر اسکان موقت و توزیع آن در سطح روستاهای زلزله‌زده (برخی از این چادرها در قالب ایجاد کمپ مسکونی در مجاورت مرکز درمانی صحرایی برپا شده است)، تهیه و تحویل ۲۲ چادر امدادی در ابعاد بزرگ به درخواست دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه به منظور برپایی خانه‌های بهداشت موقت در روستاهای زلزله‌زده، تهیه و تحویل ۶۴ چادر اسکان به درخواست دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه به منظور اسکان کارکنان بهداشت و درمان منطقه ثلاث باباجانی و سرپل ذهاب، اعزام شش تیم روانشناسی خیره به منظور ارائه خدمات مشاوره به بازماندگان به‌ویژه کودکان مناطق زلزله‌زده، ارائه خدمات ویزیت سیار به همراه توزیع دارو و اقلام بهداشتی در قالب اعزام کامیونت تخصصی خدمات پزشکی به روستاهای زلزله‌زده، ارسال میزان قابل‌توجهی نایلون به منظور پوشاندن و حفاظت از چادرها در برابر بارش برف و باران، خرید و استقرار چهار عدد کانکس سرویس بهداشتی سیار برای استفاده هموطنان زلزله‌زده و اهدای دو دستگاه آمبولانس و ۱۰دستگاه دیالیز به دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه (از محل کمک‌های سرمایه انسانی بانک به صندوق مهر پاسارگادی و اختصاص هزینه چاپ سرسید و تقویم در سال ۹۷) انجام داده است.

وی درخصوص کمک‌های شرکت لیزینگ پاسارگاد ادامه داد: ساخت و انتقال ساختمانی پیش‌ساخته به مساحت ۲۷۶ مترمربع به شهرستان سرپل ذهاب و تحویل آن به مدیریت آموزش و پرورش شهرستان

جزییات دو سناریوی اقتصادی از نگاه مرکز پژوهش‌های مجلس

رشد اقتصادی سال ۹۸ منفی می‌شود

در روز صادرات نفت و میعانات در کل سال) و میانگین روزانه یک میلیون بشکه صادرات نفت و میعانات گازی در سال ۱۳۹۸. سناریوی دوم: افت میانگین حدود ۱۶ میلیون بشکه در روز برای صادرات نفت و میعانات گازی در نیمه دوم سال ۱۳۹۷ (میانگین حدود ۱.۵ میلیون بشکه در روز صادرات نفت و میعانات در کل سال) و میانگین روزانه ۹۰۰ هزار بشکه صادرات نفت و میعانات گازی در سال ۱۳۹۸. بادر نظر گرفتن این سناریوها و عملکرد مورد انتظار بخش‌های اقتصادی، پیش‌بینی می‌شود در سال ۱۳۹۷ رشد اقتصادی ایران در سناریوی اول منفی ۲.۶ و در سناریوی دوم منفی ۵.۵درصد باشد. این میزان برای رشد بدون نفت به ترتیب ۰.۵ (نیم) و منفی یک درصد برآورد می‌شود.

شوک ملی گاز ایران
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل از طریق مناقصه عمومی تأمین نماید:

شماره تقاضا و مناقصه	تقاضای شماره MS- ۹۷۴۰۰۷۱ مناقصه شماره ۹۷/۰۹۳
شرح اقلام درخواستی	خرید Gasket از تولید کنندگان داخلی
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار به میزان ۷۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.بر آورد مناقصه مبلغ ۱۴/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.
نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار بصورت یکی از تضمین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱/۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ مترخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می باشد.
تاریخ تحویل اسناد به واجدین شرایط	۹۷/۱۱/۲۴
آخرین مهلت ارائه پیشنهادات	۹۷/۱۲/۱۵
تاریخ گشایش پاکات فنی	۹۷/۱۲/۲۵
تاریخ گشایش پاکات مالی	۹۷/۰۱/۲۷
آدرس و تلفن مناقصه گزار	استان بوشهر، عسلویه، منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس، شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی، فاز ۲ و ۳ – مدیریت بازرگانی، واحد خرید – تلفن: ۰۷۷۲۱۳۱۲۴۹

مناقصه گران می بایست اسناد ارزیابی کیفی را از سایت WWW.SPGC.IR دریافت و طبق توضیحات درج شده تکمیل و ارسال نمایند. مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن های ۰۷۷۲۱۳۱۲۴۳ و ۰۷۷۲۱۳۱۲۴۳ تماس حاصل فرمایند .

مجموعه ۱۳۹۷/۵۲۴ ۴۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۰/۱۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۱/۱۶

روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

دریچه



بورس کالا اعلام کرد

فرآیند تحویل قراردادهای آتی زعفران

بورس کالا اعلام کرد که فرآیند تحویل قراردادهای آتی زعفران نگیس زرین تحویل دی‌ماه ۹۷ در روز ۲۴ دی و از طریق گواهی سپرده زعفران انجام خواهد شد.

به گزارش ایسنا، خردماه سال جاری نخستین قرارداد آتی زعفران با سررسید شهریورماه ۱۳۹۷ در بورس کالای ایران راه‌اندازی شد و دارندگان کد معاملاتی قراردادهای آتی در بورس به معامله این محصول پرداختند.

در اولین قرارداد آتی زعفران اندازه هر قرارداد ۱۰۰ گرم زعفران رسته‌ای بریده ممتاز (نگین) به عنوان دارایی پایه و حد نوسان قیمت روزانه زعفران در این معاملات نیز مثبت و منفی ۳ درصد نسبت به قیمت تسویه روز قبل خواهد بود.

همچنین قراردادهای آتی در اولین روز معاملاتی، بدون حد نوسان قیمتی، با دوره پیش‌گشایش به مدت ۳۰ دقیقه در ابتدای جلسه معاملاتی آغاز و پس از انجام حراج تک قیمتی رأس ساعت ۱۳ با دوره عادی معاملاتی و اعمال حد نوسان قیمت روزانه ادامه می‌یابد.

قیمت پایه قرارداد آتی، همان قیمت کشف‌شده در حراج تک قیمتی بود که مبنای حد نوسان قیمت روزانه برای ادامه معاملات در حراج پیوسته قرار خواهد گرفت.

در آبان‌ماه امسال نیز اولین سررسید معاملاتی قراردادهای آتی زعفران رشته‌ای درجه یک در بازار مشتقه بورس کالای ایران فعال شد.

در عین حال به تازگی مدیریت توسعه بازار مشتقه بورس کالای ایران اعلام کرد که فرآیند تحویل قراردادهای آتی زعفران نگیس زرین تحویل دی‌ماه امسال در روز ۲۴ دی و از طریق گواهی سپرده زعفران مطابق ضوابط انجام خواهد شد.

بنابراین، کلیه مشتریان فروشنده و خریدار دارای موقعیت تعهدی باز موظفند براساس ضوابط اعلام‌شده جهت انجام فرآیند تحویل اقدام کنند.

براساس این اطلاعیه، کلیه مشتریان فروشنده موظفند حداکثر تا روز پنجشنبه ۲۰ دی‌ماه، برای تبدیل زعفران به گواهی سپرده به انبار شرکت زعفران مشرق زمین مراجعه کنند.

علاوه بر این مشتریان فروشنده می‌توانند حداکثر تا ساعت ۱۵:۳۰ آخرین روز معاملاتی یعنی ۲۴ دی، اقدام به خرید گواهی سپرده زعفران در معاملات روزانه گواهی سپرده زعفران در نماد زعفران ۹۷۱۱ نگین با نماد «زعف ۹۷۱۱ پ۰۵» کنند.

گفتنی است، هزینه‌های ارزیابی، نمونه‌برداری و انبارداری مطابق رویه‌های موجود در معاملات گواهی سپرده زعفران‌های پوشال معمولی است.

انبار پس از کارشناسی و دریافت کامل زعفران به صدور رسید به مشتری فروشنده اقدام می‌کند. در صورت عدم واریز وجه قرارداد توسط خریدار، گواهی‌های صادرشده به نام فروشنده باقی مانده و فروشنده می‌تواند به فروش گواهی در بازار گواهی سپرده زعفران یا ارائه گواهی به انبار جهت ترخیص و دریافت زعفران اقدام کند. مشتری خریدار باید حداکثر تا ساعت ۱۵:۴۵ روز دوشنبه ۲۴ دی‌ماه، اقدام به تامین وجه ارزش قرارداد در حساب عملیاتی خود کند و گواهی آمادگی تحویل را مطابق مهلت تعیین شده در مشخصات قرارداد ارائه کرده باشد.



که تابلیو معاملات نشان می‌دهد بیش از ۹۵ درصد از خریداران این سهم افراد حقیقی بودند.

قیمت سهم‌های استخراج کانه‌های فلزی نیز با کاهش کمتر از ۲ درصد در قیمت پایانی مواجه شد. در این گروه ۱۶ میلیون سهم به ارزش نزدیک به ۹ میلیارد تومان مورد دادوستد قرار گرفت.

در گروه محصولات شیمیایی اکثریت سهم‌ها با رشد بین نیم تا ۲ درصد مواجه شده‌اند. البته سهم‌هایی هم بودند که با کاهش قیمت بیش از ۲ درصدی روبه‌رو شدند. در این گروه نیز ۵۷ میلیون سهم به ارزش ۲۷.۵ میلیارد تومان مورد دادوستد قرار گرفت.

دیگر گروهی که در اولین روز معاملات این هفته مورد توجه فعالان بازار سرمایه قرار گرفت فراورده‌های نفتی بود. در این گروه قیمت‌ها اکثراً بیشتر از ۲ درصد رشد را تجربه کردند و به جز یک سهم مابقی در قیمت پایانی افزایش یافتند.

ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۴۲۱ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن ۱.۸ میلیارد سهم و اوراق مالی بود. همچنین تعداد معاملات این بازار تا رقم ۱۴۲ هزار و ۴۱۴ بالا رفت. آیفکس نیز با افت ۳.۹ واحدی روبه‌رو شد و تا رقم ۱۸۷۱ واحدی پایین رفت. ارزش معاملات فرابورس ایران عدد ۳۷۱ میلیارد تومان را تجربه کرد و حجم معاملات به رقم ۸۱۸ میلیون سهم و اوراق مالی رسید.

ففساسازی برخی سهامداران درباره سازمان بورس

در حالی که برخی صنایع بورسی در ماه‌های اخیر به دلیل عملکرد ضعیف با کاهش سوددهی و ضرر مواجه شده و بهای سهام‌شان با افت مواجه و یا رشد مطلوبی را تجربه نکرده است، برخی ذی‌نفعان و سهامداران تلاش کرده‌اند با جوسازی و اعمال فشار، نسبت به تقویت سهام شرکت‌های مورد نظر خود اقدام کنند، به طوری که به تازگی

بورس تهران اولین روز هفته را با رشد سهم‌هایی در گروه محصولات شیمیایی آغاز کرد، اما در عین حال نمادهایی در گروه فلزی، بانکی و معدنی در جهت کاهش شاخص‌های بازار سرمایه حرکت کردند.

به گزارش ایسنا، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران روز شنبه ۲۰.۸ واحد رشد کرد و به رقم ۱۶۱ هزار و ۱۰۷ واحدی رسید. در عین حال شاخص کل هم وزن با ۳۰ واحد افت تا رقم ۲۷ هزار و ۹۰۵ واحدی بالا آمد. شاخص آزاد شناور نیز هم جهت با شاخص کل هم وزن ۱۹۰ واحد کاهش را تجربه کرد و در تراز ۱۷۵ هزار و ۶۵۳ واحدی نشست. در عین حال شاخص بازار اول و دوم هر یک به ترتیب ۸۹ و ۷۲۵ واحد رشد کردند.

پالایش نفت اصفهان، پالایش نفت بندرعباس، پالایش نفت تهران و صنایع پتروشیمی خلیج فارس جزو نمادهایی بودند که سعی کردند در جهت تقویت شاخص کل حرکت کنند. معاملات سهام هر یک از شرکت‌های یادشده به ترتیب ۱۱۹، ۱۲۹، ۹۷ و ۷۷ واحد تاثیر مثبت روی نوسانات شاخص بازار سرمایه داشتند.

اما در عین حال معاملات سهام برخی از شرکت‌های فلزی در کنار تعدادی از بانک‌ها و معدنی‌ها به شاخص بازار سرمایه دامن زد. از جمله می‌توان به شرکت‌های ملی صنایع مس ایران، پتروشیمی جم، فولاد مبارکه اصفهان، معدنی و صنعتی چادرملو و بانک ملت اشاره کرد. هر یک از نمادهای نامبرده به ترتیب ۱۲۷، ۱۱۱، ۹۲، ۴۹ و ۴۷ واحد تاثیر کاهنده روی شاخص‌ها داشتند.

علی‌رغم اینکه تعدادی از شرکت‌های خودرویی روی شاخص‌های بازار تاثیر افزاینده داشتند بسیاری از نمادهای این گروه با کاهش کمتر از یک درصد در قیمت پایانی مواجه شدند. در عین حال ایران‌خودرو که ۴ درصد در قیمت پایانی را تجربه کرد با صف خرید روبه‌رو شد و انتظار

آگهی حراج عمومی



شهرداری گرگان با استناد به ماده ۲۹ آیین‌نامه معاملات شهرداری

در نظر دارد نسبت به واگذاری به صورت اجاره تعداد یک باب غرفه واقع در نبش کوچه چهاردهم کوی علیمحمدی (بازارچه میوه) و دو دستگاه

کانکس در بلوار استاندارد، یک باب غرفه واقع در جنب پاساژ ثامن به شرح جدول پیوست از طریق حراج و بر مبنای پایه قیمت کارشناسی اقدام نماید. لذا متقاضیان می‌توانند از تاریخ (انتشار آگهی) ۹۷/۱۰/۱۶ لغایت تا آخر وقت اداری مورخ ۹۷/۱۰/۲۵ به واحد امور قراردادهای

شهرداری به آدرس: گرگان- میدان شهرداری- شهرداری گرگان و یا به سایت شهرداری گرگان به آدرس **www.GORGAN.ir** مراجعه

و ضمن دریافت اسناد و مدارک حراج از شرایط و نحوه واگذاری اطلاع حاصل نموده و در صورت تمایل با رعایت شرایط، اسناد و مدارک مورد نیاز حراج به شرح ذیل در مورخ ۹۷/۱۰/۲۵ روز سه شنبه (همان روز) رأس ساعت ۱۴:۰۰ (بعدازظهر) به آدرس: گرگان- میدان شهرداری- شهرداری گرگان- سالن اندیشه مراجعه و اقدام به شرکت در حراج نمایند. تلفن تماس: ۰۱۷۳۲۲۴۰۷۵۲

عبدالرضا دادبود- شهردار گرگان

آگهی مناقصه عمومی



نوبت سوم

شهرداری اهواز در نظر دارد پروژه های زیر را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران دارای صلاحیت از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری واگذار نماید.

ردیف	موضوع	مبلغ اولیه (ریال)	مبلغ ضمانتنامه (ریال)	مدت اجرای پروژه	حداقل رتبه مورد نیاز
۱	جدولگذاری و پیاده‌سازی تعدادی از خیابانهای کوی نبوت ، باهنر و فولادشهر در منطقه هشت شهرداری	۲/۲۳۴/۴۹۲/۴۶۹	۱۱۱/۷۲۴/۶۲۳	۳ ماه	۵ اینجه
۲	جدولگذاری و پیاده‌سازی تعدادی از خیابانهای فاز یک و دو یادادشهر در منطقه هشت شهرداری	۲/۴۷۵/۸۹۹/۷۹۳	۱۲۳/۷۹۴/۹۹۰	۳ ماه	۵ اینجه

از شرکت‌های واجد شرایط دعوت به عمل می‌آید، جهت دریافت اسناد مناقصه به اداره قراردادها به نشانی: اهواز- خیابان انقلاب نیش خیابان غزنوی - ساختمان شماره سه شهرداری- اداره قراردادها تلفن ۳۳۷۷۴۰۶۲-۳۳۷۹۱۶۰ مراجعه نمایند.

هزینه انتشار آگهی روزنامه به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

۱- مهلت قبول پیشنهاد نرخ و پاسخ به مناقصه، از تاریخ انتشار آگهی به مدت ۱۰ روز کاری است و تحویل پاکت به دبیرخانه محرمات حراست مستقر در آدرس فوق‌الذکر می‌باشد (حداکثر تحویل پاکت ساعت ۱۵:۳۰ روز شنبه مورخ ۹۷/۱۰/۲۹ می‌باشد).

۲- شهرداری در رد کلیه یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار می‌باشد.

۳- مبلغ سپرده شرکت در مناقصه مطابق جدول فوق می‌باشد که به یکی از سه طریق ذیل ارایه شود:

الف- قیش واریز مبلغ فوق به حساب سیبا ۰۲۰۳۹۹۴۳۹۸۰۰۱ شهرداری اهواز نزد بانک ملی بنام شهرداری اهواز

ب- به صورت ضمانتنامه بانکی بنام شهرداری اهواز و بمدت سه ماه از تاریخ افتتاح پیشنهادها با قابلیت یک دوره تمدید سه ماهه

ج- چک تضمین شده بانکی بنام شهرداری اهواز

تبصره: محل اعتبارات این مناقصه از بودجه جاری شهرداری (منابع داخلی) بوده و فقط ضمانتنامه‌های معتبر بانکی با عنوان شرکت در مناقصه مورد قبول می‌باشد، در غیر اینصورت پاکت ب و ج بازگشایی نخواهد شد. (ضمانتنامه فرآیند ارجاع کار مربوط به آیین نامه تضمین معاملات دولتی بوده و مورد قبول نمی‌باشد)

۴- تاریخ برگزاری کمیسیون مناقصه در ساعت ۱۵:۳۰ روز یکشنبه مورخ ۹۷/۱۰/۳۰ در محل اداره قراردادهای شهرداری به آدرس فوق‌الذکر می‌باشد. حضور پیشنهاد دهندگان در جلسه مجاز می‌باشد.

۵- نتیجه کمیسیون با رعایت ماده ۱۸ قانون اصلاح و تسری آیین نامه معاملات شهرداری تهران به کلاتشهر ها به برندگان اعلام خواهد شد. تا مراحل انعقاد قرارداد ایجاد شود.

۶- به استناد بند ۵ ماده ۱۱ قانون اصلاح و تسری آیین نامه معاملات شهرداری تهران به کلاتشهرها از برنده مناقصه ۵ درصد مبلغ پیشنهادی پیمانکار، تضمین حسن انجام تعهدات اخذ می‌گردد.

۷- به برنده مناقصه پیش پرداخت داده نخواهد شد.

۸- برندگان اول و دوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.

۹- بر اساس ماده ۱۰ قانون اصلاح و تسری آیین نامه معاملات شهرداری تهران به کلاتشهرها شرکت در مناقصه و ارایه پیشنهاد به منزله قبول شروط و تکالیف شهرداری می‌باشد.

۱۰- کلیه متقاضیان واجد شرایط می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر و یا دریافت اسناد مناقصه به سامانه مدیریت قراردادهای به نشانی **peymankar ahvaz.ir** مراجعه نمایند.

۱۱- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج شده است.

اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اهواز

معادن کوچک؛ چالشی که صرفه اقتصادی را کم‌رنگ می‌کند

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان گفت کوچک‌مقیاس بودن معادن استان زنجان یکی از چالش‌های این بخش است که موجب شده فعالیت در این حوزه صرفه اقتصادی لازم را نداشته باشد.

ناصر فغفوری در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: ۳۵ ماده معدنی در استان زنجان وجود دارد که از این تعداد ۳۰ ماده معدنی در استان استخراج می‌شود. استان زنجان توان استخراج انواع مواد معدنی را دارد و نقطه قوت استان زنجان در این بخش قرار گرفتن در مسیر اقتصادی است.

وی، وجود شهرک‌های تخصصی مرتبط با صنایع معدنی در استان زنجان را از دیگر مزیت‌های این بخش در استان دانست و افزود: قابلیت دسترسی استان به بازارهای عمده معدنی، از دیگر محاسن صنایع معدنی در استان زنجان است. همچنین مواد معدنی منحصر به فردی در استان وجود دارد، به طوری که وجود مواد معدنی سیلیس، آهن و آلانیت جزو ظرفیت‌های استان زنجان است. این مسئول ادامه داد: کوچک مقیاس بودن معادن استان زنجان یکی از چالش‌های این بخش است که موجب شده فعالیت در این حوزه صرفه اقتصادی لازم را نداشته باشد و باید به سمت ایجاد شهرک‌های مواد معدنی در استان زنجان حرکت کرد. همچنین ریسک بالا برای معدنکاران یکی از مشکلات حوزه معادن در استان زنجان است و باید در این حوزه ورود پیدا کرده و از معدنکاران حمایت کرد.

فغفوری تصریح کرد: عدم حمایت کافی و مسائل زیست‌محیطی فعالیت معدنی را با مشکل مواجه کرده است و با توجه به رکودی که در بخش مسکن کشور وجود دارد، خروج از رکود در این بخش می‌تواند رکود فعالیت‌های معدنی را نیز کاهش دهد و در راستای دریافت تسهیلات نیز باید شرایطی فراهم شود که در این بخش معدنکاران مورد توجه و حمایت قرار گیرند.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان با اشاره به اینکه در شهرستان‌ها معدنکاران با مشکلات دیگری نیز مواجه هستند که باید توسط فرمانداری‌ها و بخشداری‌ها ساماندهی شود، خاطرنشان کرد: در برخی مناطق از معدنکاران علاوه بر وظایف قانونی خود درخواست‌هایی توسط معدنکاران انتظار می‌رود همچنین معدنکاران باید از حیث فعالیت‌های اقتصادی خود در امنیت باشند و این مهم نیازمند همراهی دولت است.

۲۳۰۰ پرونده برای گران‌فروشان نهاده‌های دامی تشکیل شد

قدیری گفت برای گرانفروشان نهاده‌های دامی در کشور ۲۳۰۰ فقره پرونده تشکیل شده است و با آنها برخورد جدی می‌شود. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت جهاد کشاورزی، محمد قدیری ایبانه مدیر نظارت بر کالاهای اساسی وزارت جهاد کشاورزی، در جلسه ستاد تنظیم بازار سازمان جهاد کشاورزی استان لرستان اظهار کرد: طی پنج ماه اخیر، کار رصد و پایش بر توزیع نهاده‌های کشاورزی که با ارز دولتی وارد می‌شوند؛ برعهده وزارت جهاد کشاورزی بوده است.

وی با بیان اینکه وزارت جهاد کشاورزی تمام تلاش خود را به کار بسته تا این پایش به خوبی انجام و نهاده به درستی در اختیار تولیدکنندگان پروتئین قرار گیرد، افزود: هم‌اکنون ۸۰۰ نفر از کارکنان وظیفه نظارت را انجام می‌دهند و در این رابطه تا به حال ۷۶ هزار پایش میدانی صورت گرفته است.

قدیری ایبانه تصریح کرد: ابتدای کار، به سختی انجام می‌شد، اما در ادامه با استفاده از سامانه وارد و پایش انجام شد.

مدیر نظارت بر کالاهای اساسی وزارت جهاد کشاورزی بیان کرد: خوشبختانه طی این مدت توانسته‌ایم قیمت نهاده‌ها را در حد معقول و ثابت یا با رشد کم نگه داریم و بحث تولید آسیب جدی ندیده است.

وی از تشکیل ۲۳۰۰ پرونده تعزیراتی در این حوزه طی این مدت خبر داد و با بیان اینکه عمده تخلفات در حوزه گرانفروشی، کم‌فروشی و توزیع خارج از شبکه بوده است، ادامه داد: در بخش ارزی نیز وارد شدیم و چند پرونده در این رابطه تشکیل شده است. قدیری ایبانه با اشاره به اینکه امروز در جنگ اقتصادی قرار داریم و باید از امنیت غذایی کشور دفاع کنیم، افزود: حدود ۱۰۵ میلیون تن نهاده وارد کشور شده و این مقدار واردات با ۴۵۰۰ کامیون به صورت روزانه انجام شده است که کار نظارت بر آن را به عهده گرفته‌ایم.

این مسئول، عمده نهاده‌هایی که وارد کشور شده است را ذرت، جو، کنجاله سویا، واکسن، بذر، کود و... عنوان کرد.

رشد ۱۸درصدی تولید فولاد خام

در ۸ ماهه امسال

تولید فولاد میانی (خام) به رقم ۱۶ میلیون و ۶۴۰ هزار تن رسید که نسبت به دوره مشابه پارسال ۱۸درصد رشد نشان می‌دهد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، آمار منتشرشده انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران نشان می‌دهد، پارسال در دوره هشت ماهه، ۱۴ میلیون و ۱۶۹ هزار تن فولاد خام (میانی) تولید شد. علاوه بر این کل محصولات فولادی تولیدی در این مدت ۱۴ میلیون و ۲۲۲ هزار تن بود و در مقایسه با هشت ماه ۹۶ (۱۲) میلیون و ۹۹۳ هزار تن، ۱۰درصد رشد را ثبت کرد. اما مربوطه نشان می‌دهد تولید بیلت و بلم (شمش) در هشت ماهه امسال به ۹ میلیون و ۲۵۸ هزار تن رسید که ۲۳درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال گذشته دارد.

همچنین تولید اسلب (شمش) در این مدت با رقم ۷میلیون و ۳۸۲ هزار تن در مقایسه با مدت مشابه پارسال ۱۱درصد رشد نشان می‌دهد؛ میزان تولید آهن اسفنجی نیز در هشت ماهه امسال ۱۷ میلیون و ۳۶۳ هزار تن بود که در مقایسه به ۱۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تن عملکرد دوره مشابه پارسال ۱۹درصد افزایش نشان می‌دهد.

قاچاق گوشت‌های وارداتی صحت دارد؟



گوناگون با اختلاف قیمت ۲، ۱ یا حتی ۳ هزار تومانی آن را بیش از نرخ اشاره‌شده عرضه می‌کنند.

این در شرایطی است که نرخ گوشت گوسفندی در هر کیلو، در سال ۱۳۹۲، حدود ۲۹ تا ۳۰ هزار تومان بود و رفته رفته هر آنچه گذشت بر قیمت و ارزش ریالی این محصول افزوده شد.

در ذیل این گزارش تلاش می‌شود، عوامل و دلایل موثر در رشد فزاینده نرخ گوشت گوسفندی مورد بررسی قرار گیرد.

آنچنان که اظهار نظر برخی از فعالان این حوزه و مسئولان اتحادیه مربوطه نشان می‌دهد، قاچاق دام زنده از نمونه عوامل تاثیرگذار در تند شدن شیب صعودی قیمت این محصول به شمار می‌رود.

چندی پیش، علی ابراهیمی، نماینده مردم شازند در مجلس شورای اسلامی از قاچاق دام زنده و واردات گوشت با ارز دولتی در کشور خبر داد.

وی در این خصوص بیان کرد: برای مقابله با قاچاق کالا باید قیمت اقلامی که مورد نظر و هدف افراد و گروه‌های قاچاقچی است را با نرخ جاری و ساری در کشورهای همسایه متناسب نمود و البته نسبت به افزایش درآمد مردم اقدامات مقتضی در دستور کار قرار گیرد.

قاچاق گوشت‌های وارداتی صحت دارد؟

احمد قصیری، یکی از توزیع‌کنندگان خرد گوشت در غرب استان تهران، با اشاره به افزایش نرخ گوشت طی هفته‌ها و ماه‌های گذشته اظهار کرد: ما به عنوان قصاب، سود عرف و معمول را در هر کیلو

رشد بیش از ۲۴۵درصدی تولید شکر در سال‌های بعد از انقلاب

۲۷ کارخانه بزرگ قند در کشور مشغول فعالیت هستند

چغندر قند وجود دارد.

به گفته یزدانی، طی چند سال اخیر سیاست توسعه کشت پاییزه چغندر قند در راستای افزایش بهره‌وری آب و پایداری تولید شکر در دستور کار وزارت جهاد کشاورزی قرار گرفته است.

مجری طرح چغندر قند و نیشکر وزارت جهاد کشاورزی ادامه داد: در فصل زمستان، در مناطقی از استان‌هایی که دارای آب و هوای معتدل هستند، امکان کشت چغندر قند پاییزه در آن استان‌ها وجود دارد.

وی با اشاره به اینکه طی ۴۰ سال بعد از پیروزی انقلاب اسلامی در تولید شکر اتفاقات بسیار خوبی در کشور رقم خورده است، بیان کرد: تولید و کشت چغندر قند در ایران همزمان با احداث اولین کارخانه در سال ۱۲۷۳ هجری شمسی در کهریزک شروع شد که با نگاهی به آمارهای تولید شکر از چغندر قند و نیشکر در می‌بایم که علی‌رغم کاهش سطح زیر کشت، میزان تولید و عملکرد در هکتار افزایش

ارز حاصل از صادرات کجاست؟

صادرکنندگانی که در جبهه خودی نمی‌جنگند

دیگر استفاده کند، سپرده‌گذاری ارزی داشته باشد، پرداخت بدهی ارزی خود و فروش به صرافی و فروش به بانک در مجموعه ارز حاصل از صادرات لحاظ می‌شود.

بانک مرکزی در یکی از بندهای بخشنامه مربوط به بازگشت ارز صادراتی خطاب به صادرکنندگان اعلام کرده است: صادرکنندگان کالا مکلفند حداکثر ظرف مدت زمانی سه ماه از تاریخ صدور پروانه صادراتی گمرکی، حداقل ۹۵درصد ارزش قوب کالای صادرشده را به چرخه اقتصادی کشور بازگردانند و از طریق سامانه جامع تجارت به بانک مرکزی اظهار نمایند. ۵درصد باقی‌مانده به‌ منظور تأمین هزینه‌هایی از قبیل بازاریابی، تبلیغات و دفاتر خارج از کشور و نظایر آن در اختیار صادرکننده خواهد بود.

بنابراین بانک مرکزی به صادرکنندگان اعلام کرده که در سامانه جامع تجارت اظهار کنند که چه میزان صادرات داشته و چه میزان از آن را وارد کشور کرده‌اند. منظور این است که صادرکنندگان ثبت کنند که ارز حاصل از صادرات را خود را صرف چه کاری کرده‌اند؟ آیا برای واردات خود استفاده کرده‌اند؟ آیا سپرده‌گذاری کرده‌اند؟ صادرکنندگان باید در سیستم اعلام کنند که چه میزان کالا وارد کردند و از چه کسی ارز گرفته‌اند؟

اصلاح قراردادهای یک‌طرفه خودروسازان با مشتریان

افزایش قیمت خودروهای داخلی به‌صورت خودسرانه، غیرقانونی است. بهرام پارسایی، سخنگوی کمیسیون اصل ۹۰ با بیان این مطلب گفت: اعلام قیمت خودرو باید براساس روال و قاعده باشد. به‌گزارش تین‌نیوز به نقل از دنیای اقتصاد، پارسایی با بیان اینکه بیشترین شکایت در کمیسیون اصل ۹۰ مرتبط با عمل نکردن خودروسازان به تعهدات است، افزود: جلسه‌ای با حضور وزیر صنعت، معاون حقوقی رئیس‌جمهور، رئیس سازمان تعزیرات حکومتی، سازمان بازرسی، خودروسازان و اعضای کمیسیون اصل ۹۰ در اواخر ماه گذشته برگزار و طبق آن مقرر شد کمیته‌ای برای قیمت‌گذاری خودرو و اصلاح قراردادهای یک‌طرفه که خودروساز به مشتری تحمیل می‌کند، تشکیل شود.

سخنگوی کمیسیون اصل ۹۰ مجلس تأکید کرد: تعهدات انجام‌شده دو گروه سایپا و ایران خودرو حدود ۳۰۰هزار مورد است. هفته گذشته قرار بود قیمت خودروهای داخلی پرتیراژ اعلام شود که برای چندمین بار این قیمت‌ها اعلام نشد و همچنان بازار در سردرگمی رها شده است در صورت خلف وعده خودروسازان در زمان تحویل خودرو مجلس موضوع را پیگیری خواهد کرد

عضو کمیسیون صنایع و معادن گفت: برخی قراردادها مربوط به زمان قبل از تغییرات قیمت خودروها است که قرار بوده خودرو در زمان مشخصی به خریدار تحویل داده شود. رامین نورقلی‌پور، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس در گفت‌وگو با خبرنگار سیاسی دانشجو با اشاره به اظهارات اخیر مدیرعامل سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان که از اعلام سیاست‌های وزارت صنعت در مورد قیمت خودروهای مشمول قیمت‌گذاری و سایر خودروها در ۱۳ دی ماه خبر داده بود، اظهار داشت: این موضوع به نوع قرارداد خودروساز با مشتری بستگی دارد ممکن است برخی قراردادها مربوط به زمان قبل از تغییرات قیمت خودروها باشد که قرار بوده خودرو در زمان مشخصی به خریدار تحویل داده شود. وی افزود: اگر در این مورد خودروساز تخلف کند بدون تردید ما به این تخلف رسیدگی می‌کنیم. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس با تأکید بر اینکه در حال حاضر شرایط خاصی در حوزه تولید خودرو به وجود آمده است، تصریح کرد: باتوجه به شرایط کشور تولید خودرو یکباره با توجه به تقاضای گذشته کاهش یافته و همین امر موجب شده تحویل خودرو با تأخیر مواجه شود هرچند ما تأخیر زیاد را نمی‌پذیریم و قطعاً پیگیر آن هستیم. وی در پایان خاطرنشان کرد: چنانچه تخلفی در این زمینه صورت بگیرد موضوع را بررسی خواهیم کرد. سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن خاطرنشان کرد، البته به دلیل اینکه مردم بیشتر با موضوع خودرو درگیر هستند حساسیت روی آن نسبت به حوزه‌های دیگر برجسته‌تر است.

۳۴۶۰ خودرو در صف ترخیص از گمرک

مدیرکل گمرک شهید باهنر بندرعباس تعداد خودروهای موجود در این گمرک که در انتظار ترخیص هستند را ۳۴۶۰ دستگاه اعلام کرد. به گزارش ایکنآ، ایسنا نوشت: مهدی رضایی – مدیرکل گمرک شهید باهنر بندرعباس – در جمع خبرنگاران با بیان اینکه هنوز بخشنامه‌ای برای ترخیص خودروها از این بندر به ما ابلاغ نشده است، گفت: تعداد ۳۴۶۰ خودرو در این گمرک در انتظار ترخیص هستند که از زمانی هم که متوجه شده‌اند قرار است خودروهای موجود ترخیص شوند احتمالاً بیشتر هم خواهد شد، چرا که ظاهراً چندین دستگاه دیگر در حال ارسال به این گمرک است. رضایی با بیان اینکه از شرکت‌های خودروسازی داخلی ثبت سفارشی در گمرک شهید باهنر صورت نگرفته است، مدال ماشین‌های خارجی وارداتی را هیوندا و نیسان اظهار کرد.

به گزارش ایسنا، طرح ترخیص خودروهای وارداتی در هیات وزیران مطرح و توسط سران قوه به تصویب رسید که با رفع ایرادات مطرح‌شده در وزارت صنعت و گمرک ایران این طرح دوباره به شورای عالی هماهنگی اقتصادی متشکل از سران سه قوه ارجاع شده که احتمالاً طی هفته جاری عملیاتی خواهد شد.

کمبود عرضه خودرو از سوی خودروسازان مانعی برای ورود لیزینگ‌ها

یک کارشناس صنعت لیزینگ گفت با توجه به افزایش شدید قیمت خودروها و ثابت ماندن درآمد عموم جامعه، تقاضا تحت تأثیر این افزایش قیمت قرار گرفته و در چنین شرایطی که قدرت خرید نیز کاهش یافته، بهترین اقدام استفاده از امکانات لیزینگ‌ها به هدف افزایش فروش است. محمد زمان محمدی در گفت و گو با پایگاه خبری «عصر خودرو»، در تشریح دلایل وارد نشدن شرکت‌های لیزینگ به فروش خودرو در شرایط فعلی که قدرت خرید کاهش یافته است، گفت: از آنجا که حوزه فعالیت شرکت‌های لیزینگ، تسهیلات خرد بوده این توان وجود دارد که لیزینگ‌ها به موضوع فروش خودرو وارد شوند اما به دلیل آساده نبودن خودروهای قابل عرضه، لیزینگ‌ها به موضوع فروش خودرو ورود نمی‌کنند. وی با اشاره به سابقه سال‌های گذشته و بدعهدی خودروسازان در تحویل خودروهای ثبت نامی اظهار کرد: در حال حاضر لیزینگ‌ها باید قادر به دریافت خودروهای ثبت نامی از سوی خودروسازان باشند و خودروها نیز باید از سوی شرکت‌های واردکننده و تولیدکننده باید برای فروش آماده باشد تا لیزینگ‌ها جسارت ورود به حوزه فروش را نداشته باشند بنابراین در شرایطی که خودرویی برای عرضه وجود نداشته باشد، جسارتی برای ورود به حوزه فروش خودرو از سوی لیزینگ‌ها وجود ندارد. محمدی یادآور شد: در حال حاضر بیشتر شرکت‌های خودروساز داخلی تحویل فوری خود را قطع کرده و نسبت به انجام تعهدات قبلی خود اقدام می‌کنند بنابراین فروش فوری از سوی شرکت‌های خودروساز داخلی وجود ندارد این در حالیست که واردات خودرو نیز ممنوع شده و خودرویی برای عرضه وجود ندارد. این فعال صنعت لیزینگ اصلی‌ترین مانع ورود لیزینگ‌ها به فروش خودرو را نبود خودرو اعلام و تصریح کرد: شرکت‌های لیزینگ باید در قالب قراردادهای واقعی اقدام به عقد قرارداد کنند که براساس این قرارداد یک بند، تأمین مالی است که از سوی لیزینگ انجام می‌شود و سوی دیگر این قرارداد، تأمین خودرو است که باید از سوی خودروساز تأمین شود که امکان تحقق آن وجود ندارد.

تاسیس یک شرکت شبه‌دولتی برای واردات خودرو



واردات خودرو و کنترل شرایط در مواقع خاص تحریم مثل امروز، این سناریو را اجرایی خواهند کرد.

زمان اجرای سناریو

با این تفاسیر این پرسش مطرح می‌شود که دولت چه زمانی اقدام به تاسیس این شرکت شبه‌دولتی خواهد کرد؟

جواب این سوال اما کمی پیچیده است، چرا که قطعاً برای آماده شدن شرایط و قبول توجهات ذکرشده برای مشتریان و کارشناسان این حوزه ابتدا لازم است تا نفس‌های آخر شرکت‌های واردکننده خودرو هم تمام شود، چراکه این شرکت‌ها با این وضعیت در بهترین حالت تا تابستان سال آینده دوام می‌آورند و قوی‌ترین آنها هم با ادامه ممنوعیت واردات خودرو و هزینه‌های فراوان نیروی انسانی و تجهیزات و نمایندگی‌های فروش و خدمات پس از فروش نهایتاً تا تابستان ۹۸ در صحنه باقی خواهند ماند و بیش از این فعالیت‌شان از نظر عقلانی و اقتصادی توجیه نخواهد داشت، آن وقت است که دولت سناریو از پیش تعیین‌شده خود را عملی خواهد کرد و برای پشتیبانی از مشتریان گذشته خودروهای وارداتی، ساماندهی وضعیت واردات خودرو، کنترل الودگی هوا از طریق اسقاط خودروهای فرسوده و ایجاد تنوع در بازار و رقابت برای خودروسازان داخلی، این شرکت را تاسیس و واردات خودرو را البته محدودتر و هدفمندتر از گذشته آزاد خواهد کرد.

عارضی واردات، مالیات، اسقاط خودروهای فرسوده و ... که باید به جیب خزانه برگردد.

سناریو هدفمند دولت برای ادامه واردات خودرو

با این اوصاف فقط یک سناریو باقی می‌ماند که دولت بسیار هدفمند به دنبال اجرایی کردن آن خواهد بود، آن هم «تاسیس یک شرکت شبه دولتی برای ساماندهی بازار و واردات خودرو». چیزی شبیه شرکت دخانیات و یا شرکت بازرگانی دولتی، به این شکل هم درآمد دولت از محل واردات خودرو تمام و کمال به جیب خزانه خواهد رفت و هم تنوع در بازار ایجاد می‌شود، هم مشتریان خودروهای خارجی باز هم حاجت‌روا می‌شوند و هم مراکز اسقاط دوباره فعالیت خود را البته با کمی تغییرات ادامه خواهند داد و هم تمام دیگر مزیت‌های واردات خودرو از جمله ایجاد رقابت برای خودروسازان به عادت شده داخلی فراهم خواهد شد.

توجهات تاسیس یک شرکت شبه‌دولتی

اما توجهیات تاسیس این شرکت و اجرای این سناریو دولت چه خواهد بود؟

جواب این سوال هم سخت نیست، دولت با توجیه اینکه شرکت‌های فعلی واردکننده خودرو به دلیل خصوصی بودن هم به دنبال منفعت خود بودند و هم مشتریان را سرگردان کرده بودند و ماه‌ها در تحویل خودروها عاجز مانده بودند و هم با توجیه یکپارچه‌سازی فعالیت

مهره‌چینی‌های دولت در صفحه بازی واردات خودرو گواه از آن دارد که تمام معادلات و محاسبات فعلی صنعت خودرو به خصوص در حوزه واردات تغییر اساسی خواهد کرد.

به گزارش پدال نیوز، اعلام رقم بودجه در روزهای گذشته و در نظر نگرftenن رقم قابل ذکر برای درآمدهای حاصل از واردات خودرو بیش از گذشته شرکت‌های واردکننده خودرو و سرمایه‌گذاران این بخش را دلسرد و ناامید کرد؛ اتفاقی که نشان می‌دهد دولت حتی در سال آینده هم برنامه خاصی برای بازگشایی واردات خودرو و تغییر در تصمیم غیرکارشناسی ممنوعیت واردات خودرو ندارد.

اما آیا این تصمیم دولت برای ممنوع نگهداشتن واردات خودرو بدون هدف و یک سناریوی از پیش تعیین‌شده بوده است؟ جواب سوال کاملاً منفی است.

آنچه از برآیند تصمیمات دولت در این حوزه مشخص است، دولتی‌ها قصد دارند با ادامه ممنوعیت واردات خودرو و سنگ‌اندازی‌های مشابه در فعالیت این شرکت‌ها، سرمایه‌گذاران این بخش را دلسرد کرده و به نوعی بیخیال تجارت البته چرب این حوزه بشوند.

به گونه‌ای که با خروج شرکت‌های فعلی از فعالیت در حوزه واردات خودرو عملاً مشتریانی می‌مانند که باید خدمات پس از فروش بگیرند و تولید داخلی که باید با بازگشایی واردات هم تجهیز شود و هم حس رقابت در آن دوباره ایجاد شود و احیاناً درآمدهای سرشار حاصل از

تداوم توقف واردات، مزیت رقابتی برندهای وارداتی را از بین می‌برد

پرشین خودرو گفت: با ممنوعیت طولانی واردات، روابط درازمدتی که در طول این سال‌ها صورت گرفته به شدت آسیب خواهد دید و با کم‌رنگ شدن اعتماد شرکت‌های مادر به واردکنندگان بالطبع این مسائل در روابط مجدد این شرکت‌ها تأثیر خواهد گذاشت و موجب می‌شود عمده برندها در بازگشت احتمالی به بازار ایران شرایط سختگیرانه‌تری را اعمال کنند.

فرشید کریمی مهر در گفت و گو با خبرنگار پرشین خودرو، همچنین با اشاره به نتیجه تصمیم درآمدی دولت از محل واردات خودرو در بودجه سال ۹۸ تصریح کرد: با صفر شدن محل درآمدی دولت در حوزه واردات خودرو در بودجه سال ۹۸ به طور قطع ممنوعیت واردات خودرو در سال آینده نیز ادامه خواهد داشت، اما پیش‌بینی می‌شود با توجه به قطع عملیات بانکی در جریان تحریم‌ها بخشی از نیاز واردات خودرو از محل درآمد صادرات نفتی تأمین شود که البته سازوکار آن بستگی به تصمیم دولت دارد.

وی با ابراز تاسف از تبعات تصمیم دولت در ادامه ممنوعیت واردات خودرو تأکید کرد: با ادامه توقف واردات خودرو در سال ۹۸ به جز نامی از شرکت‌های واردکننده چیز دیگری باقی نخواهد ماند و بی‌شک تا سال آینده تمام برندهای وارداتی در ایران تعطیل خواهند شد.

این کارشناس بازار خودرو افزود: با قطع ثبت سفارش و توزیع خودروهای وارداتی به بازار، تنها حوزه خدمات شرکت‌ها فعال خواهد بود، اما به طور قطع تمام این شرکت‌ها امکان ارائه خدمات مناسبی را

با ادامه توقف واردات خودرو در سال ۹۸ به جز نامی از شرکت‌های واردکننده آثار دیگری باقی نخواهد ماند و بی‌شک تا سال آینده تمام برندهای وارداتی در ایران تعطیل خواهد شد.

به گزارش پرشین خودرو، اگرچه در روزهای اخیر مصاحبه‌ها و خبرهای منتشرشده از سوی مسئولان حوزه واردات خودرو حاکی از تصمیم‌گیری دولت برای خودروهای بلاتکلیف در گمرکات و پایان توقف چند ماه خودروهای دپوشده در گمرکات دارد، اما موضوعی که همچنان مهم‌ترین نگرانی واردکنندگان و سرمایه‌گذاران در این بخش است نتیجه حاصل از برنامه بودجه سال ۹۸ و ادامه ممنوعیت واردات خودرو در سال آینده است؛ مساله‌ای که به گفته کارشناسان در صورت ادامه آن علاوه بر تأثیر بر روابط همکاری با شرکت‌های خارجی بر تعهدات قانونی شرکت‌ها در حوزه خدمات و کیفیت در این بخش تأثیر خواهد گذاشت و افت کیفی خدمات در سال آینده را به همراه خواهد داشت. این اتفاقات در حالی در حوزه واردات رخ می‌دهد که بسیاری از فعالان و کارشناسان بازار خودروهای وارداتی معتقدند در این سال‌ها واردکنندگان در مذاکره با شرکت‌های مادر همواره در صدد کسب منافع کشور در این راستا بوده و تلاش کردند همزمان با واردات به نحوی در حوزه تولید وارد شوند و چنانچه شرکت‌هایی نیز صرفاً اقدام به واردات کردند همواره کسب امکانات حداکثری از شرکت‌های مادر را نیز دنبال کنند.

در همین راستا یک کارشناس صنعت و بازار خودرو، به خبرنگار

هجمه بی‌دلیل به قطعه‌سازان بزرگ، آب در آسیاب دشمن ریختن است

ایجاد کنیم. از جمله شرکت‌هایی که توانمندی‌های بسیار خوبی داشته و می‌تواند در این فضا به رونق صنعت خودرو و قطعه‌سازی کشور کمک کند گروه قطعه‌سازی عظام است.

نماینده دهمین دوره مجلس شورای اسلامی در ادامه اظهار داشت: گروه عظام با توجه به سوابق و پیشینه و نقش‌آفرینی که در سنوات گذشته در صنعت خودروی کشور داشته است باید بیشتر تقویت شده و مورد توجه واقع شود. به تازگی مطالب و مواضعی در ارتباط با آنها شکل گرفته که این گونه حواشی و هجمه برای صنعت خودروی کشور همانند سم است و آب در آسیاب دشمنان ریختن است.

گلمرادی افزود: باید در کنار مشکلات به نقاط قوت هر مجموعه نیز توجه ویژه داشته باشیم و البته به منظور رفع مشکلات نیز گام برداریم، اما نباید رفتار ما به گونه حذفی باشد یعنی به جای اینکه مجموعه‌ای را تقویت کرده و مشکلات را مرتفع کنیم ساده‌ترین کار

باید در تمام زمینه‌ها به خصوص صنعت خودرو و قطعه‌سازی از ایجاد انحصار جلوگیری کنیم تا فضای کسب و کار رقابتی شود زیرا آینده موفق صنایع ما در گرو فعالیت در فضای رقابتی است.

به گزارش پرشین خودرو، علی گلمرادی عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی، با بیان این مطلب و با توجه به لزوم استقلال و خودکفایی در حوزه‌های صنعتی، به اهمیت فعالیت قطعه‌سازان کشور در شرایط سخت تحریم اشاره کرد و گفت: حمایت و مراقبت از قطعه‌سازان و تولیدکنندگان بزرگ داخلی برای رونق صنعت خودروسازی یک ضرورت است و چنانچه شرکت‌های قطعه‌سازی با مشکل مواجه شده و موفق نشوند به طور حتم صنعت خودروی ما شکست خواهد خورد.

وی افزود: باید برای توسعه قطعه‌سازان و رفع مشکلات و حاشیه‌های ایجادشده برای آنها تلاش کنیم و و فضای مزیت رقابتی را برای آنها

ثروت آفرینی محصولات زیستی به کمک نخبگان دانشگاهی

دبیر ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی گفت باید از ظرفیت نخبگان دانشگاهی برای ثروت زایی محصولات زیست فناوری استفاده کرد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، مصطفی قانع دبیر ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درخصوص استفاده از ظرفیت دانشگاهی کشور در حوزه زیست فناوری، بیان کرد: ستاد توسعه زیست فناوری در تلاش است که برای دانشجویان حوزه زیست فناوری اشتغال زایی کند که البته این کار بدون همکاری دیگر نهادها امکانپذیر نیست. وی افزود: ستاد باید پاسخگوی بخش اقتصاد دانش بنیان باشد و برای این امر اعتباراتی در نظر گرفته می شود.



دریچه

تواضع و فروتنی، خصوصیت بارز رهبران موفق

تواضع و فروتنی از آن دسته عادات و خصوصیات رهبری است که می تواند شما را از مدیری ساده به رهبری قابل احترام تبدیل کند. کلمات قدرت بالایی دارند. برخی از آنها می توانند شما را خوشحال کنند و برخی دیگر بدون هیچ توضیحی می توانند باعث گریه کردن بشوند. برخی کلمات روی افراد مختلف تأثیرات متفاوتی دارند. کلمه «Humility» در زبان انگلیسی نیز یکی از این کلمات است. برخی افراد آن را به فروتنی و تواضع معنا می کنند و معنای مثبتی برای آن قائل هستند و برخی دیگر آن را به نشانه تسلیم بودن، نداشتن اعتمادبه نفس و کم رویی می دانند. معنای کاملی که لغتنامه ها برای این کلمه در نظر می گیرند عبارت است از: «تواضع، بی ریبایی و تظاهر نکردن به اینکه از دیگران برتر هستید». تعریف دیگری که برای این کلمه عنوان شده است، به اتکای پایین به برتری ها و خضوع در مورد آنها اشاره دارد.

نتیجه تحقیقاتی که روی شرکت های موفق انجام شده است، نشان می دهد که آنها رهبرانی با خصوصیات مشترک دارند. این رهبران با عنوان رهبران سطح ۵ شناخته می شوند. خصوصیات مشترک این مدیران موفق، اشتیاق فراوان برای پیروزی در عین حفظ تواضع است. آنها با قدرت تیم های خود را مدیریت می کنند، اما در کنار آن، از هرگونه میالغه و چاپلوسی دوری می کنند. آنها سعی دارند شخصیت خود را دور از مسیر موفقیت شرکت نگاه دارند و به موفقیت های شخصی محدود نباشند. نمونه ای از این رهبران سطح ۵، دیوید پاکارد، یکی از مؤسسان شرکت اچ بی است. پاکارد همیشه خود را در درجه اول کارمند و سپس مدیرعامل اچ بی می دانست، او از هرگونه خودنمایی و تظاهر دوری می کرد. یکی از نقل قول های معروف او در این مورد بسیار تأثیرگذار است:

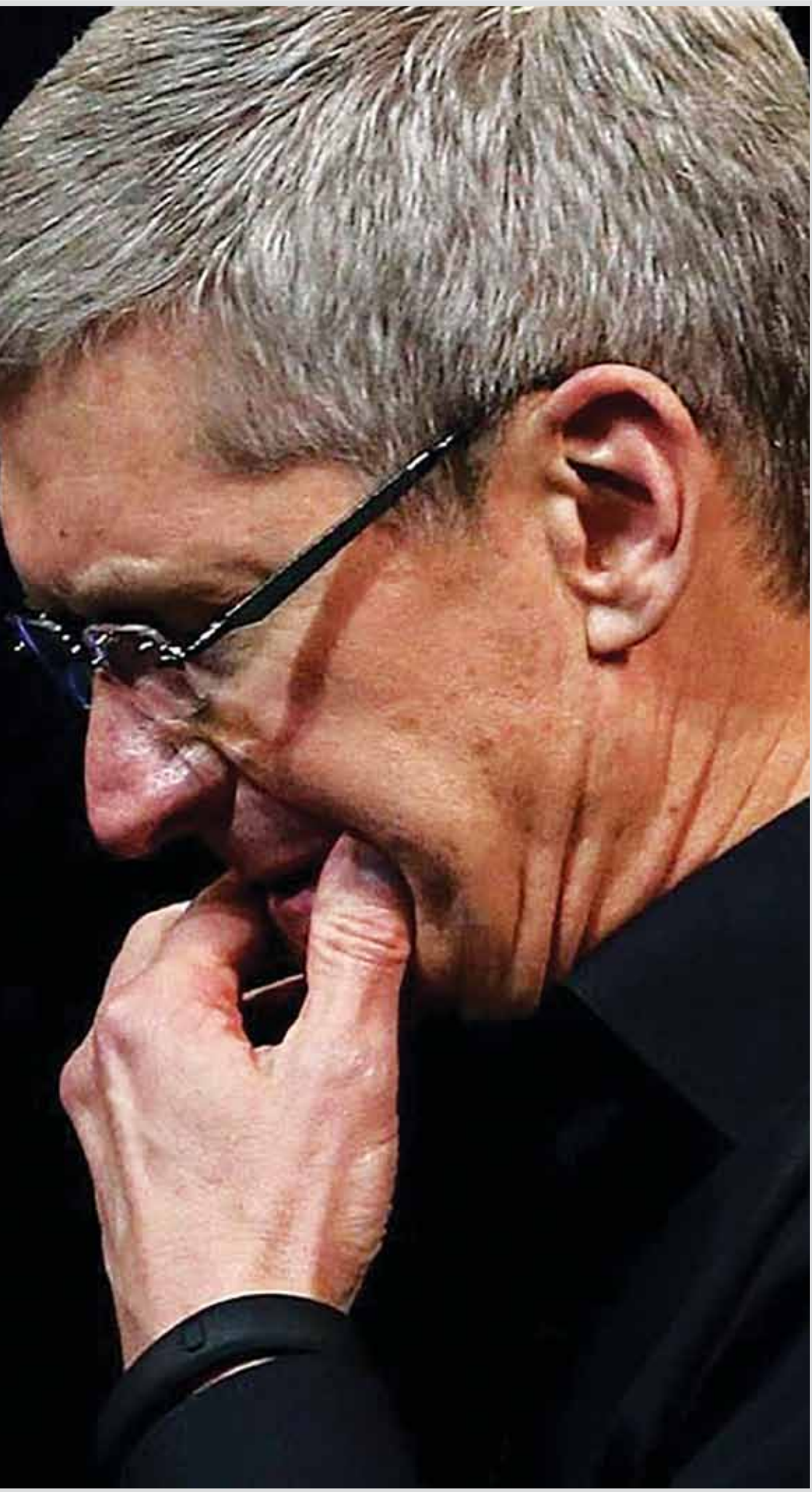
نباید در مورد کاری که قبلاً انجام داده ام خودنمایی کنید؛ بلکه باید باز هم پیشرفت کنید و کاری بهتر برای انجام دادن پیدا کنید.

از دیگر مثال های رهبران این دسته، می توان به مدیرعامل شرکت انرژی و خط لوله Enbridge اشاره کرد. پاتریک دنیل مدیرعاملی است که دو اصل اساسی رهبری را در کارهای خود پیش گرفته است: او روی نتایج تمرکز می کند، متواضع است و از همه مهم تر، تمرکز کاری را از روی خود به شرکت معطوف می کند و دیگران را در موفقیت ها شریک می داند. او معتقد است بزرگی و عظمت از فروتنی و نادیده گرفتن خود شروع می شود.

این مدیران و بسیاری افراد دیگر شبیه به آنها، فروتنی را به معنای واقعی درک کرده اند. چالش اساسی در درک این رفتارها، بخش نادیده گرفتن خود است. در فرهنگ امروزی دنیا که هر فردی تلاش می کند ابتدا موفقیت خود را تضمین کند، تشویق این رفتار کمی دشوار است.

اکثر افراد فروتنی را با ترس و خجالت اشتباه می گیرند. واقعیت این است که فروتنی با خراب کردن یا بدنام کردن خود تفاوت دارد. تواضع به معنای درک و اتکا به توانایی ها، برتری ها و دستاوردهای شخصی بدون داشتن غرور است. این لغت متضاد غرور و گستاخی (خود به بالیدن بیش از حد) است. غرور و گستاخی عادت است که به سقوط و از دور خارج شدن بسیاری از قهرمانان کسب و کار منجر شده است. در واقع تواضع به معنای اعتمادبه نفس کامل به خاطر برتری ها و دستاوردها (بدون نیاز به فریاد زدن آنها) است. این خصوصیت باعث می شود به دیگران اجازه دهیم از لایه های مختلف مهارت های ما استفاده کنند. تواضع هیچ گاه به معنای نداشتن شوق و اشتیاق برای رسیدن به اهداف جدید نیست.

تعریف واقعی تواضع را می توان در رهبرانی که از همه موفق تر هستند دید.



راه اندازی مراکز نوآوری طراحی صنعتی در دانشگاه ها

حوزه صنعت شوند نیز به عنوان شرکت دانش بنیان از حمایت معاونت علمی برخوردارند. سجادی نیری تأکید کرد: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای نهادینه کردن این موضوع طی یکسال گذشته فعالیت های زیادی را انجام داد تا حوزه طراحی بتواند در حوزه اقتصاد دانش بنیان نقش بازی کند. وی ادامه داد: اما ما در حوزه فضای طراحی صنعتی کمبودهایی داریم که باید آنها را پیگیری کرده و ایجاد کنیم.

سجادی نیری اظهار داشت: هنوز در حوزه طراحی صنعتی انجمن صنفی نداریم یا اگر داریم نقش پررنگی نداشته که باید فعالیت خود را بیشتر کرده تا بتوانیم آن را تقویت کنیم. همچنین باید همگی تلاش کنیم که نظام مهندسی حوزه طراحی صنعتی ایجاد شود.

دبیر ستاد فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی تصریح کرد: دانشگاه ها در عرصه

ایجاد اشتغال حوزه طراحی صنعتی وارد شوند و از اساتید این حوزه می خواهم در دانشگاه ها، مراکز نوآوری حوزه طراحی صنعتی ایجاد کنند تا ما بتوانیم از آنها حمایت کنیم.

محمدحسین سجادی نیری گفت زمانی که این کار شروع شد ما یک دغدغه در معاونت علمی و ریاست جمهوری داشتیم و آن این بود که کسی دغدغه ساماندهی در طراحی صنعتی را نداشت و انتظاری از معاونت علمی با توجه به مأموریت هایی که داشت در این زمینه نبود اما ارزش گذاری مناسب را در فضای کشور داشته باشند.

به گزارش مهر، وی افزود: معاونت علمی اصولاً از شرکت های دانش بنیان حمایت کرده و چون سوق دهیم تا آنها بتوانند از منابع موجود مالی شرکت های دانش بنیان نبوده اند از آنها حمایت نمی شد ولی طی یکسال گذشته برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق تصویب شد که به واسطه این برنامه شرکت هایی که در حوزه طراحی صنعتی فعالیت می کنند می توانند شرایط شرکت های خلاق را احراز کرده و حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برخوردار باشند و همچنین شرکت های حوزه طراحی صنعتی که به سایر شرکت های دانش بنیان خدمات ارائه می کنند که وارد



ایجاد بستر مناسب سرمایه گذاری در استارت آپ ها

دانش بنیان، نبود برنامه مناسب است، باید بتوانیم از طریق این سامانه برنامه درستی را برای شرکت های دانش بنیان ایجاد کنیم.

دبیری ادامه داد: نگاه معاونت علمی و فناوری به بخش خصوصی است و صاحبان ایده به کمک این بخش می توانند ارزش گذاری مناسب را در فضای کشور داشته

باشند. وی با اشاره به فضای به وجود آمده برای شرکت های دانش بنیان و سرمایه گذاران، گفت: باید بتوانیم در فضای کنونی بخش خصوصی را به سمت شرکت های دانش بنیان و استارت آپ ها سوق دهیم تا آنها بتوانند از منابع موجود مالی در راستای کمک کردن به شرکت ها بهره مند شوند.

حمایت های معاونت علمی و فناوری از بخش استارت آپی کشور

معاون توسعه مدیریت و جذب سرمایه معاونت علمی درباره حمایت های معاونت از بخش استارت آپی کشور گفت: مشکل وام نداریم اما باید بدانیم که وام دادن راه حل درستی نیست بلکه شرکت ها و سرمایه گذاران باید خود با یکدیگر آشنا شوند.



معاون توسعه مدیریت و جذب سرمایه معاونت علمی با بیان اینکه استارت آپ ها و شرکت های دانش بنیان نیازمند حامی مالی هستند اظهار کرد باید فضایی را برای اکوسیستم نوآوری کشور ایجاد کنیم تا بر مبنای آن

شرکت های دانش بنیان و استارت آپ ها بتوانند در فضایی منطقی تأمین مالی خود را انجام دهند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، دبیری ادامه داد: صاحبان ایده و مخترعان با فضای اقتصادی آشنا نیستند، بر همین اساس باید فضایی را برای آنان فراهم کرد تا بتوانند به راحتی به سرمایه گذار بپیوندند.

وی با اشاره به چگونگی حضور شرکت های دانش بنیان و آشنایی آنها با سرمایه گذاران، گفت: شرکت های دانش بنیان باید بتوانند در فضایی منطقی به صندوق های بورس و سرمایه گذاران متصل شوند تا این نهاد های پولی، فضای مناسب کسب و کار را برای شرکت های دانش بنیان و استارت آپ ها ایجاد کنند.

معاون توسعه مدیریت و جذب سرمایه معاونت علمی درباره معضل کنونی کشور اظهار کرد: بزرگترین معضل کنونی کشور در بحث شرکت های



نتفلیکس مدیر مالی اکتیویژن بلیزارد را به استخدام خود در می آورد

نتفلیکس اسپنسر نیومن، مدیر مالی اکتیویژن بلیزارد را به استخدام خود در می آورد. به گزارش زومیت به‌ادعای یک منبع آگاه، براساس خبری که احتمالاً در روزهای آینده به‌طور رسمی تأیید خواهد شد، نتفلیکس توانسته اسپنسر نیومن، مدیر بخشی مالی شرکت اکتیویژن بلیزارد را به استخدام خود در آورد. به‌گفته این منبع، نیومن از اوایل ۲۰۱۹ فعالیت خود را در نتفلیکس آغاز خواهد کرد. روز دوشنبه، اکتیویژن بلیزارد اعلام کرده بود که نیومن را اخراج خواهند کرد؛ البته اسناد قانونی ارائه‌شده توسط اکتیویژن بلیزارد به دلیل اخراج نیومن اشاره‌ای نکرده‌اند و تنها گفته شده است که:



یادداشت

وقتی «اخراج» بهترین تصمیم برای کسب‌وکار تان است!

بهترین تجارب زندگی او بوده و رای من باعث پیشرفت و حرکت رو به جلویش شده است.» یک بنیان‌گذار شرکت خدمات مشاوره مالی، در مورد نگهداشتن کارکنان در بالاترین سطح استانداردها می‌گوید: «هم‌زمان با رشد کسب و کارم؛ کارکنان زیادی هم آمده و رفته‌اند. اکنون در وضعیت جالبی هستیم، کارکنان یا کاملاً متناسب با فرهنگ سازمانی ما هستند یا از لیست کارکنان حذف می‌شوند.» هدف شخصی من کمک کردن به کارکنان برای درک و به‌کارگیری پتانسیلی است که در آنها وجود دارد. اینکه بتوانند شناخت بیشتری از توانایی‌های‌شان داشته باشند. اگر فردی شب به خانه برود و احساس کند که امروز به دستاورد بیشتری رسیده و توانسته بهتر از آنچه خودش باور داشته کار کند، بسیار عالی است و این احساس خوب باعث رشد و پیشرفت او می‌شود. این یعنی فرهنگی که رو به جلو حرکت می‌کند.

باید رویکرد حرکت روبه جلو داشت! به همین دلیل من احترام زیادی برای رهبرانی قائلم که اجازه خروج به کارکنانی می‌دهند که از لحاظ قانونی یا اخلاقی کار اشتباهی انجام ندادند، اما نتایج مناسبی نیز کسب نکردند و قادر به انجام نیمی از وظایفی که برای آن استخدام شدند، هم نیستند. حتی کارکنانی که ممکن است دوست شما باشند ولی هر چقدر هم تلاش کنید آنها در کنار شما تکامل نمی‌یابند. این افراد معمولاً از راه‌های احساسی بر فرهنگ سازمان‌تان تأثیر می‌گذارند. ابتدا مانند مربی آنها را آموزش دهید اگر

نتیجه‌ای نداد مانند مربی آنها را در موقعیت جدیدی قرار دهید و اگر باز هم نتیجه‌ای نداشت، مانند یک مربی آنها را به بیرون سازمان هدایت کنید.

- ۱- اکنون به عنوان مدیر یا رهبر تیم از خودتان بپرسید: آیا کارکنان‌تان با فرهنگ سازمان‌تان سازگار هستند؟
- ۲- آیا آنها در راستای اهداف و ارزش‌های سازمان‌تان فعالیت می‌کنند؟
- ۳- آیا آنها همگام با سازمان‌تان رشد کرده و ارزش‌های‌شان تکامل یافته است؟
- ۴- چه تفاوتی بین باسابقه‌ترین و کم‌سابقه‌ترین کارکنان در سازمان شما وجود دارد؟
- ۵- آیا شما انتظار یکسانی از آنها دارید؟

منبع: entrepreneur/modirinfo

بهارناز بیدار

کارشناس ارشد کارآفرینی سازمانی

آیا شما به‌عنوان صاحب یک کسب و کار برای اخراج یا نگهداشت بعضی از نیروهای انسانی خود مستاصل هستید؟ ما به شما می‌گوییم چرا اخراج بعضی از کارمندان‌تان می‌تواند بهترین تصمیمی باشد که برای کسب و کارتان اتخاذ می‌کنید. وقت آن است که واقعاً کارکنان خود را برای تعیین صلاحیت فعلی (و حتی صلاحیت دائمی) آنها متناسب با سازمان‌تان ارزیابی کنید. هیچ‌کسی وارد دفتر کارش نمی‌شود که بگوید امروز قصد دارم همه را دور بزنم، دروغ بگویم و فریب بدهم تا هر چقدر که می‌توانم پول دربیآورم. چنین مفاهیمی در سازمان معمولاً در طول زمان به دلیل وسوسه، ناامیدی و غرور اتفاق می‌افتند. روزی بنیان‌گذار کسب و کار موفق‌ی به من گفت: «همیشه در ذهن

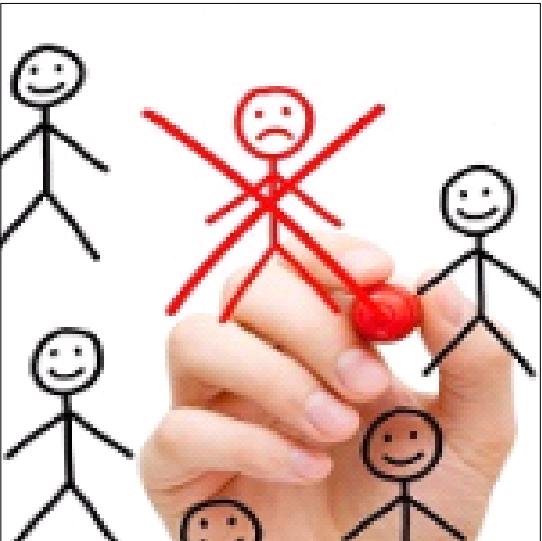
خود داشته باشید که فرهنگ با بدترین رفتار ممکن تعریف می‌شود، باید برای اصلاح یا حذف وضعیت، فوراً اقدام کنید. باید روبه جلو حرکت کنید و آنهایی را که مناسب نیستند، حذف کنید.

اما هنگامی که کارکنان‌تان را به حال خود رها می‌کنید تا بروند، دو نکته مهم را در ذهن داشته باشید:

- ۱- آنها افرادی هستند که باید اجازه بدهید به خاطر کارهای بدی که انجام دادند، بروند.
- ۲- آنها افرادی هستند که باید اجازه بدهید بروند چون دیگر با فرهنگ سازمان‌تان تناسب ندارند.

احترام زیادی برای رهبران و سازمان‌هایی قائل هستم که در اقدامی فوری با کارکنانی که مشکلات‌شان را نمی‌توانند اصلاح کنند، خداحافظی می‌کنند و حتی احترام بیشتری برای رهبرانی قائل هستم که به افراد اجازه می‌دهند بروند چون مناسب نیستند. در بیشتر مواقع این تصمیم دشوار هم برای فرهنگ تیمی و هم برای شخصی که اخراج شده، بهترین است. به‌طور مثال من یکبار مجبور شدم برای اخراج یکی از مدیران رای بدهم. در آن زمان اون چند سال از من جوان‌تر بود ولی خوب کار نمی‌کرد. ابتدا او به خاطر رای من عصبانی شد اما به او گفتم: این شغل مناسب شما نیست و در صورت ادامه دادن آن خوشبخت نخواهی شد. البته می‌دانم که الان متوجه منظور من نمی‌شوی، اما این تصمیم صحیحی است و روزی آن را درک خواهی کرد.»

چند سال بعد دوستی به من خبر داد که آن فرد در جایی گفته است که من بهترین فردی بودم که با او کار کردم و آن تجربه یکی از



می‌توان مطالبه جهانی برای صنایع خلاق و فرهنگی ایرانی ایجاد کرد

نکشیدن در این عرصه امیدواریم بتوانیم فضا را به سمتی ببریم که در آینده این مسیر پایدار باشد. سجادی نیری خاطرنشان کرد: این تصمیمی است که کشور باید به آن

بها دهد. صنایع خلاق، اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی باید در کشور ما به یک دغدغه تبدیل شود. کما اینکه هرگاه اتفاقی برای صنعت خودرو و صنایع سنگین می‌افتد دولت نگران شده و تلاش می‌کند نارضایتی به کارخانه و صنعت نرسد. پس صنعت خودرو برای کشور یک دغدغه است و صنایع خلاق و فرهنگی نیز باید برای کشور دغدغه شود.

وی با تأکید بر این نکته که چنین امری جز با پایداری، همکاری، شبکه‌سازی و پیگیری فعالان این عرصه محقق نخواهد شد، گفت: اکوسیستم صنایع خلاق باید به شکل بومی شکل بگیرد. باید با تلاش خود بر مشکلات

آن فائق شویم. از جمله این موارد مشکلاتی قانونی و حقوقی، نبود نیروی انسانی کیفی و مربیان برای کسب‌وکارهای نوپا است. این اتفاق با محوریت مجموعه‌های فرهنگی محقق می‌شود.

دبیر ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی در رویداد هنرسو (رویداد شبکه‌سازی منتهورها در حوزه‌های انیمیشن، بازی ویدئویی و کتاب تعاملی) گفت صنایع خلاق باید به عنوان حوزه‌ای پیشران در کشور

شناخته شود و نقش خود را در اقتصاد عرصه فرهنگی ایفا کند، چراکه به‌واسطه موفقیت اقتصادی می‌توان مطالبه جهانی برای مصرف محصولات فرهنگی ایرانی ایجاد کرد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سید محمدحسین سجادی نیری گفت: از سال‌ها پیش همواره تلاش ما بر تغییر نگاه کشور نسبت به حوزه فرهنگ بوده است. این یک دغدغه برای حوزه اشتغال و اقتصاد کشور محسوب می‌شود. چراکه حوزه فرهنگ، حوزه‌ای مستعد است که می‌توان با حفظ چارچوب‌های فرهنگی با نگاهی درامدزا و اشتغال‌آور به آن نگریست.

وی ادامه داد: در سال‌های گذشته تفکر برخی از صاحب‌نظران کشور این بود که نباید دامن فرهنگ را به اقتصاد آلوده کرد، اما تلاش کردیم با فرهنگ‌سازی حرکتی بابت و دنبال‌مدار در این عرصه صورت دهیم. امروز نیز با پا پس

دستگاه مدیریت هوشمند منابع انرژی رونمایی شد

قادری‌فر، رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی با اشاره به فناوری به کار گرفته‌شده در این سامانه، گفت: با تحولات صورت‌گرفته و دانش به‌کار رفته در این زمینه

می‌توان علاوه بر بهره‌گیری سریع از انرژی خورشیدی، در هنگام قطع برق از منابع تولید انرژی جایگزین نیز به صورت بهینه استفاده کرد.

وی درخصوص حمایت‌های صورت‌گرفته در این زمینه گفت: بحث گذر از انرژی‌های فسیلی بحث مهمی است که همواره به آن توجه داشته‌ایم و پارک فناوری پردیس معاونت علمی نیز در این زمینه گام‌های مؤثری برداشته است، ولی باوجود تمام تلاش‌ها و حمایت‌های صورت‌گرفته ما همچنان در ابتدای راه هستیم و باید بیشتر به

بحث فناوری‌های حوزه سولار و استفاده از انرژی‌های خورشیدی بپردازیم و به تجهیزات تست و آزمون انرژی‌های خورشیدی و تجدیدپذیر بیشتر توجه کنیم.

دستگاه مدیریت هوشمند منابع انرژی برای رفع معضل خاموشی برق در پارک فناوری پردیس معاونت علمی رونمایی شد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی

و فناوری ریاست جمهوری، یکی از معضلاتی که لوازم برقی حساس را تهدید می‌کند قطع و نوسانات برق است که در اکثر مواقع با خسارت و حوادثی همراه است. از همین رو پارک فناوری پردیس معاونت علمی همواره با حمایت از نخبگان و پژوهشگران در این حوزه، در رفع نیازهای صنعت برق کشور کوشیده است.

درنتیجه از دستگاه مدیریت هوشمند منابع انرژی در پارک فناوری پردیس معاونت علمی با حضور اسماعیل قادری‌فر، رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مهدی صفاری‌نیا رئیس پارک فناوری پردیس معاونت علمی رونمایی شد.



کارگاه برندینگ



بازاریابی شبکه‌های اجتماعی در بزرگترین شرکت‌های جهان

استفاده از بلاگ‌ها در بزرگترین شرکت‌های جهان طبق لیست فورچن ۵۰۰ سریع‌ا در حال رشد است. اگر نگاهی به بازاریابی شبکه‌های اجتماعی در بزرگترین شرکت‌های جهان بیندازیم متوجه خواهیم شد که استفاده از اینستاگرام روز به روز بیشتر می‌شود. فیس‌بوک کماکان پرطرفدار و لینکدین سرآمد همه شبکه‌های اجتماعی در شرکت‌های بزرگ است.

این موارد همگی از تحقیقات مرکز تحقیقات بازاریابی دانشگاه دارتموث ماساچوست روی رفتار و فعالیت‌های شرکت‌های حاضر در لیست فورچن ۵۰۰ در شبکه‌های اجتماعی به دست آمده است. در ادامه این مقاله نکات مهمی درباره بازاریابی شبکه‌های اجتماعی و بلاگ در بزرگترین شرکت‌های جهان می‌پردازیم.

بیش از نیمی از شرکت‌های فورچن ۵۰۰ بلاگ دارند

با توجه به اینکه بلاگ‌ها محلی برای تعامل با مخاطبین هستند، این مطالعه علاوه بر بررسی شبکه‌های اجتماعی به بررسی فعالیت شرکت‌های بزرگ در زمینه بلاگ نیز پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان داد که بین سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۸ استفاده از بلاگ‌ها در شرکت‌های بزرگ بیشترین رشد سالانه را تجربه کرده است. درصد شرکت‌های فورچن ۵۰۰ که در وبسایت خود بلاگ دارند از ۴۲درصد در سال ۲۰۱۷ به ۵۳درصد در سال ۲۰۱۸ افزایش یافته است.

اگر این آمار از نظر شما بسیار کم و پایین است باید بگوییم که در این آمار فقط بلاگ‌هایی لحاظ شده‌اند که مطالبی برای مخاطب عام دارند و فعالیت‌های‌شان فراتر از پایگاه انتشار اخبار شرکت است. یک نکته عجیب که در مورد بلاگ‌های این شرکت‌ها وجود دارد این است که نسبت بلاگ‌هایی که اجازه انتشار کامنت کاربران را می‌دهند رو به کاهش است. این آمار بیانگر این است که مدیریت و پاسخ به کامنت‌ها برای شرکت‌ها کار بسیار سخت و پیچیده‌ای است و خیلی از آنها از خبر خوبی‌های این کار گذشته‌اند و کلا بخش کامنت‌ها را غیرفعال کرده‌اند. البته این تصمیم اصلا نتیجه خوبی نخواهد داشت و باعث کاهش تعامل کاربران با شرکت‌ها و کاهش شفافیت عملکرد شرکت می‌شود. از این رو شرکت‌ها باید به دنبال حل این مسئله باشند.

فیس‌بوک و توئیتر کماکان بسیار محبوب هستند

مطالعه دانشگاه دارتموث نشان داد که ۴۵۵ شرکت از میان لیست فورچن ۵۰۰ سال ۲۰۱۸ یعنی ۹۱درصد اکانت توئیتر فعال دارند و همچنین ۴۴۵ شرکت معادل ۸۹درصد صفحه فیس‌بوک دارند. ۱۰ شرکت برتر در هر دو شبکه اجتماعی فعال هستند. صنایع بانکداری تجاری و خرده‌فروشی تنها صنایعی هستند که تمام شرکت‌های‌شان در هر دو شبکه اجتماعی فعال هستند.



ایجاد صفحه مخصوص برند در فیس‌بوک و توئیتر و به‌روز نگه داشتن آن بسیار کم‌هزینه است و فقط کمی زمان می‌خواهد. از این رو اصلا عجیب نیست که بسیاری از شرکت‌های حاضر در لیست بزرگترین شرکت‌های جهان فعالیت‌های بازاریابی شبکه‌های اجتماعی خود را معطوف به این دو شبکه اجتماعی کرده‌اند.

استفاده از اینستاگرام به شدت در حال رشد است

در سال ۲۰۱۳ تنها ۹درصد شرکت‌های فورچن ۵۰۰ اکانت اینستاگرام داشتند. در سال ۲۰۱۸ این نسبت به ۶۳درصد رسیده است. نمودار رشد سالانه این نسبت را برای سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸ نمایش می‌دهد. البته اگر نگاهی به آمار کاربران اینستاگرام بیندازیم این رشد کاملا قابل درک خواهد بود، چرا که اینستاگرام در سال ۲۰۱۳ فقط ۱۰۰ میلیون کاربر داشت ولی تعداد کاربران در سال ۲۰۱۸ از یک میلیارد نفر نیز فراتر رفته است.

تقریبا همه شرکت‌های فورچن ۵۰۰ در لینکدین حضور دارند
توئیتر و فیس‌بوک در میان شرکت‌های فورچن ۵۰۰ محبوبیت زیادی دارند و محبوبیت اینستاگرام نیز به شدت در حال افزایش است، اما بیشترین درصد حضور این شرکت‌ها مربوط به شبکه اجتماعی لینکدین می‌شود. ۴۸۹ شرکت معادل ۹۸درصد شرکت‌های لیست فورچن ۵۰۰ در شبکه اجتماعی لینکدین فعال هستند.

با توجه به اینکه فضای لینکدین کاملاً حرفه‌ای و مناسب کسب‌وکارهاست و بیش از ۵۰۰ میلیون حرفه‌ای عضو این شبکه هستند، اصلا عجیب نیست که شرکت‌های بزرگ تا این حد علاقه به این شبکه اجتماعی داشته باشند، در واقع این عجیب است که چرا ۱۰۰درصد این شرکت‌ها در لینکدین حضور ندارند.

محبوبیت بازاریابی شبکه‌های اجتماعی در حال رشد است

شرکت‌های بزرگ دنیا دیگر به بازاریابی شبکه اجتماعی به چشم یک گزینه و راهکار نگاه نمی‌کنند، بلکه آن را یک ضرورت می‌دانند. این گرایش به حضور در شبکه‌های اجتماعی روز به روز در میان شرکت‌ها افزایش می‌یابد. شرکت‌های بزرگ و موفق متوجه شده‌اند که برای تداوم موفقیت خود نیاز به تعامل با مخاطبین و مشتریان دارند.

منبع: imarketer



برای بهبودشان تلاش کنیم.

۵. استوری اینستاگرام همچنان معجزه می‌کند

وقتی سرویس استوری اینستاگرام معرفی شد، بسیاری از کاربران به طور قابل ملاحظه‌ای بدان روی خوش نشان دادند. در آن زمان کارشناس‌های بسیاری به دلیل ماهیت تقلیدی استوری اینستاگرام از پلتفرم اسنپ چت انتظار کاهش استفاده از آن در ماه‌های آینده را داشتند. با این حال اکنون هیچ نشانه‌ای از کاهش محبوبیت سرویس استوری در میان کاربران وجود ندارد. به طور ویژه برای برندها بخش استوری فرصت مناسبی در راستای اطلاع‌رسانی سریع به کاربران است. استفاده از تصاویر و ویدئوهای ۱۵ ثانیه‌ای باکیفیت از سوی بسیاری از برندهای مشهور گواه محکمی در راستای اثبات اهمیت سرویس استوری است.

یکی از دلایل اصلی شهرت بالای بخش استوری اینستاگرام، صرف نظر از محبوبیت دو برابری این پلتفرم در مقایسه با اسنپ چت، در عدم نیاز به سرمایه‌گذاری بالا و اختصاص وقت زیاد به منظور خلق استوری است. برندها و کاربران عادی در کمترین زمان ممکن یک استوری زیبا و حیرت‌انگیز را تولید می‌کنند. اگر همین محتوا به جای استوری در بخش پست‌های معمولی بارگذاری شود، نیازمند تلاش بسیار به منظور هماهنگ‌سازی آن با سطح توقعات کاربران از یک پست باکیفیت است. متأسفانه در مورد اخبار مهم یا کوتاه فرصت کافی برای خلق پست وجود ندارد. به همین دلیل توجه بیشتر کاربران و البته برندها روی سرویس استوری است. اگر در سال ۲۰۱۹ مایل به ارتقای جایگاه برندتان در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی هستید، باید به بخش استوری توجه ویژه‌ای داشته باشید.

۶. روبات‌های چت همچنان در کنار ما هستند

اکنون شمار هرچه بیشتری از کاربران شبکه‌های اجتماعی از اپ‌های جانبی آنها برای مدیریت چت با دیگران استفاده می‌کنند. اپ چت فیس‌بوک یکی از مشهورترین آنهاست. وقتی یک برند در فیس‌بوک یا توئیتر فعالیت رسمی دارد، حجم پیام‌های دریافتی‌اش بسیار بالا خواهد رفت. در این میان تلاش برای مدیریت چت‌ها به شیوه عادی چندان راهگشا نخواهد بود. خوشبختانه روبات‌های چت کمک بسیار زیادی به برندها در راستای مدیریت چت‌های‌شان می‌کنند. ساخت این روبات‌ها بسیار راحت است. با این حال اگر علاقه چندانی به ساخت آنها ندارید، استفاده از نسخه‌های آماده گزینه منطقی خواهد بود. تنوع انواع این روبات‌ها به اندازه‌ای است که کار انتخاب را براساس نیازهای‌تان بسیار راحت خواهد کرد. اگر هنوز از روبات چت به منظور مدیریت گفت‌وگوهای‌تان در شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنید، در سال ۲۰۱۹ باید نسبت به این شیوه‌تان تجدید نظر کنید. مزیت اصلی روبات‌های چت کمک به برندها در راستای ارائه پیام‌های شخصی‌سازی‌شده و پاسخ‌های هوشمند به کاربران است.

۷. چالش‌های جدید در دستیابی به آمارهای دقیق

محبوبیت روزافزون شبکه‌های اجتماعی برای برندها با یک آمار تاریک همراه است. در حقیقت به دلیل افزایش تمایل کاربران به حفظ اطلاعات‌شان و فعالیت به صورت اکانت‌های خصوصی دسترسی برندها به اطلاعات مهم محدود شده است. یکی از محدودیت‌های جدید در مورد فهم میزان به اشتراک گذاری محتوای‌مان در شبکه‌های اجتماعی است. آیا عدم دریافت اطلاعات برندها پیرامون میزان به اشتراک گذاری محتوای‌شان به معنای صورت نپذیرفتن چنین فرآیندی است؟ پاسخ منفی است. در حقیقت هنوز هم کاربران مطالب مختلفی را با هم به اشتراک می‌گذارند. با این حال شیوه چنین کاری تغییر کرده است. به بهانه این تغییر شاید بحث از تعیین معیاری جدید برای اندازه‌گیری میزان موفقیت‌مان در شبکه‌های اجتماعی چندان نامناسب نباشد. در حقیقت معیار ارزیابی موفقیت برند ما در سال جدید باید براساس ترندهایی که در این مقاله مورد بررسی قرار گرفت، تعیین شود. همانطور که بیان شد، استراتژی‌های فعلی به سرعت کارایی خود را از دست می‌دهند. به همین دلیل باید استراتژی‌های جدید را براساس ترندهای روز طراحی کرد. در غیر این صورت کاربرد استراتژی ما با موفقیت همراه نخواهد بود.

منبع: inc

و طولانی برای تولید محتوای باکیفیت اکانت‌های‌مان در شبکه‌های اجتماعی استفاده از محتوای تولیدی کاربران است. این شیوه علاوه بر سهولت (برندها) از جانب مخاطب نیز بهتر پذیرفته می‌شود. در هر صورت همه ما علاقه زیادی به مشاهده محتوای تولیدی خود روی صفحه رسمی برند مورد علاقه‌مان داریم.

به منظور شروع این فرآیند ابتدا باید سراغ یافتن بهترین محتواهای ارسالی از میان خیل عظیم آنها باشیم. در این مرحله استفاده از نظرات اعضای تیم بازاریابی شرکت و همینطور سایر کارمندان، به عنوان یک جامعه آماری کوچک، مفید خواهد بود. در مرحله بعد نوبت به بارگذاری محتواها می‌رسد. توصیه من در اینجا برقراری تماس با فرد تولیدکننده محتوای مورد نظر و درخواست ارسال فایل اصلی محتواست. به این ترتیب مطلب شما دارای کیفیت عالی خواهد بود. امروزه کاربران در شبکه‌های اجتماعی بسیار دشوارتر از قبل محتوایی را می‌پسندند. به همین دلیل رویکرد تیم‌های فعال در بخش شبکه‌های اجتماعی باید تغییر محسوسی پیدا کند. در غیر این صورت سایر رقبا مخاطب‌های ما را به خود علاقه‌مند می‌کنند. استفاده از محتوای تولیدی کاربران شاید بهترین گزینه نباشد، اما گامی موثر در راستای شروع فرآیند تغییر در تولید محتوای برندمان خواهد بود.

۳. الگوریتم جدید لینکدین تبلیغات را شخصی‌تر می‌کند

یکی از المان‌هایی که هیچ‌گاه در شبکه‌های اجتماعی تغییر نمی‌کند، اهمیت و تأثیرگذاری تبلیغات است. در حقیقت، براساس مطالعه موسسه بازاریابی محتوایی ۶۶درصد از بازاریاب‌های محتوایی در سال گذشته از تبلیغات پولی برای توسعه محتوای‌شان استفاده کرده‌اند. از این میان ۸۰درصد بازاریاب‌ها شیوه مذکور را در دستیابی به مخاطب جدید موفقیت‌آمیز قلمداد کرده‌اند. یکی از مشکلات همیشگی در بخش تبلیغات برای برندها ارائه محتوای نادرست به مخاطب‌های مختلف است. به این ترتیب کاربران با مشاهده تبلیغات غیرجذاب (برای خود) نگاه‌شان به برند ما منفی خواهد شد. خوشبختانه اکنون الگوریتم بسیاری از پلتفرم‌های اجتماعی این مشکل را حل کرده است. به این ترتیب تبلیغات برندها در شبکه‌های اجتماعی براساس ماهیتش به دست کاربران علاقه‌مند بدان موضوع خواهد رسید.

درست به خاطر اهمیت تبلیغات شخصی‌سازی شده، تحول اخیر الگوریتم لینکدین اهمیت بالایی دارد. با مکانیک نوین تبلیغات پولی لینکدین برندها فرصت شخصی‌سازی محتوای خود به منظور ارائه به اجتماع‌های تخصصی را خواهند داشت. به این ترتیب دیگر خبری از ناراضیاتی کاربران نسبت به تبلیغات غیرمرتبط با حرفه‌شان در لینکدین نخواهد بود.

۴. گوش‌دادن به حرف کاربران و توسعه رابطه برندها و مخاطب

در اهمیت تعامل عمیق و پایدار با مخاطب در شبکه‌های اجتماعی تردیدی نیست. با این حال در میان توصیه‌های مختلف برای فعالیت موفق در شبکه‌های اجتماعی بسیاری از بازاریاب‌ها اهمیت گوش‌دادن به حرف‌های مخاطب را از یاد می‌برند. فرایند گوش دادن به صحبت‌های کاربران فقط شامل پاسخگویی به پرسش‌های آنها نیست. به عبارت بهتر، بررسی مکالمه‌های کاربران، هشتگ‌های مرتبط با برندمان در شبکه‌های اجتماعی و نظرخواهی از آنها در مورد تأثیر خواسته‌های‌شان روی بهبود عملکرد برندمان ذیل مفهوم گوش‌دادن به کاربران قرار می‌گیرد.

شاید بسیاری از شما به منظور فهم خواسته مخاطب‌تان به سراغ بازگذاری پستی تحت عنوان نظرخواهی بروید. با این حال ابزارهای یوننی برای این کار وجود دارد که زحمت نظرخواهی مستقیم از کاربران را از بین می‌برد. در صورت استفاده از چنین ابزارهایی شما به گونه‌ای هوشمندانه نیازهای مخاطب را در اولویت کار برندتان قرار خواهید داد. بدون تردید وقتی خواسته مخاطب بدون بیان مستقیم آن به ما مورد توجه قرار گیرد، جایگاه برندمان در نگاه مخاطب بهبود شایان توجهی خواهد یافت.

وقتی صحبت از توجه به خواسته‌های اجتماعی می‌شود، نباید حفظ و ارتقای نجات مثبت برندمان را از یاد ببریم. به این ترتیب به هنگام تغییر جنبه‌های منفی باید در وهله نخست المان‌های مثبت را حفظ و سپس

به قلم: جان هال مدیرعامل و موسس برند Influence

ترجمه: علی آل‌علی

به عنوان رهبر یک کسب‌وکار احتمال تلاش شما برای تدوین استراتژی قوی برای فعالیت موفقیت‌آمیز در شبکه‌های اجتماعی بسیار زیاد است، از نظر بازاریابی هر کسب‌وکاری باید جلوه ویژه‌ای از خود در شبکه‌های اجتماعی به نمایش بگذارد. انتشار مقالات متعدد در زمینه ضرورت فعالیت در پلتفرم‌های متنوع اجتماعی، اهمیت این مسئله را برای همه آشکار کرده است. با این حال نکته مهم درخصوص شبکه‌های اجتماعی تغییر و تحول مداوم و البته سریع آنهاست. به این ترتیب استراتژی‌ای که اکنون مطلوب است، در آینده‌ای نه‌چندان دور دیگر کاربرد نخواهد داشت. به منظر فهم بهتر این موضوع، نخستین روزهای فعالیت فیس‌بوک را در نظر بگیرید. در آن زمان این پلتفرم فقط امکان لایک را در اختیار کاربران قرار می‌داد. به طور مشابه نیز توئیتر در آغاز فعالیتش فقط امکان ارسال توئیت‌های ۱۴۰ کاراکتری را فراهم می‌کرد. اگر تجربه کار با نسخه‌های اولیه فیس‌بوک و توئیتر را داشته باشید، اکنون این پلتفرم‌ها کاملا تحول یافته و غیراشنا به نظر می‌رسند. اگر فقط یک نکته مهم درخصوص تغییر و تحول پلتفرم‌های مختلف اجتماعی وجود داشته باشد، آن به شرح ذیل خواهد بود: توسعه فرایند جذب مخاطب بدون رشد هماهنگ با ترندهای برتر شبکه‌های اجتماعی امکان‌پذیر نخواهد بود.

خوشبختانه، ما هنوز اندکی زمان برای گردآوری ابزارهای مورد نیاز برای تهیه برنامه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و خلق استراتژی اصلی‌مان داریم. به طور معمول کمپین‌ها و استراتژی‌های برندها برای سالان نو چند هفته پس از تعطیلات کریسمس شروع می‌شود. به همین دلیل باید سرعت کارمان در بخش بازاریابی را افزایش دهیم. به عبارت دقیق، این آخرین فرصت ما برای جا نماندن از قطار پرسرعت توسعه شبکه‌های اجتماعی است. در این مقاله من به بررسی هفت ترند برتر شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۱۹ خواهم پرداخت. توجه به این موارد به هنگام تدوین برنامه بازاریابی و تبلیغات‌تان کمک شایانی به بهبود عملکرد برندتان خواهد کرد.

۱. مدیران عامل بخش شبکه‌های اجتماعی در راه هستند

یکی از تغییرات مهم سال جدید در طبقه‌بندی رهبران برندهاست، به طور معمول ما مسئول بخش شبکه‌های اجتماعی هر برند را تحت عنوان تیم بازاریابی یا تبلیغات می‌شناسیم. با این حال به دلیل توسعه شبکه‌های اجتماعی و افزایش اهمیت‌شان در دنیای کسب‌وکار سال آینده تغییر شگرف در این بخش رخ خواهد داد. نخستین تغییر در اینجا ورود مدیرعامل بخش شبکه‌های اجتماعی به سطح با سایر کارمندان (در مورد بخش شبکه‌های این ترتیب تیم‌های بازاریابی و تبلیغات دیگر به طور همزمان مسئول بخش شبکه‌های اجتماعی نخواهند بود. البته تغییرات به همین نکته خلاصه نمی‌شود. در سال آینده ماهیت مقام مدیرعاملی نیز تغییر خواهد کرد. به این ترتیب دیگر مدیرعامل فردی برتر-ر و دارای دفتر جدا از کارمندان بخش‌اش نخواهد بود. به عبارت بهتر، مدیرعامل بدل به یک نقش رهبری صرف و از همه مهم‌تر هم‌سطح با سایر کارمندان (در مورد بخش شبکه‌های اجتماعی) می‌شود. به این ترتیب نزدیکی میان مدیر بخش پلتفرم‌های اجتماعی و کارمندان بسیار نزدیک‌تر از سایر بخش‌ها خواهد بود.

در سال ۲۰۱۹ مدیران‌عامل و سایر رهبران برندها نیازمند استفاده از شبکه‌های اجتماعی به گونه‌ای متفاوت و شخصی‌تر نیز هستند. به این ترتیب به منظور استفاده از اطلاعات مختلف و از همه مهم‌تر برقراری ارتباط نزدیک با سایر اعضای شرکت پلتفرم‌های اجتماعی نقشی کلیدی خواهند یافت. همچنین به عنوان مدیرعامل یک برند حضورمان در شبکه‌های اجتماعی به منظور تعامل هرچه بیشتر با مخاطب‌ها و مشتریان ضروری است. بدون تردید سال آتی رقابت تجاری دشواری به همراه دارد، این به معنای تلاش سخت و شلوغی ساعت‌های کاری است. با این حال به معنای صرف نظر از اهمیت شبکه‌های اجتماعی نخواهد بود.

۲. استفاده از محتوای تولیدی کاربران برای افزایش اعتبار برندمان

امروزه یکی از راهکارهای جالب به عنوان جایگزین تلاش‌های بی‌وقفه

ایستگاه بازاریابی



۱۰۰ روش رایگان برای بازاریابی کسب و کار اینترنتی(۲)

در مطلب پیشین به ۱۶ روش از ۱۰۰ روش رایگان برای بازاریابی کسب‌وکار اینترنتی اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم. ۱۷. از هم‌کاران تان بخواهید درباره محصولات/ خدمات/ کتاب‌های شما نظر بدهند

وقتی چیز جدیدی تولید می‌کنید، همیشه از دیگران بخواهید نظر خودشان را در وبلاگ و سایت خودشان درباره آن بنویسند. ۱۸. بازاریابی کسب و کار اینترنتی: یک مسابقه برگزار کنید از وبلاگ، رسانه‌های اجتماعی و یا یوتیوب‌تان برای تبلیغ یک مسابقه استفاده کنید که جایزه‌اش محصول رایگان است. از آدم‌ها بخواهید به برنده رای دهند. این کار باعث می‌شود شرکت‌کنندگان تشویق شوند پست‌های شما را به اشتراک بگذارند.

۱۹. گزارش‌های رایگان منتشر کنید این روزها «رایگان» می‌تواند ارزش زیادی داشته باشد. یک گزارش فوق‌العاده درست کنید – مثلاً تحلیل و بررسی حوزه کاری خودتان – و آن را در ازای ثبت نام در فهرست ایمیل‌تان، در اختیار دیگران قرار دهید.

۲۰. گزینه اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی را به وب‌سایت/ وبلاگ/ خبرنامه‌تان اضافه کنید

برای بازاریابی کسب و کار اینترنتی با اضافه کردن دکمه اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی، به اشتراک گذاشتن وب‌سایت، وبلاگ یا خبرنامه‌تان را برای آدم‌های دیگر ساده کنید.

۲۱. به‌طور مرتب در وبلاگ‌تان پرسش و پاسخ انجام دهید با استفاده از ایمیل‌ها، سؤالاتی که در انجمن‌های اینترنتی پیدا می‌شود و منابع دیگر پست‌های هفتگی پرسش و پاسخ درست کنید. شما می‌توانید هر بار فقط با استفاده از یک سوال یک پست کامل برای وبلاگ‌تان درست کنید.

۲۲. محتوا را به فیلم تبدیل کنید پست‌های پرسش و پاسخ، یا پست‌های «چگونه...؟» را به فیلم تبدیل کنید. گاهی آدم‌ها دوست دارند محتوا را به شکل‌های دیگری ببینند.

۲۳. Google+ Hangout یک برنامه زنده اجرا کنید پرسش و پاسخ خود را در Google+ Hangout On Air انجام دهید. شاید برگزار کردن یک رویداد زنده ترسناک باشد، اما می‌تواند روشی فوق‌العاده برای ایجاد ارتباط‌های جدید باشد.

۲۴. در گوگل پلاس به سؤالات جواب دهید سؤالات مربوط به حوزه کاری خودتان را در گوگل پلاس جست و جو کنید و به سوال‌کنندگان پاسخ دهید.

۲۵. در فیس‌بوک به سؤالات پاسخ دهید برای بازاریابی کسب و کار اینترنتی وقتی فردی از شما سوال می‌پرسد، می‌توانید آن را در فیس‌بوک جواب بدهید.

۲۶. در توئیتر به سؤالات جواب دهید

بسیاری از آدم‌ها در توئیتر سؤالات کوتاه مطرح می‌کنند. آماده باشید تا این سؤالات را به‌طور عمومی یا مستقیماً پاسخ دهید.

۲۷. از Quora برای ساختن کسب و کارتان استفاده کنید Quora یک سرویس رایگان است که شما حداقل پنج موضوع را انتخاب می‌کنید و سپس در پرسش و پاسخ‌های مربوط به این موضوعات شرکت می‌کنید.

۲۸. در انجمن‌های اینترنتی عضو شوید انجمن‌های اینترنتی مرتبط با حوزه کاری‌تان را جست و جو کنید، یعنی جایی که مخاطبان‌تان در آن شرکت می‌کنند. سپس به متخصص انجمن تبدیل شوید.

۲۹. در گروه‌های لینکدین عضو شوید گروه‌های مخاطبان و نیز رقبای مستقیم‌تان را در لینکدین پیدا کنید و در آنها عضو شوید. تبلیغ خودتان را نکنید اما در پرسش و پاسخ‌های‌تان راحت و آزاد باشید.

۳۰. در لینکدین گروه خودتان را ایجاد کنید لینکدین به شما اجازه می‌دهد گروه خودتان را بسازید، بنابراین یک گروه بسازید و سؤالاتی را که دوست دارید در آن مطرح کنید و پاسخ دهید، همچنین از آن برای تبلیغ وبلاگ‌تان استفاده کنید.

۳۱. گروه خودتان را در فیس‌بوک درست کنید شما می‌توانید در فیس بوک انواع مختلف گروه‌ها را، هم شخصی و هم عمومی، درست کنید. هر دو نوع را درست کنید تا با مخاطبان و همکاران خود گفت و گو کنید.

۳۲. در گروه‌های فیس‌بوک عضو شوید در فیس‌بوک گروه‌هایی را پیدا کنید که هم ارزش شبکه‌سازی و هم ارزش بازاریابی دارند. در آنها عضو شوید و فعالانه مشارکت کنید.

۳۳. در یوتیوب ویدئو بارگذاری کنید ویدئوهایی درست کنید و در یوتیوب قرار دهید و این ویدئوها را در وب‌سایت خود نیز قرار دهید.

۳۴. پیشگسوت‌ها را در حوزه کاری خودتان شناسایی کنید در وبلاگ‌تان پست‌هایی درست کنید و پیشگسوتان حوزه کاری خودتان را در آن معرفی کنید. وقتی از یک فرد نام می‌برید به سایت‌شان هم لینک بدهید. شاید در نهایت از آن فرد نظر (کامنت) هم دریافت کنید.

۳۵. از محتوای تولیدی دیگران استفاده کنید شما مجبور نیستید تمام محتوای وبلاگ‌تان را خودتان بنویسید. شما می‌توانید از دیگر محتواهای مرتبط استفاده کنید (به شرطی که به محتوای اصلی لینک بدهید و فقط توضیح مختصری درباره آن بنویسید).

۳۶. برای درست کردن پادکست با متخصصان مصاحبه کنید شما می‌توانید برای ضبط مصاحبه به عنوان پادکست، از سرویس‌های رایگان مانند اسکایپ استفاده کنید. این پادکست‌ها را در سایت‌تان منتشر کنید.

۳۷. مصاحبه با متخصصان را به صورت کتاب الکترونیکی پیاده‌سازی کنید مصاحبه با متخصصان را به صورت کتاب الکترونیکی درآورید. شما می‌توانید کتاب‌های مجزا درست کنید و سپس در انتهای سال آنها را به یک مجموعه بزرگ‌تر تبدیل کنید.

ادامه دارد ...

منبع: bazdeh

۳ نکته‌ای که مشتریان برندها را در فروشگاه اذیت می کند

چطور مشتریان را در فروشگاه ترغیب به خرید کنیم؟



راهکار جایگزین: یکی از فروشگاه‌های مورد علاقه من راهکار جالبی برای نزدیکی به مشتریان و در عین حال احترام به حریم شخصی‌شان یافته است. بر این اساس وقتی وارد این فروشگاه می‌شوید، به شما یک فنجان چای یا یک سیب داخل لیوانی بزرگ هدیه می‌شود. این کار نیازمند هیچ‌گونه گفت‌وگویی با کارمندان فروشگاه نیست. بدون تردید تعارف چای یا سیب برای آن فروشگاه هزینه دارد، همچنین زحمت شست‌وشوی لیوان‌های چای را نیز باید در ذهن داشت. با این حال سیگنال مثبتی که چنین کاری به مشتریان منتقل می‌کند، ارزش آن همه زحمت را دارد. اجازه دهید احساس را وقتی وارد این فروشگاه می‌شوم، بیان کنم. وقتی از در داخل می‌شویم، پس از چند قدم با سینی پر از چای یا سیب مواجه خواهید شد. فروشنده بخش صندوق نیز با اشاره دست آنها را به شما تعارف می‌کند. همانطور که مشاهده می‌کنید، در ابتدا هیچ ارتباط کلامی در میان نیست. وقتی بی‌حاصله وارد فروشگاه می‌شوید، بدون تردید یک چای یا سیب حال‌تان را جـا خواهد آورد. وقتی روحیه‌تان عوض شد، تمایل‌تان برای هم‌صحبتی با کارمندان فروشگاه نیز بیشتر می‌شود. من همیشه وقتی داخل فروشگاه می‌شوم، با چنین استقبالی اقدام به خرید می‌کنم. حتی یکبار هم بدون خرید محصولی آن فروشگاه را ترک نکردام.

۲. جلوی مشتریان شایعه‌پراکنی نکنید

من در طول زمان متوجه شدم که فروشگاه‌ها مانند محیط‌های کاری اداری برای کارمندان‌شان هستند. به همین دلیل در بسیاری از فروشگاه‌ها کارمندان اقدام به غیبت یا شایعه‌پراکنی می‌کنند. در اینجا من قصد بیان توصیه‌های اخلاقی در مذمت غیبت و شایعه‌پراکنی را ندارم، در عوض نقطه نظر من کاملاً معطوف به حوزه کسب‌وکار و اعتبار برندهاست. به عنوان یک برند فعال در زمینه خرده‌فروشی، وقتی مشتریان وارد فروشگاه می‌شوند، باید صحبت‌های حاوی غیبت میان کارمندان متوقف شود. در غیر این صورت تأثیر چنین حرف‌هایی روی مخاطب بسیار بد و مضر خواهد بود. به طور معمول ما هیچ علاقه‌ای به شنیدن شایعه‌های مختلف در مورد دیگران یا حتی برندهای مختلف نداریم. وقتی کارکنان یک برند در مقابل مشتری به بیان شایعاتی چند پیرامون سایر برندها می‌پردازند، در نگاه مشتریان آن فروشگاه نیز مقصر جلوه می‌کند. اجازه دهید ذهن مشتری در چنین مواردی را تشریح کنم. در چنین موقعیت‌هایی مشتری دائماً این نکته را در ذهن مرور می‌کند: «چرا این کارمندان به جای پرداختن به کارشان مدام در حال غیبت و شایعه‌پراکنی هستند؟ حضور من در اینجا برای آنها ارزشی ندارد؟» وقتی کارمندان ما در حضور مشتریان رفتار مناسبی را نشان دهند، بیانگر احترام برندان به مخاطب هستند. شاید در نگاه نخست این نکته بیش از اندازه ساده باشد، اما تأثیر بسیار زیادی روی دیدگاه مشتری نسبت به برندان دارد.

راهکار جایگزین: صاحب یکی از فروشگاه‌های محل زندگی من همیشه یک میز کوچک در کنار دفترش داشت و در زمان‌های خلوت از کارمندان

به قلم: مگی کاریدس نویسنده، سخنران و کارشناس بازاریابی ارتباطی

ترجمه: علی آل‌علی

با ورود فروشگاه‌های اینترنتی به دنیای کسب‌وکار بسیاری از مردم به آنها جلب شده‌اند. غول‌هایی نظیر آمازون و eBay سالانه سودهای بسیار کلانی کسب می‌کنند. در این میان فروشگاه‌های محلی در تلاش برای ترغیب هرچه بیشتر مشتریان به منظور خرید هستند. شعار اصلی آنها نیز حمایت از کسب‌وکارهای محلی و تعامل رو در رو با یکدیگر به جای پنهان شدن پشت جعبه‌های بزرگ فروشگاه‌های آنلاین است. بازاریابی هوشمندانه به عنوان ابزاری مفید برای فروشگاه‌های محلی نقش پررنگی در تقویت انگیزه مشتریان به منظور خرید محلی دارد. حضور فروشگاه‌های آنلاین موجب تقویت انگیزه فروشگاه‌های ملی و تلاش آنها در جهت ارائه سرویس‌های بهتر شده است. البته فروشگاه‌هایی که من هفته گذشته به آن سر زدم، یک استثنا بزرگ به حساب می‌آید. در آنجا تقریباً همه کارکنان به من بی‌توجه بودند. همچنین وقتی از مسئول فروش سؤالی در مورد یکی از محصولات پرسیدم، پاسخ قانع‌کننده‌ای دریافت نکردم.

بدون تردید همه ما روزهایی بد در عرصه کسب‌وکار را تجربه کرده‌ایم. با این حال ساخت یک برند نیازمند اختصاص زمان بسیار زیادی است. وقتی برند ما فرصت عالی خود برای جلب نظر مخاطب و فروش محصولاتش به وی را فقط به خاطر یک اشتباه ساده در برخورد اول با آنها از دست می‌دهد، تحمل آن برای مدیران بسیار دشوار خواهد بود. توجه داشته باشید که در بسیاری از مواقع برندها فقط یکبار فرصت تأثیرگذاری مطلوب روی مخاطب‌شان را دارند.

در این مثال من به بررسی سه نکته اساسی که بیشترین ناراحتی و اذیت را به مشتریان تحمیل می‌کند، پرداخته‌ام. تمرکز اصلی من در بررسی این بخش‌ها تجربه افراد از حضور در فروشگاه‌های محلی است. به همین دلیل شاید برخی از موارد ذیل برای فروشگاه‌های بسیار کوچک و مغازه‌ها کمتر آشنا باشد. اکنون اجازه دهید به بررسی این سه مورد بپردازیم.

۱. خوش آمدگویی به مشتریان در بدو ورود به فروشگاه

کارمندان فروشگاه شما هیچ ضرورتی برای خوش آمدگویی به مشتریان در بدو ورودشان به فروشگاه را ندارند. چنین شیوه‌ای به تبعیت از الگوی سنتی تعامل با مشتریان صورت می‌گیرد. با این حال سلیقه و نوع روابط اجتماعی در عصر جدید چندان با این الگو سازگار نیست. به این ترتیب در صورت ادامه روند سنتی شاید مشتریان بیشتری را در طول زمان از دست بدهید. بدون تردید هدف اصلی از چنین خوش آمدگویی ترغیب مشتریان به صحبت و تعامل با کارمندان است. با این حال تجربه مشترک بسیاری از ما به عنوان مشتری خلاف این امر را ثابت می‌کند. من بارها به دلیل خوش آمدگویی بی‌دلیل کارمندان یک فروشگاه به سرعت آنجا را ترک کرده‌ام.



رهبری کسب و کار به شیوه انعطاف‌پذیر با خوداندیشی



۲۵ اشتباهی که افراد موفق ۲ بار تکرار نمی‌کنند

همه اشتباه می‌کنند و این بخشی از زندگی است. در حقیقت، از طریق اشتباهات و ناکامی‌ها است که تجربیات و بینشی به دست می‌آوریم که به ما امکان می‌دهد موفق شویم. بعضی افراد برای‌شان دشوار است اعتراف کنند اشتباه کرده‌اند. با این حال، افراد موفق متوجه اشتباهات خود می‌شوند. آنها از اشتباهات‌شان درس می‌گیرند، رشد می‌کنند و سپس به سمت جلو حرکت می‌کنند. آنها می‌دانند که اگر اشتباه را نادیده بگیرند در یک چرخه منفی می‌افتند که آنها را شکست می‌دهد و این یک شکست واقعی خواهد بود.

به منظور کمک به شما برای اجتناب از شکست، در اینجا به ۲۵ مورد از بزرگ‌ترین اشتباهاتی که افراد موفق ممکن است یک بار، اما نه دو بار مرتکب شوند را معرفی می‌کنیم:

۱. نادیده گرفتن گزینه خود

گاهی اوقات تنها چیزی منفی را حس می‌کنیم ولی قادر به توضیح آن نیستیم. اهمیت ندادن به این حس‌ها بسیار آسان است، شاید به دلیل اینکه ما واقعا مطمئن نیستیم که آیا باید بر یک حدس به جای منطق عقلانی ذهن خود اعتماد کنیم. اما افراد موفق تنها یک بار این اشتباه را مرتکب می‌شوند تا متوجه شوند گزینه‌های خود را نباید نادیده بگیرند. با در نظر گرفتن غرایز، درک عمیقی از آنچه در حال وقوع است خواهید داشت و به شما اطمینان بیشتری می‌دهد تا تصمیمات‌تان را بگیرید.

۲. سؤال‌های کافی نپرسیدن

گاهی اوقات ما از هر جزئیاتی سؤال نمی‌کنیم زیرا می‌ترسیم فضول به نظر برسیم، اما زمان‌هایی وجود دارد که شما باید سؤالات سخت را بپرسید. افراد موفق ممکن است یک بار موفق به انجام این کار نشوند، اما هنگامی که عواقبش را دیدند، از معذب بودن چشم‌پوشی می‌کنند و اطمینان حاصل می‌کنند که آنها تمام اطلاعات مورد نیاز خود را پرسیده‌اند.

۳. امن بازی کردن

اگر به طور مداوم در زندگی خود امن بازی می‌کنید، احتمالاً امیدوار هستید که چون با بقیه پیش می‌روید پس اشتباهی مرتکب نمی‌شوید، اما این یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات است، زیرا موفقیت‌های عظیم فقط به کسانی می‌رسد که به اندازه کافی شجاع هستند تا به روش خود عمل کنند. افراد موفق ممکن است در ابتدا به خود اجازه این اشتباه را بدهند، اما چیزی در وجودشان، آنها را به ریسک کردن تشویق می‌کند. آنها ترجیح می‌دهند چیزی جدید را امتحان کنند و شکست بخورند تا اینکه شرایط امن و زندگی خسته‌کننده باشند.

۴. اعتقاد داشتن به کمال

آسان است برای چیزی که به نظر یک فرصت فوق‌العاده می‌رسد امیدوار باشیم. آسان است به کسی که جذبه و جذابیت دارد باور داشته باشیم، اما اگر چیزی برای واقعی بودن بیش از حد خوب است، احتمالاً واقعی نیست. هیچ کس کامل نیست. افراد موفق ممکن است یک بار به این دام بیفتند، اما در آینده مطمئناً در گیر کمال‌گرایی نخواهند شد.

۵. سرزنش کردن دیگران

عدم پذیرش مسئولیت اشتباهات خود و تلاش برای سرزنش دیگران، برای شما و کسانی که در اطراف شما هستند فوق‌العاده مخرب است. با این‌حال، این یکی از گرایش‌های انسانی ماست؛ چرا که دوست نداریم به نقشی که در شکست داشتیم اعتراف کنیم. افراد موفق مسئولیت کار خود را می‌پذیرند و این برای‌شان احترام می‌آورد. آنها مسئولیت اشتباهات خود را برعهده دارند و پس از آن فراتر از اشتباهات‌شان رشد می‌کنند.

۶. اجازه دادن به احساسات در تصمیم‌گیری

احساسات گاهی اوقات سبب می‌شوند توانیم تصمیمات درست و منطقی بگیریم، حتی اگر در ذهن‌مان تلاش کنیم جلوی تصمیم‌گیری احساسی را بگیریم، اما باز هم احساسات منفی مانند حسادت، تردید و خشم می‌تواند حتی منطقی‌ترین افراد را هم آزار خواهد دهد، قضاوت‌شان را خنثی خواهد کرد و در نتیجه منجر به تصمیم‌گیری احساسی و نادرست خواهد شد. افراد موفق به خود اجازه نمی‌دهند بیش از یک بار به این تله بیفتند.

۷. فرسوده شدن

هیچ کس رویاهای خود را بدون کار و استقامت بسیار به دست نمی‌آورد، اما افراد موفق به سرعت یاد می‌گیرند که نیاز به تعادل در زندگی دارند. اعتیاد به کار تنها منجر به استرس درازمدت و درنهایت فرسودگی خواهد شد. وقت خود را صرف گرفتن انرژی و استراحت کنید - زمانی که بازگشتید اثراتش را خواهید دید.

۸. میانبر رفتن

در کسب و کار یا در زندگی هیچ گذرهای سریع وجود ندارد. تلاش برای بریدن خط یا پرش به جلو به احتمال زیاد منجر به شکست و یا حداقل نتایج خواهد شد. افراد موفق ممکن است سعی کنند یک بار میانبر بروند، اما هنگامی که شکست خوردند، یاد می‌گیرند که شما نمی‌توانید خط را دور بزنید.

ادامه دارد ...

منبع: Entrepreneur/ucan



به‌عنوان یک رهبر هوشمند باید با توجه به تغییر شرایط و رفتار کارمندان، سیاست‌های خود را تغییر دهید تا کسب و کار شما با شکست مواجه نشود.

برای هدایت افراد یک سازمان باید هوشمندانه عمل کرد و به هدف اصلی رسید. این وظیفه برعهده رهبر سازمان است، او می‌تواند با خوداندیشی و تغییر سیاست خود در مدیریت افراد سازمان به‌ویژه نسل جوان، کشتی کسب و کار را به جزیره موفقیت برساند. در ادامه با ما همراه باشید تا بیشتر در این باره بحث کنیم.

به عنوان یک مدیر، بیشتر از همه به نسل جوان توجه کنید، کارمندانی که دوست دارند در امور مشارکت داشته باشند و همیشه بهترین تلاش‌های‌شان را برای پیشبرد کارها انجام می‌دهند. ولی آنها دستخوش تغییر و تحول هستند، بنابراین سازمان شما چه این تحولات جدید را دوست داشته باشد یا نه! فرصت‌ها راه خودشان را پیش می‌گیرند. این یک واقعیت است که چهره نیروی کاری شما در حال تغییر است.

سال ۲۰۱۵ با توجه به یافته‌ها و مشاهدات عینی شرکت پیو (Pew)، در اکثر محیط‌های کاری آمریکا، نسل هزاره (نسل متولد حدود سال‌های ۲۰۰۰) گوی سبقت را از نسل قبل برده‌اند. این مسئله، رهبران کسب و کارها را اسردرگم کرده است که چگونه این نسل جدید را در محیط‌های کاری با بیشترین بازده مشغول به کار کنند. باز به سؤال اصلی برمی‌گردیم، اگر کسانی که ما هدایت‌شان را برعهده داریم تغییر کنند، پس ما چگونه آنها را رهبری کنیم.

در این دو کلمه کلیدی تأمل کنید: رهبری و هدف

در مصاحبه‌هایی که با بیش از ۶۰۰ مدیر کسب و کار انجام شد، یک نکته بارها و بارها تکرار می‌شد، آن نکته تلاش برای جذب مشارکت کارمندان هم بود که به‌عنوان رویکرد جدید در رهبری از آن یاد می‌شود. آمارها جان این واقعیت را نشان می‌دادند: در نظرسنجی‌های گالوپ (Gallup) برخی از تفاوت‌های جالب بین نسل جدید و نسل‌های قبل‌تر روشن شده است، برای مثال می‌توان از میزان انگیزه و مشارکت بیشتر نسل جدید در محیط کار نام برد.

۱- پول

نسل جدید درست زمانی فعالیت خود را آغاز کرد که بدترین رکود اقتصادی تاریخ را شاهد بودیم؛ به همین دلیل بار مالی زیادی به دانشجویان تحمیل شد. درنتیجه حدود نیمی از آنها حاضر بودند در مشاغل یا ۲۰ درصد دستمزد کمتر کار کنند.

۲- فرصت‌های شغلی و اهداف

نسل هزاره با بررسی چشم‌اندازهای حرفه‌ای خود، مطالبات جدیدتری را تعریف می‌کنند. فرصت‌هایی نظیر یاد گرفتن، رشد کردن، پیشرفت و انجام کارهایی که مهم هستند، به‌عبارت دیگر، آنان از اهداف و فرصت‌ها به‌عنوان نیروی محرکه در مسیر دستیابی به اهداف‌شان استفاده می‌کنند.

۳- رهبری

نسل جدید همچنین کیفیت رهبری و مدیریت کسانی را که برای آنها

کار می‌کنند، ارزیابی می‌کنند. آنها به دنبال افرادی هستند که مشوق و پشتیبان تلاش‌های بی‌وقفه آنها باشند. به عبارتی آنها رهبرانی می‌خواهند که به حرف آنان روح ببخشند نه مدیرانی که از حل مشکلات سر باز می‌زنند.

اما فایده این یافته‌ها برای کسب و کار شما چیست؟ این روزها برای جذب کارمندان به مواردی فراتر از پول احتیاج دارید؛ نظیر آشنایی کارمندان با اهداف! همچنین نحوه رهبری از اهمیت بالایی برخوردار است.

چرا خوداندیشی اهمیت دارد؟

بسیاری از مشاوران و مدیران دوست دارند تبدیل به رهبرانی شوند که الهام‌بخش نسل جوان سازمان خود باشند. دستیابی به این مهم نیاز به خوداندیشی دارد، چرا؟ تا بدانیم چطور می‌توانیم با این نسل جدید کنار بیاییم و آنها را به مسیری که مد نظرمان است، هدایت کنیم.

به عقیده دکتر استوارت دانالدسون، مدیر مرکز ارزیابی دانشگاه کلارمات، مدیرانی که می‌خواهند الهام‌بخش افراد سازمان خود باشند، نباید تنها به حرف زدن اکتفا کنند. دانالدسون می‌گوید: «اگر رهبر یا مدیر ارشد تیم نتواند خود را با اصول مثبت مدیریتی وفق دهد و همچنین نداند که برای مدیریت بهتر چگونه باید با کارکنان خود ارتباط برقرار کند، قادر نخواهد بود تأثیر مثبت و پایداری در آینده سازمان ایجاد کند.»

به‌عبارت دیگر، رهبران بزرگ تغییر را اول در خودشان جستجو می‌کنند تا بدین‌وسیله در کسب و کار تغییر ایجاد شود. لیندنی پاتیسون، مأمور ارشد تغییر و تحول گروه ام و مدیرعامل شرکت Maxus Global در این باره می‌گوید: «کارفرمایان باید نگاهی جامع به خود و ساختار کسب و کاری که راه انداخته‌اند، بیندازند تا تشخیص دهند واقعاً در چه جایگاهی قرار دارند. آنها باید بدانند چگونه می‌توانند با دیگران ارتباط برقرار کنند تا نکات قوت‌شان پیداشود. شما باید به مسیری که انتخاب کرده‌اید، ایمان داشته باشید و از محدودیت‌ها و نقاط ضعف‌تان آگاه شوید. این مهارت‌ها را دست کم نگیرید، شما به‌عنوان یک رهبر واقعاً به آنها احتیاج خواهید داشت.»

«کلید حل مشکلات شما خوداندیشی است!»

افراد اهرم رسیدن شما به اهداف‌تان هستند

تاد دیویس، به‌عنوان مأمور ارشد در FranklinCovey کار می‌کند. او نویسنده کتاب «بهتر شو» است. دیویس در کتاب خود به ۱۵ روش اثبات‌شده برای ایجاد روابط مؤثر کاری اشاره کرده است. او در این باره می‌گوید: «اصلاً اهمیتی ندارد در چه حرفه‌ای مشغول به کار هستید، مردم بزرگ‌ترین دارایی شما محسوب می‌شوند. پس هر قدر افراد راحت‌تر بتوانند با هم ارتباط برقرار کنند، مزایای آن به جیب شما خواهد رفت و شرکت شما خواهد توانست به‌راحتی در رقابت با بقیه پیروز باشد.»

به عقیده دیویس دو مهارت ارتباطی وجود دارد که رهبران باید بیشتر از همه از آنها بهره بگیرند. او در جایی از کتابش می‌گوید: «رهبران باید کار را برای خودشان آسان کنند و واقعیت‌ها را بگویند. آنها باید آماده گرفتن بازخورد باشند و البته این برای مردم هم راحت‌تر است که هنگام بازخورد دادن، حقیقت را بگویند.»

رهبران باید خواسته‌های‌شان را برای مردم مطرح کنند. دیویس در جایی می‌گوید: «رهبرانی که انتظارات‌شان را برای کارکنان تشریح می‌کنند، به‌مراتب تأثیرات بهتری دریافت می‌کنند. ما بیش از صحبت کردن، نیاز به عمل کردن در مورد اهدافی داریم که می‌خواهیم به دست‌شان بیاوریم. ما باید به کارمان ایمان داشته باشیم و به آن عمل کنیم. همه تغییرات مهم از درون ما سرچشمه می‌گیرند.»

دستاوردهای کارمندان‌تان را به هم پیوند دهید تا به نتیجه برسید

به گفته مایک گومسون، رئیس بخش مدیریت منابع آب گروه NORMA، مدیریت انسان‌ی یعنی پاداش دادن به کارمندانی که دستاوردهای‌شان با منافع کسب و کار شما منطبق باشد. گومسون می‌گوید: «هدف از این کار انگیزه دادن به همه افراد سازمان است تا آنها از طریق ارائه خدماتی متفاوت به مشتریان با تشخیص و مشارکت در حوزه‌هایی که به سودآوری شرکت منجر می‌شود، برای موفقیت شرکت بکوشند، رشد کنند و به اهداف‌شان برسند.»

گومسون در جایی دیگر می‌گوید: «این بدان معنا است که در رهبری هم باید ابتکار داشته باشید و هم راهنمای خوبی باشید، باید کارمندان‌تان را برای مؤثر بودن تشویق کنید. شما به تلاش‌های آنها برای رشد شرکت نیاز دارید و اینکه آنها همیشه با مسیری که انتخاب کرده‌اید موافق باشند، به‌تنهایی کافی نیست.»

وقتی کارمندان تغییر می‌کنند، رهبران هم باید تغییر کنند

ارین کروبیل، رئیس بخش خدمات اختصاصی شرکت ACI است. این شرکت در زمینه فراهم کردن رفاه کارمندان در محیط کار و زندگی فعالیت می‌کند. همچنین شرکت ACI به کارفرمایان کمک می‌کند کسب و کار خود را با روش‌هایی بهبود بخشند و روحیه خود و زیردستان‌شان را افزایش دهند. به گفته کروبیل: «امروزه کارفرمایان باید امکانات و ابزارهای بیشتری در اختیار کارمندان قرار دهند تا نیازهای آنان را برآورده سازند. کارفرمایان نباید به این فکر کنند که منابع مالی‌شان به اتمام می‌رسد، آنها باید تغییر شرایط کارمندان را جدی بگیرند.»

کروبیل می‌گوید: «اگر به وظایف شرکت‌ها از دیدگاه تئوری ماسلو نگاه کنید، متوجه خواهید شد که به یک تغییر و تحول اساسی در رابطه با نیازهای کارمندان احتیاج خواهید داشت. پول مهم است؛ اما دلیل نمی‌شود که از نیازهای سطح پایین‌تر مثل غذا و سرپناه غافل شویم. مردم دیگر فقط دنبال کار نیستند؛ آنها فقط سر کار نمی‌روند که بعد دوباره به خانه برگردند. آنها دنبال شادی و خرسندی پشت میز دفترشان هستند.» مشاوران و مدیرانی که می‌خواهند در جهان امروز همچنان به سکنداری در محیط‌های کاری ادامه دهند، تنها نیاز به درک تفاوت‌های کارمندان‌شان ندارند؛ آنان بیشتر از همه باید درک کنند چگونه از تغییر چهره محیط کار برای تغییر در شیوه مدیریت الهام بگیرند. با سرمشق قرار دادن رهبری مبتنی بر هدف، کارفرمایان می‌توانند همکاری و وفاداری کارمندان‌شان را به نحو خیلی مؤثرتری، بیشتر کنند.

منبع: INC/ZOOMIT

مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر اعلام کرد:

ضریب نفوذ ۹۹ درصدی گاز در شهرهای استان بوشهر

بوشهر – **خبرنگار فرصت امروز**– با توجه به ضریب نفوذ ۹۹ درصدی گاز در شهرها و ۹۵ درصدی گاز در روستاها ، استان بوشهر ازجمله استان‌های پرخوردار کشور در امر گازرسانی معرفی می‌شود.به گزارش روابط عمومی شرکت ملی گاز ایران، مسلم رحمانی، مدیرعامل شرکت گاز استان بوشهر با اعلام این خبر، اظهار داشت:از ۳۷ شهر استان بوشهر، به ۳۶ شهر که قابلیت گازرسانی داشته اند و نیز از ۴۰۷ روستای بالای ۲۰ خانوار، براساس مصوبه وزارت نفت و شورای اقتصاد تاکنون به ۳۹۷ روستای استان گازرسانی شده است که تلاش می‌شود تا پایان سال همه ۱۰ روستای واجد شرایط باقی‌مانده از نعمت گاز برخوردار شوند.وی در ادامه با اشاره وضعیت گازرسانی در شهرستان گناوه بعنوان یکی از مناطقی که طی سالیهای اخیر روند توسعه گازرسانی در آن شتابان بوده است، اظهار داشت:در حال حاضر، ۱۰۰ درصد از جمعیت شهری و افزون بر ۹۸ درصد از جمعیت روستایی آن، قادر به استفاده از نعمت گاز هستند. به گفته رحمانی، تاکنون بیش از ۱۷ هزار اشعاب نیز در شهرستان گناوه نصب شده که از این میزان، حدود ۱۲ هزار اشعاب آن در شهرها و بیش از ۵ هزار اشعاب آن در روستاها نصب شده و در حال حاضر، بیش از ۱۲ هزار خانوار در شهرستان گناوه از خدمات گازرسانی استفاده می کنند.وی افزود: در سال های اخیر همه تلاش خود را برای خدمت رسانی به مردم به کار گرفته ایم تا ضمن توسعه زیرساخت‌های گازرسانی در استان بوشهر، در مسیر ارتقای رفاه و رضایتمندی آنان گام برداریم.

مدیر کل اوقاف استان قم: حماسه‌سازان اصلی سامرا شهدای مدافع حرم هستند

قم – **خبرنگار فرصت امروز** – مدیرکل اوقاف استان قم گفت: حماسه‌سازان اصلی سامرا و دیگر شهرهای مقدس، شهدای مدافع حرم هستند که با خون خود زمینه ساز سقوط داعش و خروج آمریکا شدند. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام والمسلمین سید اسماعیل حسینی‌مقدم در نخستین اجلاسیه حماسه‌سازان سامرا و بلد که در مجتمع فرهنگی امامزاده سید علی (ع) برگزار شد اظهار کرد: همه ما خادم زائران سامرا هستیم و حماسه‌سازان سامرا در حقیقت شهدای مظلومی بودند که لحظه ای در راه جهاد برای خدا علیه خیبت ترین دشمنان

اهل بیت(ع) کوتاهی نکردند و همه هستی شان را در طیق اخلاص گذاشتند. وی افزود: حماسه‌ساز آنهایی بودند که توانستند حریم اهل بیت(ع) را نگاه دارند و امروز امنیت را برپایمان به ارمغان بیاورند.مدیر کل اوقاف و امور خیریه استان قم با اشاره به خاطره ای از زیارت حرمین شریفین عسکرین خاطرنشان کرد: یادم‌نمی‌رود که داعشی‌ها ضریح مبارک ائمه اطهار(ع) را به رگبار بستند و قصد داشتند حرم را از شیعیان بگیرند ولی فداکاری های مدافعان حرم خصوصا شهدای مدافع حرم، حماسه‌ای جاودان آفرید و داعش را ریشه کن کرد.وی ادامه داد: مدافعان حرم توانستند با حماسه خود، آمریکا و استکبار جهانی و همه گروه های تکفیری و حامیانشان از جمله آل سعود را شرمسار شکستشان کنند.

مدیر امور آفقای شهرستان قدس خبر داد:

به منظور تولید و مصرف پایدار یک حلقه چاه آب شرب حفر و تجهیز شد

شهر قدس – **خبرنگار فرصت امروز** – بهزاد رضوانی با اعلام این خبر گفت: با توجه به افزایش روز افزون تقاضا برای آب شرب از سوی شهروندان و به منظور افزایش ظرفیت تولید آب مورد نیاز از ابتدای سال جاری حفر یک حلقه چاه آب در دستور کار امور آفقای شهرستان قدس قرار گرفت. او افزود: پس از اخذ مجوزهای لازم و جاملایی زمین در محدوده کمربندی چینگر انتهای خیابان درختی، حفر چاه آغاز و طی زمان کوتاهی حفر و تجهیز شد و هم اکنون در مرحله آزمایش پمپاژ قرار دارد. رضوانی در ادامه اظهار داشت: با اجرای ۵۰۰ متر خط انتقال بهره برداری و اتصال چاه مورد نظر به شبکه توزیع آب شهرستان قدس حدود ۲۵ لیتر در ثانیه به میزان ظرفیت تولید آب شرب شهرستان افزوده خواهد شد.مدیر امور آفقای شهرستان قدس در پایان ضمن تاکید بر افزایش کما و کیفیت آب آشامیدنی شهروندان طی سال های اخیر تصریح کرد: با اجرای پروژه های آب رسانی و همچنین اجرای شبکه فاضلاب شهری و گسترش آن شاهد افزایش سطح کیفی و کمی آب و ارتقاء سطح سلامت جامعه بوده ایم.

نرخ جدید کرایه تاکسی‌های شهر بندرعباس اجرایی شد

بندرعباس – **خبرنگار فرصت امروز** – رییس سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری، از اجرایی شدن نرخ جدید کرایه تاکسی‌های درون‌شهری بندرعباس همراه با افزایش ۲۲ درصدی از ابتدای دی ماه جاری خبر داد. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس، سعید حسینی‌پور در تشریح مصوبه اخیر شورای اسلامی شهر مبنی بر افزایش نرخ تاکسی و اتوبوس بیان کرد: پس از مصوبه شورای شهر و تاییدیه فرمانداری بندرعباس و همچنین تاییدیه شورای هماهنگی ترافیک استان، نرخ جدید کرایه تاکسی و اتوبوس ، ابلاغ شد. حسینی‌پور با بیان اینکه در بخش تاکسیرانی ۱۶ خط در شهر بندرعباس فعالیت دارد، افزود: افزایش نرخ تاکسی در تمامی این خطوط با در نظر گرفتن همه جوانب، اجرایی خواهد شد. رییس سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر با بیان اینکه نرخ کرایه تاکسی‌های درون‌شهری بندرعباس به‌طور میانگین ۲۲ درصد افزایش یافته است، بیان کرد: این افزایش نرخ در برخی از مسیرها با افزایش کمتر و در برخی دیگر نیز با افزایش بیشتری همراه بوده و از ابتدای دی ماه جاری نیز اجرا می‌شود.

تأمین امنیت و آسایش و تضمین سرمایه گذاری آموزشگاه های آزاد فنی و حرفه ای

خرم آباد– **خبرنگار فرصت امروز** – به گزارش روابط عمومی اداره کل آموزش فنی و حرفه ای لرستان، بدر راستای اجرایی نمودن تفاهم نامه بین سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور و بیمه کارآفرین، نشست سه جانبه ای با حضور رئیس مرکز آموزش فنی و حرفه‌ای کوهدشت، مدیران آموزشگاه های آزاد شهرستان، مدیر بیمه کارآفرین استان و نمایندگان دفاتر بیمه شهرستان های کوهدشت، ورومشکان در محل سالن جلسات مرکز آموزش فنی و حرفه ای کوهدشت برگزار شد. در ابتدا قیادی رئیس مرکز آموزش فنی و حرفه ای کوهدشت ضمن خیر مقدم به مهمانان و مدعوین به معرفی جایگاه آموزشهای فنی و حرفه ای و نیز تبیین ماموریت ها و اهداف مرکز در راستای ایجاد اشتغال برای اقشار مختلف جامعه بویژه جوانان پرداخت. وی در ادامه به نقش و جایگاه بیمه ها در تأمین امنیت و آرامش جوامع امروزی و تضمین سرمایه گذاری در مشاغل مختلف اشاره نمود.

طرح قرائت و صدور آتی قبوض مشترکان گاز کرمانشاه اجرایی شد

کرمانشاه-منیر دشتی – مدیرعامل شرکت گاز استان کرمانشاه گفت: در راستای گسترش خدمات دولت الکترونیک، افزایش رضایت مندی مشترکان و صدور صورتحساب در کمترین زمان ممکن ، طرح قرائت و چاپ آتی قبوض گاز بهاء مشترکان در شرکت گاز استان به اجرا در آمد. سروس شهبازی افزود: این طرح اکنون به صورت پایلوت در شهرهای جوانرود، روانسر و هرسین به مرحله اجرا درآمده است و مطابق برنامه ریزی انجام شده به تدریج تمام شهرهای استان زیرپوشش این سامانه قرار خواهند گرفت. وی اظهار داشت: در این سامانه کنتورخوان بعد از قرائت کنتور، اطلاعات را در نرم افزار موجود در تلفن همراه با تبلت ثبت و پس از ارسال داده به سرور اصلی و پردازش اطلاعات، صورتحساب گاز در چاپگر همراه کنتور خوان چاپ و همان لحظه تحویل مشترک می می‌شود. شهبازی افزود: قرائت سریع و دقیق کنتور و تحویل همزمان صورتحساب به مشترکان در همان لحظه، از بین رفتن زمان قرائت و تحویل قبوض، کنترل و نظارت بر عملیات کنتور خوانی با استفاده از جی.پی.اس سامانه، کاهش خطاهای انسانی قرائت،افزایش مهلت پرداخت قبوض گاز بهاء توسط مشترکان و اطمینان از توزیع نشدن دیر هنگام قبوض از جمله مزایای این طرح است.

اولین دوره نشست هم‌اندیشی با یگانه‌های بسیج شرکتهای نفتی استان مرکزی

اراک– **مینور رستمی** – به گزارش روابط عمومی شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) شازند بمناسبت گرامیداشت هفته بسیج در سالن کنفرانس ساختمان مرکزی پالایشگاه به میزبانی پایگاه مقاومت بسیج شهید رجایی این شرکت با حضور دکتر فلاح فرمانده محترم مرکز بسیج وزارت نفت و فرماندهان و اعضای شورای پایگاههای بسیج شرکتهای نفتی استان مرکزی از ساعت ۹ صبح الی ۱۶ برگزار گردید.بعد از ارائه عملکرد و طرح مشکلات پایگاهها، تفاهم نامه تشکیل کارگاه جهادی مشترک بین پایگاههای بسیج نفتی استان به امضافرماندهان و فرمانده مرکز بسیج وزارت نفت رسید. در ادامه از سالن ورزشی شهید رحیم آنجنفی پایگاه بازدید بعمل آمد. بعد از ظهر همین روز مراسم دیدارصمیمی مدیران و روسا و فعالان بسیجی و سرگروههای حلقات شجره طیبه صالحین با دکتر فلاح برگزار گردید. در آغاز این مراسم جناب آقای مهندس امین مدیرعامل محترم شرکت ضمن عرض خیر مقدم خدمت میهمانان ارجمند و تبریک هفته بسیج به بسیجیان تلاشگر صنعت نفت استان مرکزی با تشکر ویژه از همکاران بسیجی خود آرزوی سربلندی و توفیق نمودند ایشان افزود مطمئن هستم با حضور بسیجیان ،همیشه این صنعت با بالندگی به کار خود ادامه خواهد داد.

میزان جابجایی کالا در ایلام در نه ماهه سالجاری

ایلام-هدی منصوری – در نه ماهه سالجاری طی ۱۰۹ هزارسرسوس و بیش از یک میلیون و ۶۷۰ هزار تن کالا در استان جابجا شده است . مهندس دلخواه مدیر کل اهداری و حمل و نقل جاده ای استانت ایلام اظهار داشت: در نه ماهه سالجاری ۱۰۹هزارسرسوس بیش از یک میلیون و ۶۷۰هزار تن کالا در استان جابجا شده است که نسبت به مشابه سال گذشته افزایش چندانی نداشته است.وی گفت:افزایش کرایه حمل ،کنترل بارنامه های شر کتهابوارد نمودن نرخهای کف باعث افزایش ۳۰درصدی بارآمدها شده است وی تصریح کرد: ۵۳ شرکت حمل و نقل کالا در حال حاضر در استان فعال هستند و بیش از۴۸۵۸۰تنسنگه کامیون با عمر میانگین ۱۲ سال در استان فعالیت دارند.وی تصریح کرد حدود ۴۸۰ نفر راننده دربخش حمل ونقل باردر استان مشغول کارهستند .

رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی خبر داد:

دهمین جشنواره فراگیری نخستین واژه "آب" برگزار می شود



تبریز – **فلاح**: مراسم افتتاحیه دهمین جشنواره فراگیری نخستین واژه "آب" با حضور معاون سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان، معاون آموزش ابتدایی اداره کل آموزش و پرورش استان، رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آبفا آذربایجان شرقی و بیش از ۸۰ نفر از مدیران و رابطین نواحی مختلف مدارس ابتدایی استان، اعضای فعال سمن ها و سایر عوامل اجرایی برگزار شد . به گزارش خبرنگار ما در تبریز، در آغاز مراسم افتتاحیه این جشنواره مهندس علیرضا ایمانلو رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی ضمن قدردانی از حضور مسئولین و مدیران مدارس ابتدایی استان طی گزارشی فعالیت هاواقدمات انجام یافته را برشمرد و گفت: با توجه به اینکه کشور ایران در منطقه آب و هوایی خشک و نیمه خشک واقع شده و میزان متوسط بارندگی در آن حدود یک سوم متوسط جهانی می باشد لذا ضرورت مدیریت مصرف آب به عنوان یکی از اجزای اقتصاد مقاومتی است از طرفی میانگین مصرف سرانه آب شرب خانگی در استان ۱۹۰ لیتر در شبانه روز برای هر نفر رسیده و این در حالی است که الگوی استاندارد ۱۵۰ لیتر در شبانه روز می باشد بنابراین بهینه سازی و تغییر الگوی مصرف در بخش آب شرب استان همواره مورد تاکید بوده و این شرکت خود را ملزم به اتخاذ تمهیدات و برنامه ریزی برای استفاده درست آب کرده است مهندس ایمانلو اضافه کرد: در این راستا برنامه ها و اقدامات گوناگونی در طول سال توسط شرکت انجام می گیرد و یکی از این اقدامات موثر همکاری خوب مشترک مابین اداره کل آموزش و پرورش استان و اجرای موفق جشنواره نخستین واژه "آب" در زمینه فرهنگ سازی مصرف صحیح آب در بین دانش آموزان مدارس است، لذا معلمان عزیز بایستی این فرهنگ را در بین دانش آموزان ترویج کنند که آب جزء سرمایه ملی بوده و باید همه در حفظ این سرمایه ملی بکوشیم . وی در پایان ضمن تاکید بر نقش و اهمیت ارزشمند معلمان در ترویج و آموزش فرهنگ صحیح مصرف آب گفت: از آنجا که آب سرمایه ملی بوده و متعلق به نسل آینده است و ما بایستی فرهنگ مدیریت مصرف آب را به مردم منتقل کرده و به حفظ و صیانت از منابع آبی کشور کمک کنیم .در این نشست فتح زاده معاون سازمان برنامه ریزی استان نیز بر نقش زبان در توسعه اجتماعی و فرهنگی بویژه در بحث مدیریت مصرف آب اشاره و تاکید کرد معاون آموزش ابتدایی اداره کل آموزش و پرورش استان آذربایجان شرقی نیز در این نشست گفت: بر خلاف تصور خیلی از علمه مردم که بیش از سه چهارم کره زمین از آب تشکیل شده است می توانیم بگوییم که ۹۸ درصد این آبها قابل شرب نبوده و تنها ۲ درصد از این آبها قابل شرب بوده و از این مقدار تنها یک درصد قابل دسترس است و

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان غربی:

تداوم برنامه ریزی برای ترویج فرهنگ مدیریت مصرف در وزارت نیرو



در کشور و در استات ۲ هزار میلیمتر مکعب به ازای هر نفر در سال است و باید بااقدامات فرهنگی، شاهد تغییر باورها و تغییر در مصرف باشیم.مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان غربی با بیان اینکه باید در رفتار مردم تغییر مصرف را مضاعف کنیم، افزود: استفاده صحیح از منابع آب را مدی بگیریم و لازم است خروجی برگزاری چنین همایش هایی تغییرات محسوس در رفتار مردم باشد.

رییس کمیسیون آموزش اتاق بازرگانی اصفهان:

ضرورت انتخاب پیمانکاران بومی در پروژه های شهری اصفهان



شهرداری اصفهان شد. در ادامه کوروش خسروی، نایب رییس کمیسیون آموزش و عضو شورای اسلامی شهر اصفهان ضمن تشریح اقدامات یکسال گذشته شورای شهر اصفهان در راستای بهبود اکو سیستم کارآفرینی گفت: کاربوم با اکوسیستم کار آفرینی به مجموعه افراد، سازمانها، رویدادها، باورها، روش ها و قوانین گفته می شود که در یک محدوده جغرافیایی موجب شکل دادن محیطی مناسب برای رشد کارآفرینی خواهد شد. وی افزود: از سال ۹۳ میحت بهبود اکوسیستم کارآفرینی شهرجزو دستور کار هیات نمایندگان

مدیر کل تأمین اجتماعی استان خوزستان :

۵۰ هزار کارگر ساختمانی تحت پوشش تأمین اجتماعی استان خوزستان



اهواز – **شبنم قجاند**– برگزاری جلسه مشترک تأمین اجتماعی استان خوزستان با اعضای کانون های انجمن های صنفی کارگران و اسنادکاران ساختمانی ۵۰ هزار کارگر ساختمانی تحت پوشش تأمین اجتماعی استان خوزستان هستند. سید محمد مرعی مدیر کل تأمین اجتماعی استان خوزستان با تاکید

براینکه سازمان تأمین اجتماعی همواره در صدد است تا شرایط

فعالیت و معیشت منابع انسانی کشور را حمایت تا نیروی انسانی بتواند در پناه تأمین اجتماعی به صورتی فعال و پویا در توسعه

پایدار کشور مشارکت نماید افزود از اینرو سازمان تأمین اجتماعی در راستای گسترش و تعمیم پوشش بیمه ای آحاد جامعه و بویژه

رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی خبر داد:

دهمین جشنواره فراگیری نخستین واژه "آب" برگزار می شود

این جشنواره با همکاری اداره کل آموزش و پرورش استان و سازمان مردم نهاد خانه محیط زیست و با حضور فعال بیش از ۵۰۰ نفر از معلمان، مدیران، کارشناسان آموزش و پرورش استان، نمایندگان انجمن اولیاء، اعضاء فعال سمن ها و سایر عوامل اجرایی اجرا می شود و در مرحله اول در ۵۲ مدرسه ابتدایی و برای ۶۰۰۰ دانش آموز پایه اول ابتدایی ۶۰۰۰ نفر از اولیاء دانش آموزان و ۲۰۰۰۰ نفر از دانش آموزان در سایر مقاطع در طول دی ماه سال جاری آموزش های تخصصی در خصوص مفاهیم آب و راههای صحیح مصرف آب داده می شود . مهندس باقرزاده افزود: کشور ما در حال حاضر با محدودیت جدی منابع آب روبرو است و برای حفاظت از منابع آب نیاز به گفتمان عمومی و حس مشترک ملی هستیم و بایستی موضوع مصرف صحیح آب را در لایه های مختلف جامعه مطرح نمائیم و استفاده درست از آب فرهنگ سازی شود، از این رو آموزش و ترویج فرهنگ مصرف صحیح آب در جامعه از اهمیت ویژه ای برخوردار است . وی افزود: از آنجائی که که پایه و رکن اساسی فرهنگ سازی در هر جامعه، آموزش است لذا آموزش و ترویج فرهنگ مصرف آب در بین دانش آموزان از اهمیت ویژه ای برخوردار است و معلمان گرامی از نقش و جایگاه مهمی درخصوص فرهنگ سازی مدیریت مصرف آب دارند و می توانند به عنوان سفیران آب بسا ارائه آموزش های لازم به دانش آموزان و به تبع آن خانواده ها را مفاهیم صرفه جویی آشنا کرده و در حفاظت از منابع آب نقش مهمی را در جامعه ایفا کنند .مهندس باقرزاده گفت: هدف از برگزاری این جشنواره این است که دانش آموزان اول ابتدایی همزمان با یادگیری اولین کلمه یعنی "آب" با مفاهیم و نقش واهمیت آب در زندگی و همچنین با محدودیت های منابع آب و روش های درست آن آشنا شوند و همچنین این مفاهیم در کنار دانش آموزان به خانواده های آنها نیز انتقال داده می شود و از اهداف دیگر جشنواره افزایش روحیه مشارکت پذیری کودکان، خانواده ها و معلمان با مجموعه آب و فاضلاب و برجسته کردن نقش آنها در حفاظت از منابع آبی می باشد لازم به ذکر است شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی یکی از موفق ترین استانها در بحث آموزش دانش آموزان در خصوص مدیریت مصرف آب بوده و همچنین فعالیت سمن ها در این استان بسیار موثر بوده است. در این مراسم آموزش های لازم بمنظور هرچه باشکوهتر برگزار شدن جشنواره نخستین واژه آب توسط آموزشگران سازمان مردم نهاد محیط زیست به مدیران و رابطین داده شد. در پایان این مراسم از مدارس نمونه و رابطان نمونه و همچنین از تعدادی از فعالان و آموزشگران سازمان مردم نهاد خانه محیط زیست نهمین جشنواره با اهداء لوح و هدیه قدردانی بعمل آمد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان غربی:

تداوم برنامه ریزی برای ترویج فرهنگ مدیریت مصرف در وزارت نیرو

اکبری با بیان اینکه ایجاد حالات معنوی در انسانها از طریق کار فرهنگی، موضوع مهمی است که مورد توجه قرار گرفته است، گفت: کار فرهنگی نیازمند بهارت است و در این کار باید اسقامت کرد و امروز این توفیق را داریم که در سطح شرکتهای وزارت نیرو، این کار فرهنگی را انجام دهیم.وی بر تداوم کار فرهنگی تاکید کرد و گفت:در کار فرهنگی نباید قلو یا اغراق کرد. این مسئول ادامه داد: برای اینکه کار فرهنگی نتیجه بخش باشد، باید در زبان و دل متولیان فرهنگی یکرنگی ایجاد شود و این امر در آذربایجان غربی به یک روند مطلوب تبدیل شده است. مدیر انسجام بخش مدیران عامل صنعت آب و برق، نظام دهمی و ایجاد انسجام در اقدامات فرهنگی و دینی را ضروری عنوان کرد و افزود: ارزیابی و آسیب شناسی و تلاش برای آسیبها موضوعی است که نباید در کارهای فرهنگی مورد غفلت قرار گیرد. اکبری با بیان اینکه نباید کار فرهنگی تعطیل شود، ادامه داد: به ثمر نشستن کار فرهنگی مستلزم استعمرار بوده و باید در این زمینه اسقامت داشت.

رییس کمیسیون آموزش اتاق بازرگانی اصفهان:

ضرورت انتخاب پیمانکاران بومی در پروژه های شهری اصفهان

اتاق بازرگانی اصفهان بویژه کمیسیون آموزش قرار گرفته و پس از تصویب ایجاد ستاد کارآفرینی اصفهان، مدیر درآمد شهرداری به عنوان دبیر ستاد انتخاب شد. عضو شورای اسلامی شهر اصفهان همچنین تصریح کرد: در سال گذشته سمپوزیوم بررسی عملیاتی چند اکوسیستم کارآفرینی خارجی ایجاد و مکلی نیز برای فضای کار اشتراکی کارآفرینی در نظر گرفته شده که بزودی افتتاح خواهد. خسروی تدوین برنامه آموزشی ۱۰ میلیون نفر ساعته شهروندان در زمینه مهارت های مدیریتی، تکنولوژیهای روز و راهکارهای بهبود ویژگیهای شخصیتی را از جمله فعالیت های شورای شهر از ابتدای سالجاری ذکر کرد.وی دسترسی به بازارهای خارجی را یکی از المان های اکوسیستم کارآفرینی عنوان کرد و افزود: در همین راستا و به منظور تبدیل اصفهان به یک شهر بین المللی برگزاری هفته مسقط در اصفهان در ابتدای اسفندماه سالجاری، هفته اصفهان در میلان ابتدای فروردین ۹۸، هفته شیان در اصفهان اواخر خرداد و هفته اصفهان در فرایبورگ در دستور کار شهرداری قرار گرفت که کاملاً توسط بخش خصوصی انجام خواهد شد.

مرعی با اعلام اینکه در حال حاضر ۵۰ هزار کارگر ساختمانی در استان خوزستان تحت پوشش این سازمان قرار دارند اظهار داشت

: براساس قانون، کارگران ساختمانی با دریافت کارت مهارت فنی از سازمان آموزش فنی و حرفه ای در یکی از شاخه های مشاغل ساختمانی و ارائه آن به شعب تأمین اجتماعی استان می توانند از بیمه کارگران ساختمانی بهره مند گردند. مرعی همچنین افزود از مجموع پرداخت ۲۷ درصد دستمزد مشمول حق بیمه، ۲۰ درصد سهم دولت و ۷ درصد سهم کارگر ساختمانی است که با پرداخت ماهیانه آن می توانند در ردیف بیمه شدگان کارگر ساختمانی قرار گیرند.

روش‌هایی برای دریافت بازخورد صادقانه و سازنده

برای اینکه پروسه بازخورد مؤثری داشته باشید، پیش از هر چیز تلاش کنید بدون قضاوت، به آنچه در اطرافتان می‌گذرد توجه کنید.

ران کاروچی، مدیر و بنیان‌گذار مؤسسه آموزشی و مشاوره رهبری ناولنت، در مقاله‌ای که اخیراً در نشریه کسبوکار هاروارد منتشر شد، بهترین روش‌های بازخورد گرفتن از کارمندان را شرح می‌دهد. آنچه در ادامه این مطلب می‌خوانید، بخش‌هایی از این مقاله تحقیقاتی است:

من اخیراً در یک نشست مدیریتی شرکت کردم که در آن فردی که به‌تازگی به رهبری یک بخش منصوب شده بود، سخنرانی خود را ایراد می‌کرد. یکی از اظهارات و ادعاهای او این بود که انسانی بسیار خودآگاه است و همیشه از بازخورد گرفتن استقبال می‌کند. جالب اینجا است که از نگاه مدعوین، مشخص بود که این قبیل حرف‌های تکراری را باور نمی‌کنند.

طی ۳۰ سال گذشته، بارها شاهد بوده‌ام که رهبران کسبوکاری که مدعی روشنفکری‌اند، خودشان را به همین شیوه معرفی می‌کنند. ولی صرفاً با این ادعا که فرد هوشیاری هستید و به خودشناسی اهمیت می‌دهید، چنین ویژگی‌هایی را در درون‌تان پرورش نمی‌دهید! همه ما می‌دانیم سطوح بالای خودآگاهی به عملکرد بهتر تیم منجر می‌شود، ولی متأسفانه تحقیقات نشان می‌دهند که اغلب مدیران فاقد چنین خصوصیتهی هستند. در پایان این جلسه، از رهبر مذکور پرسیدم: «تا به امروز برای افزایش خودشناسی و دریافت بازخورد، چه کارهایی انجام داده‌اید؟» او با افتخار جواب داد: «یکی از مهم‌ترین اولویت‌های من، دریافت بازخورد از کارمندان در انتهای سال است.» من سعی کردم کنجکاوی بیشتری نشان بدهم. از او پرسیدم: «همه این بازخوردها چه تأثیری در بهبود سبک رهبری شما داشته است؟» او صمیمانه پاسخ داد: «مثلاً سال گذشته از خلال همین بازخوردها متوجه شدم جلسات کاری‌مان خیلی طولانی است؛ به همین دلیل زمان جلسات را نیم ساعت کاهش دادم.» حالا می‌توانستم علت نگاه‌های ناباورانه مدعوین جلسه را درک کنم. خوشبختانه شما نیازی به بازخوردهای ۳۶۰ درجه ندارید تا بفهمید دیگران چه ایده‌ای در مورد سطح مدیریت و رهبری شما دارند. اگر می‌خواهید بدانید مردم و کارمندان، واقعاً چه نظری دارند، به این چهار اصل توجه کنید:

از همکاران تان بخواهید نسبت به رفتار تان واکنش نشان بدهند

ساده‌ترین راه برای اینکه متوجه شوید دیگران در مورد شما چه فکر می‌کنند، این است که همین را از آنها بپرسید. اگر هیچ‌کس مخالفتی با شما نشان نمی‌دهد، به‌احتمال زیاد آنچه شاهدید و می‌شنوید، حقیقت ماجرا نیست. بی‌خبری لزوماً به معنای اخبار خوب نیست. چه در جلسات گروهی و چه در ملاقات‌های دونفره، اطرافیان تان باید به‌راحتی بتوانند نظر مخالف خودشان را به شما اعلام کنند. اگر می‌بینید هیچ‌کس با ایده‌های شما مخالفت نمی‌کند و در مورد رفتارهای درست و غلط شما صحبتی به میان نمی‌آید، باید بدانید که رابطه سالمی با اطرافیان تان ندارید. رهبران خوب بعد از جلساتی که مباحثات پیچیده و دشواری در آنها گذشته است، از کارمندان مورد اعتماد خود می‌پرسند: «جلسه چطور پیش رفت؟ به نظر شما چگونه می‌توانستم بهتر از این باشم؟» بسیاری از فرآیندهای بازخورد ۳۶۰ درجه، به جایگاهی برای مکالمات بی‌دردرس تبدیل شده‌اند. باین‌حال هرگونه تبادل بازخورد میان رهبران و کارکنان، باید به تقویت رابطه متقابل آنها منجر شود نه اینکه ستیزه‌جویی را میان آنان افزایش دهد.

به اشاره‌های غیرکلامی توجه کنید

کارمندان همیشه با اشارات غیرگفتاری به شما نشان می‌دهند چه احساسی در مورد شما دارند. اغلب کارمندان ترجیح می‌دهند در مقابل رئیس‌شان سکوت کنند، ولی زبان بدن و چهره آنها کاملاً گویای احساس‌شان است. اگر یاد بگیرید که مفهوم این نشانه‌ها را درک کنید، این علامت می‌توانند یک جریان دائمی بازخورد در اختیارتان قرار دهند. آلن و باربارا پیز در کتاب «مفاهیم اصلی زبان بدن»، نشان می‌دهند که ۶۵درصد از ارتباطات بین افراد، غیر کلامی است. تشخیص تناقضاتی که بین گفتار افراد و زبان بدن آنها وجود دارد، به شما کمک می‌کند تا حد زیادی از واقعیت امور مطلع شوید.

مثلاً زمانی که افراد به پایین نگاه می‌کنند یا از تماس چشمی با شما پرهیز می‌کنند یا وقتی در اواسط گفت‌وگو، طرف مقابل کاملاً سکوت می‌کند یا حالت تدافعی به خود می‌گیرد، شما متوجه می‌شوید که جریان آرام تعاملات، واقعی نیست. این نشانه‌ها را دست کم نگیرید. البته همیشه نظرات را با تأمل و توجه بیان کنید. مثلاً صمیمانه بگویید: «این سکوت شما را باید چطور تفسیر کنم؟» یا «متوجه شدم به من نگاه نمی‌کنید. گویا بخشی از حرف‌های من درست نبوده. ممکن است لطفاً به من کمک کنید به اشتباهم پی ببرم؟» بیان مؤدبانه و مدبرانه مشاهدات، به مخاطبان کمک می‌کند احساس‌شان را راحت‌تر ابراز کنند و بالطبع رهبران هم بهتر می‌توانند انحرافات یا اشتباهات‌شان را اصلاح کنند. به‌علاوه وقتی کارمندان شاهد باشند که رهبرشان واقعاً رفتار خود را تغییر داده است، اعتماد بیشتری به او پیدا می‌کنند.

دقت کنید چه روایتی از داستان دارید

ما به‌طور طبیعی متمایلیم اوضاع را به شیوه‌ای تفسیر کنیم که گویی همه‌چیز در مسیر مثبت و عالی قرار دارد. به تفسیر درونی و شخصی‌تان از آنچه واقعاً رخ می‌دهد توجه کنید. اگر می‌بینید که می‌خواهید خودتان را متقاعد کنید همه‌چیز عالی است، یک گام به عقب برگردید و دوباره جریانات را ارزیابی کنید. آیا می‌خواهید خودتان را توجیه کنید یا تسکین دهید؟ به خودتان می‌گویید «نگار جلسه خیلی خوب پیش رفت!» یا «چرا آنها فکر می‌کنند من رهبر مردد و غیرقاطع‌ی هستم؟ من تاکنون پروسه‌ها را خیلی خلا‌قانه پیش بردم!»

خودتان را وادار کنید که داستان را دوباره و به شیوه‌ای دیگر تفسیر کنید. سعی کنید خودخواهی‌تان را کنار بگذارید. شما باید دیدگاهی منصفانه و مطابق با واقعیت داشته باشید، نه اینکه صرفاً مراقب غرور شخصی‌تان باشید.

واکنش‌های عصبی و ناخودآگاه‌تان را بشناسید

همه رهبران وقتی در شرایط بحرانی قرار می‌گیرند، احساس فشار می‌کنند. برخی از آنها زمانی که متوجه می‌شوند مرتکب اشتباه شده‌اند، واکنشی تدافعی نشان می‌دهند. برخی دیگر، وقتی پروسه‌ها به همان سرعت دلخواه پیش نمی‌رود، صبر و شکیبایی خود را از دست می‌دهند. عده‌ای هم اگر به خواسته‌های‌شان دست پیدا نکنند، به دیگران طعنه و کنایه می‌زنند یا حالت تهاجمی به خود می‌گیرند. صرف نظر از اینکه این واکنش عصبی چه باشد؛ رهبران عالی، با خودآگاهی در پی یافتن محرک‌های عصبی خود هستند و از دیگران می‌خواهند در این‌گونه مواقع، به آنها کمک کنند. به‌عنوان مثال یکی از رهبران معروف زمانی که نگران می‌شد، با صدای بسیار بلند حرف می‌زد. اگر در جلسات کاری موضوع بحث‌برانگیزی مطرح می‌شد، او در تلاشی ناخودآگاه برای فرونشاندن هیجانات درونی‌اش، به زخم زبان و جملات نیش‌دار طولانی پناه می‌برد. کارمندانش سعی می‌کردند با بالا بردن دست خود، او را آرام کنند. درنهایت یکی از اعضای تیم به او گفت که برای رهایی از پریشانی و عصبانیت، بهتر است وقتی کارمندان دست‌شان را بالا می‌برند او حرف زدن را متوقف کند. سرانجام او یاد گرفت که بهتر است صحبتش را مختصر کند و از عباراتی استفاده کند که به کارمندانش روحیه می‌بخشد. رهبران بزرگ زمانی که مرتکب اشتباهی می‌شوند، عذرخواهی می‌کنند، احساسات منفی را پشت سر می‌گذارند و با ذهنی باز و آرام در پی حل مشکل برمی‌آیند.

منبع: HBR/ZOOMIT

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| یکشنبه | ۱۶ دی ۱۳۹۷ | شماره | ۱۳۳۵ | صفحه | ۱۶ |

صاحب امتیاز:موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی:میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

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

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

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۸ کاری که باید قبل از ساعت ۸ صبح انجام داد

خود جذب می‌کنند.

تمرین صبحگاهی

علی‌رغم شواهد بسیاری که در رابطه با فواید ورزش وجود دارد، در جوامع پیشرفته یک سوم افراد بین ۲۵ تا ۶۴ سال ورزش نمی‌کنند و این میزان در جوامع در حال توسعه به احتمال زیاد بیشتر است.

اگر می‌خواهید یک زندگی سالم، شاد و پربازده داشته باشید، بهتر است به ورزش کردن عادت کنید. برای ورزش لازم نیست حتماً به باشگاه بروید و یک تمرین ساده اول صبح در حیاط خانه هم می‌تواند در افزایش روحیه و تمرکز تاثیرگذار باشد.

صبحانه مقوی

مواد غذایی غنی از پروتئین، احساس سیری طولانی‌تری ایجاد کرده و سطح قند خون را ثابت نگه می‌دارند. بهتر است حداقل ۴۰درصد حجم کل صبحانه از پروتئین تشکیل شود. مواد غذایی مثل مرغ، ماهی، شیر و تخم مرغ پروتئین‌سز زیادی دارند و افرادی که از محصولات گاوشتی استفاده نمی‌کنند می‌توانند از پروتئین‌های گیاهی موجود در حبوبات، سبزیجات و دانه‌ها بهره ببرند.

دوش سرد بگیرید

دوش آب سرد سطح سلامت فیزیکی و ذهنی را به یکباره بهبود می‌بخشد و اگر در بلندمدت انجام شود اثرات پایدارتری روی سیستم‌های ایمنی، لنفاوی، گردش خون و گوارشی برجا گذاشته و با افزایش متابولیسم به کاهش وزن نیز کمک می‌کند.

دوش آب سرد در ابتدا باعث لرزش بدن و افزایش ضربان قلب می‌شود، اما پس از ۲۰ ثانیه همه چیز به روال عادی برمی‌گردد.

کتاب بخوانید

افراد عادی به دنبال سرگرمی و افسراد موفق به دنبال



یادگیری هستند. بسیاری از افراد موفق جهان حداقل هفته‌ای یک کتاب می‌خوانند. امروزه با فراگیر شدن کتاب‌های صوتی انجام این کار ساده‌تر شده و با گوش دادن به آنها در اتوبوس یا مترو یا حتی حین پیاده‌روی می‌توان مطالب زیادی فرا گرفت.

اهداف تان را یادداشت کنید

اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدتان را یادداشت کرده و با استفاده از آن ببینید چه دیدگاهی نسبت به زندگی دارید. اگر هر روز درباره اهداف بلندمدتی که دارید فکر کرده و برای رسیدن به آنها تلاش کنید به زودی موفقیت شما را به آغوش خواهد کشید. دستیابی به هدف یک علم است و هیچ سردرگمی یا ابهامی درباره آن وجود ندارد.

برای رسیدن به هدف، حداقل یک گام بردارید

قدرت اراده مثل یک عضله است و با تمرین و ممارست، قوی‌تر می‌شود، اما اگر از آن استفاده نکنید روز به روز ضعیف‌تر خواهد شد.

اخذ تصمیمات ضعیف و از این شاخه به آن شاخه پریدن باعث کاهش قدرت اراده می‌شود.

سعی کنید کارهای مهم‌تر را در ابتدای روز انجام دهید چون در آخر روز خسته هستید و احتمال بیشتری وجود دارد که کارهای مهم را به فردا موکول کنید. اگر هر روز یک گام به هدف‌تان نزدیک‌تر شوید، می‌بینید که آنقدرها هم از شما دور نیستند و با تلاش کافی می‌توانید به آنها برسید.

نتیجه‌گیری

همه ما می‌دانیم که ناپرده رنج، گنج میسر نمی‌شود، اگر از این هشت گام استفاده کنید، می‌توانید از روحیه، انرژی، توان و تمرکز لازم برای انجام کارهای دشواری که شما را به هدف‌تان نزدیک می‌کنند، بهره ببرید.

منبع: Inc/digiato