روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۲ اردیبهشت
۱۳۹۸

Mon. 22 Apr 2019
۱۶ شعبان ۱۴۴۰ - سال پنجم
شماره ۱۲۹۵-۱۶صفحه-۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

سرمایه‌های سرگردان از بازار مسکن دل کند

فروکش هیجان بازار مسکن

چشم‌انداز رکودی در بازار مسکن، سرمایه‌ها را طی هفته گذشته به سمت بازارهای خودرو و بورس روانه کرد که باعث شد برخی فروشندگان مردد نسبت به عرضه واحدهای خود اقدام کنند. بازار مسکن در مقایسه...

۳

یادداشت

سال تصمیمات سخت

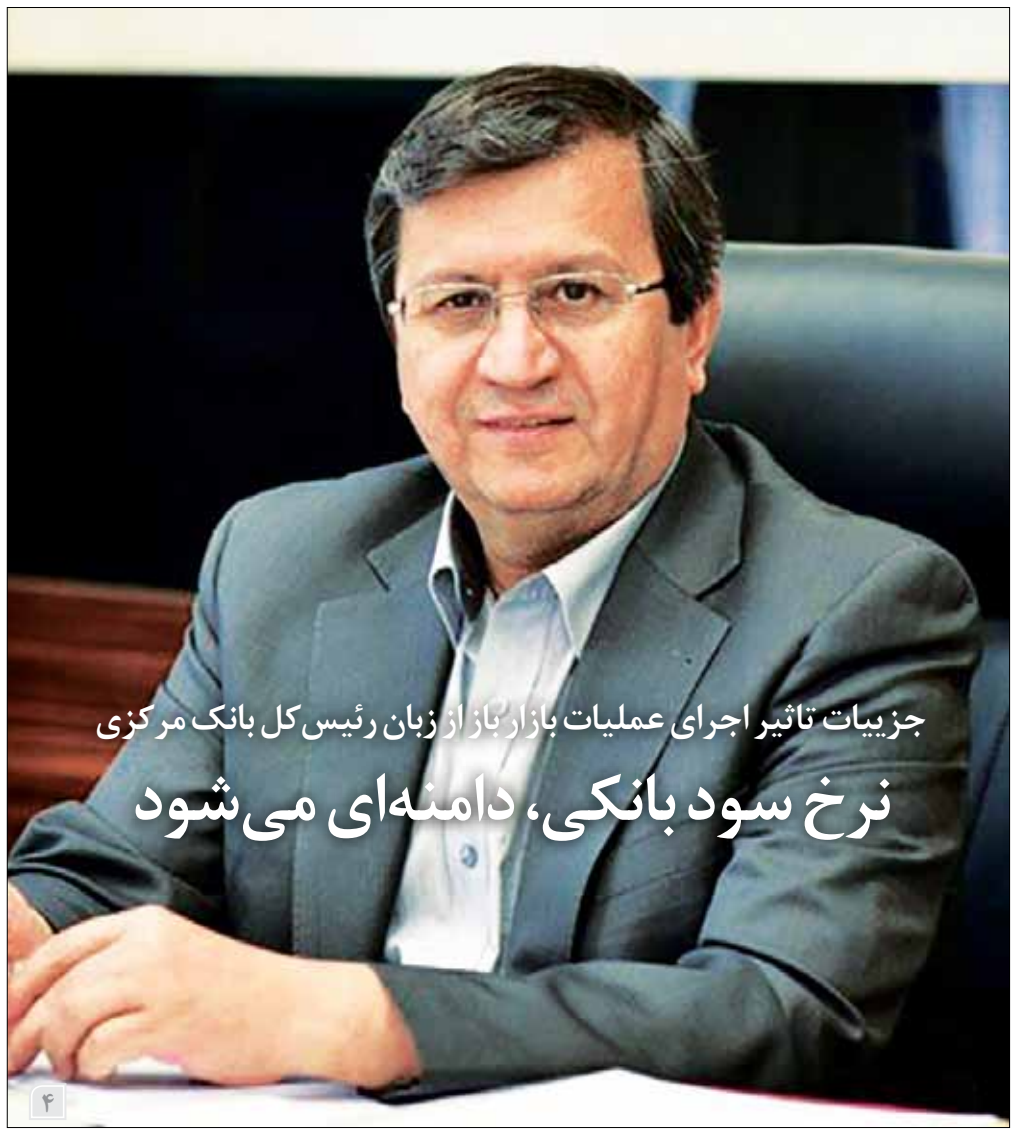
مهدی تقوی
استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی

یک سال از خروج ترامپ از برجام می‌گذرد. حالا اخبار رسمی رسانه‌ها حکایت از آن دارد که صادرات نفت ایران صفر نشده و همچنان عمده‌ترین خریداران آسیایی از ایران نفت خریداری می‌کنند.

از پس یک سال از تشدید تحریم‌ها می‌توان چنین نتیجه گرفت که برنامه ترامپ برای صفر کردن صادرات نفت ایران محقق نشد و در آینده نیز نخواهد شد، اما نباید از کنار بحران‌های شدید اقتصادی که در این یک سال رخ داد، به سادگی عبور کرد. افزایش شدید قیمت ارز و تنش تورمی میراث تلخ سال ۹۷ بود که نصیب اقتصاد ایران شد؛ حالا اما از پس این یک سال لازم است نقاط قوت و ضعف تصمیم‌گیری‌های اقتصادی مورد بازنگری قرار گیرد.

بی‌تردید لازمه پیروزی در جنگ اقتصادی، اتخاذ تصمیمات سخت است و حالا ایران باید در یک سال پیش رو شاهد اتخاذ این دست تصمیمات در عرصه اقتصاد باشد. برخی البته دولت را متهم به اتخاذ تصمیمات نادرست و عملکرد ضعیف می‌کنند؛ این در حالی است که دولت روحانی عملکردی...

۳



جزییات تاثیر اجرای عملیات بازار باز از زبان رئیس کل بانک مرکزی

نرخ سود بانکی، دامنه‌ای می‌شود

۴

کدام بازار در فروردین‌ماه به سرمایه‌گذاران روی خوش نشان داد؟

سوت رکود در بازارهای سنتی

در حالی که بازار مسکن و خودرو در ایران هنوز از خواب کشدار بهاری بیدار نشده‌اند، بورس تهران پرچمدار بالاترین بازدهی سرمایه‌گذاری در فروردین‌ماه ۹۸ شده است. به گزارش خبرآنلاین، فعالان بازار مسکن و خودرو توامان از نبود مشتری و به کف رسیدن حجم معاملات می‌نالند، به طوری که برخی از مشاوران املاک معتقدند با توجه به در پیش بودن ماه رمضان و تعطیلات نوروزی طولانی در فروردین امیدی به رونق بازار یا عادی شدن حجم معاملات در بهار را ندارند. برخی هم معتقدند با آغاز جابه‌جایی مستاجران از پایان خردادماه، کم کم بازار مسکن خود را خواهد یافت. هرچند امسال، سال سودآوری بازار مسکن نیست و احتمالا طرح‌هایی نیز برای ممانعت از رشد رعدآسای بهای اجاره در بازار به اجرا در خواهد آمد. این در حالی است که بازار مسکن سال...

۳

مهار نوسان‌های نرخ ارز با راه‌اندازی بازار متشکل ارزی

بازیگران بازار متشکل ارز

۴

مدیریت و کسب‌وکار

- ۱۰ راز موفقیت از زبان کانر مک گرگور
- افسانه‌های استارتاپی: نیاز به سرمایه ریسک‌پذیر
- ۶ نکته که نباید در برنامه بازاریابی فراموش کرد
- راهنمای جامع موسسه Hootsuite برای بازاریاب‌ها
- برترین برندها در اینستاگرام کدامند؟
- ۵ نکته برای تهیه یک پادکست صوتی مناسب

کسب درآمد ۴/۵ میلیارد دلاری نت‌فلیکس با ۱۴۹ میلیون کاربر

۸ تا ۱۶

مجمع عمومی عادی سالیانه انجمن مدیریت ایران برگزار شد

تقدیر از نقش‌آفرینان مدیریت ایران

فرصت امروز: مجمع عمومی سالیانه انجمن مدیریت ایران و همچنین مراسم تقدیر از نقش‌آفرینان مدیریت، روز چهارشنبه ۲۸ فروردین‌ماه با حضور نماینده وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، جمعی از استادان و مدیران عضو انجمن مدیریت ایران در دانشگاه خاتم برگزار شد.

در این مراسم آقایان پرویز گلستانی، جاوید جهانبخش، رضا صراف‌نهار و خانم نسرین روان‌دوست به عنوان هیات رئیسه مجمع حضور یافتند و پرویز بیات دبیرکل انجمن مدیریت ایران به ارائه گزارشی از عملکرد انجمن مدیریت ایران در سال ۱۳۹۷ پرداخت. همچنین بازرس انجمن، گزارش مالی سال ۱۳۹۸ را قرائت کرد و آذر صائمیان قائم‌مقام دبیرکل انجمن نیز گزارشی پیرامون سند راهبردی ملی و بین‌المللی انجمن و برنامه‌های آتی آن ارائه کرد.

در ادامه این مراسم، مجید قاسمی رئیس هیأت‌مدیره انجمن مدیریت ایران و رئیس دانشگاه خاتم در سخنانی به ارائه خط مشی و سیاست‌های کلی انجمن در سال ۱۳۹۸ پرداخت و با اشاره به بیش از ۶۰ سال فعالیت انجمن مدیریت ایران، گفت: فعالیت‌های سنجیده‌ای با کمک عزیزان‌مان در انجمن مدیریت ایران صورت پذیرفته و با نگاه به آینده، برنامه‌هایی متناسب با آهنگ تغییرات و پیشرفت‌های آتی، در نظر گرفته شده است.

او با اشاره به حوادث طبیعی اخیر و همت همگانی در خدمت‌رسانی، به نقش انجمن در مدیریت بحران‌ها پرداخت و افزود: حفاظت از طبیعت، تنها به بحث منابع و محیط‌زیست محدود نمی‌شود و این موضوع تأثیرات و ابعاد گسترده فرهنگی و اجتماعی را نیز در بر می‌گیرد و ما موظفیم تمام ابعاد را در نظر بگیریم و برای حفظ و صیانت از سرمایه‌های کشور گام برداریم.

رئیس هیأت‌مدیره انجمن مدیریت ایران سپس به نقش مؤثر آموزش اشاره کرد و ادامه داد: گمشده ما آموزش است و آموزش می‌تواند ما را هدایت کند و به دانش و پس از آن به نوآوری برساند؛ آموزشی که مسئولانه پاسخگو باشد، بنابراین ما در سال جدید، تدوین دانشنامه مدیریت را به عنوان یکی از بحث‌های محوری و اساسی، در دستور کار داریم و برای تحقق این امر، دست استمداد را به سمت اساتید بزرگ‌مان دراز می‌کنیم.

به گفته قاسمی، لازم است که ما درخصوص فلسفه مدیریت تبحر داشته باشیم و با علم به مبانی اساسی اندیشه‌های مدیریتی گام برداریم و به پوشش این خلأها توجه کنیم.

وی با تبیین ارتباط سازنده انجمن مدیریت ایران و دانشگاه خاتم نیز گفت: برای پیشبرد اصولی دانشنامه مدیریت ایران، ما به ترتیب بر فرهنگ سازمانی، مسئولیت اجتماعی و مدیریت دانش تمرکز کردیم که یکی از دستاوردهای آن ایجاد جایزه مدیریت دانش است که با همکاران اتریشی به انجام رساندیم. اکنون ما به پشتوانه مناسبی مجهز هستیم و می‌توانیم با ابهامات کمتری به تدوین دانشنامه مدیریت بپردازیم. تأثیرات فعالیت‌های ما به حدی گسترده بوده است که اکنون سازمان‌ها در بحث‌های استراتژیکی، حتما ملاحظاتی درخصوص فرهنگ سازمانی را نیز پیاده‌سازی می‌کنند، بنابراین مسائل جدی و پایه‌ای که ما در انجمن مدیریت به آن پرداخته‌ایم، ثمرات ارزشمندی برای کشور داشته و خواهد داشت.

رئیس هیأت‌مدیره انجمن مدیریت ایران در پایان سخنانش، به مرور سایر افتخارات و قدم‌های مثبتی که این انجمن برداشته است، پرداخت و با تأکید بر نقش فلسفه مدیریت در مواجهه مناسب با پدیده تکنولوژی و چالش‌های آن، گفت: با توجه به مرجعیت علمی انجمن مدیریت ایران و بیش از ۶۰ سال خدمات این انجمن، امیدواریم که صداقت، صلابت، صمیمیت و شفافیت انجمن، روز به روز در اعتلای بیشتری قرار بگیرد و الگویی برای کشور باشد و در سایه بزرگان مدیریت کشور، سهمی مؤثر در سازندگی و آبادانی کشور داشته باشد و به نحو احسن خدمت‌رسانی کند.

در پایان این جلسه همچنین طی مراسمی از آقای دکتر سعید سهرابپور، آقای دکتر حسین اعرابی، آقای هرمز باقی، آقای مهندس پرویز گلستانی و آقای مهندس پرویز بیات، به‌عنوان نقش‌آفرینان مدیریت تقدیر شد؛ این تقدیر با توجه و تأکید بر مواردی همچون تحصیلات، تجربه‌ها، سوابق علمی و پژوهشی، تألیفات و اثرگذاری در حیطه‌های مدیریت آموزش، پژوهش و مشاوره انجام شد.

انجمن مدیریت ایران در یک نگاه

انجمن مدیریت ایران در سال ۱۳۳۴ و پس از پایان برنامه اول عمرانی کشور و با عنوان «انجمن پیشرفت مدیریت ایران» فعالیت خود را آغاز کرد. از آنجا که برنامه اول عمرانی کشور، برنامه خوب و مناسبی نبود و فاقد فاکتورهایی همانند سرمایه انسانی و دانش مدیریت بود و همچنین ساختار اداری کشور نیز برای پیاده‌سازی یک برنامه متمرکز آماده و مهیا نبود، همه این موارد باعث تشکیل انجمن یادشده گردید و تأثیر مثبت شکل‌گیری این انجمن را به عینه می‌توان در برنامه دوم عمرانی کشور دید.

در سال ۱۳۴۷ و پس از گذشت ۱۳ سال از آغاز فعالیت انجمن، نخستین شماره نشریه انجمن مدیریت ایران به همت دبیرکل انجمن مدیریت ایران و به‌عنوان پیام‌رسان تفکر مدیریتی انجمن منتشر شد و انتشار این نشریه کماکان نیز ادامه دارد. همچنین از همین سال به بعد بود که نام انجمن به «انجمن مدیریت ایران» تغییر یافت.

از جمله اصول و اهداف انجمن مدیریت ایران عبارت است از:

* ترویج اصول مدیریت و آموزش روش‌های صحیح آن
* پژوهش و بررسی و اظهارنظر در مسائل و کاربردهای مدیریت و اشاعه آن
* همکاری و همگامی با سایر مؤسسات آموزشی و تحقیقاتی در ایران و دیگر کشورها
* آشنایی اعضای انجمن با دیگر مدیران کشور و بهره‌گیری از تخصص آنان در جهت ارتقای تخصص و تجربه مدیران جوان ایرانی
* ارائه آخرین روش‌ها و تکنیک‌های مدیریت از طریق سخنرانی‌ها و سمینارها، توسط باتجربه‌ترین استادان و مدیران حرفه‌ای کشور
* راهنمایی و همکاری مدیران مؤسسات عضو به منظور ایجاد هسته‌های پژوهش و تحقیق و توسعه برای بالا بردن توان علمی و فنی آنها در جهت افزایش قدرت رقابت با مصنوعات و محصولات مشابه خارجی و ایجاد تکنولوژی بومی
* ترغیب و تشویق پژوهشگران و تجلیل از محققان و استادان ممتاز
* ارائه خدمات آموزشی، پژوهشی و مشاوره‌ای و انتشار کتب، مجلات و نشریات علمی در زمینه مدیریت
* ارتباط و تبادل نظر و همکاری با موسسات مشابه در زمینه‌های مدیریتی
* برگزاری برنامه‌های بازدید از موسسات تولیدی و خدماتی و فرهنگی به منظور ارتقای دانش و همچنین تبادل اطلاعات با مدیران اجرایی
* تضمین کیفیت برنامه‌های آموزشی با استفاده از استادان متخصص و کارا و بهره‌گیری از امکانات و تجهیزات فنی و تخصصی
* ایجاد ارتباط سازنده و اثربخش میان استادان، فراگیران و برنامه‌های آموزشی تخصصی
* ارائه خدمات به موقع و مستمر به متقاضیان آموزشی به منظور جلب رضایت آنان
* ارتقای دانش و بینش مدیران بخش دولتی و خصوصی از طریق تعاملات گروهی و چاپ و انتشار مقالات معتبر علمی.

دریچه

مهارت جدید بیاموزید، وگرنه بیکار می‌شوید

انقلاب مهارت‌آموزی به روایت مجمع جهانی اقتصاد

همان‌طور که دنیـا با چالش‌های اقتصادی، اجتماعی و زیسـت‌محیطی جهانی‌شدن مواجه است، سـرمایه‌گذاری روی مردم را نباید فراموش کرد. مجمـع جهانی اقتصـاد در همین زمینه، گزارشـی دربـاره مهارت‌آموزی دوباره و سـرمایه‌گذاری روی مردم منتشـر کرده و معتقد است که انقلاب مهارت‌آمـوزی دوبـاره باید در جهـان رخ دهد. به گـزارش مجمع جهانی اقتصاد، ارزش سـرمایه‌گذاری انسـانی نه‌تنها برای تجهیز افراد به دانش و مهارت و پاسخ دادن به تغییرات سیستماتیک نیاز است، بلکه باعث می‌شود یک جهان مساوی، جامع و پایدار هم ایجاد شود.

آموزش‌وپرورش برای ترویج رشـد اقتصادی و فراهم کردن فرصتی برای آینـده همه مردم، در بحران باقی‌مانده اسـت. همان‌طور که انقلاب چهارم صنعتی ایجاد می‌شـود، فشـارهای جدید در بازار کار، اصلاحات آموزشی، یادگیـری برای تمام عمـر و طرح‌های بازآموزی مهـارت کلید اصلی برای دسترسـی افراد به دنیای جدید کار و به دست آوردن فرصت‌های اقتصادی خواهد بود. کسـب‌وکارها نیاز به اسـتعدادهای مختلف برای کارهای آینده دارنـد. انقلاب چهارم صنعتـی باعث کاهش برخـی از نقش‌ها در مقیاس وسـیع خواهد شـد، چراکه بیشـتر کارها دیگر به‌صـورت اتوماتیک انجام خواهد شـد. براساس گزارش آینده و چشم‌انداز شـغل‌های ۲۰۱۸، انتظار می‌رود ۷۵ میلیون شـغل در سـال ۲۰۲۲ در ۲۰ اقتصـاد اصلی جایگزین شوند. درعین‌حال، پیشرفت‌های تکنولوژی و روش‌های جدید کار می‌تواند ۱۳۳میلیون شـغل جدید ایجاد کنـد. برای تحقق ایـن تغییرات، حداقل ۵۴درصد از همه کارمندان تا سال ۲۰۲۲ نیاز به بازنگری مهارتی یا ارتقای مهارتی دارند. بااین‌حال در سـال گذشـته، تنها ۳۰درصـد از کارکنان در معرض خطر جابه‌جایی شـغلی آموزش دیده‌اند. علاوه بر این، کسـانی که با بیشـترین خطر مواجه هستند، اغلب افرادی هستند که کمترین احتمال را بـرای دریافت هرگونه آموزش مجدد در همه رشـته‌ها دارند. ایجاد یک انقلاب بازآموزی مهارتی نیاز به سـرمایه‌گذاری دارد. به‌عنوان مثال، انتقال ۹۵درصد از کارگران در معرض خطر در ایالات‌متحده به مشـاغل جدید از طریـق بازآموزی مهارتی ممکن اسـت بیـش از ۳۴ میلیارد دلار هزینه در برداشـته باشـد. بااین‌حال بخش خصوصی تنها می‌توانـد ۲۵درصد از این میزان را بازآموزی مهارتی کند، بنابراین پیشـنهاد این است که با همکاری تجاری و سرمایه‌گذاری دولتی و بخش خصوصی کاهش هزینه و رسیدن به حد مناسب مهارت صورت بگیرد.

اگـر کسـب‌وکارها با هم همـکاری کننـد، می‌توانند به‌طـور کلی برای ۴۵درصـد از کارگران در معرض خطر، بازآموزی مهـارت انجام دهند. اگر دولت به این تلاش‌ها بپیوندد، می‌توان ۷۷درصد از کل کارگران در معرض خطر را بازآموزی مهارت داد. اگر دولت این کار را انجام دهد، از بهره‌گیری سـرمایه‌گذاری با افزایش مالیات بر درآمد و کاهـش هزینه‌های اجتماعی ازجمله جبران خسـارت بیکاری، سـود می‌برد. هنگامی که کسـب‌وکارها سـودآور نباشـند و نتوانند هزینه‌ها را پوشـش دهند، دولت هم نمی‌تواند به‌تنهایی راه‌حل ارائه دهد، بنابراین ضروری اسـت که مشـارکت دولتی و خصوصی ایجاد شود تا هزینه‌ها کاهش یابد. مطالعه اخیر نشان می‌دهد که کشـورها باید تلاش کنند تا سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی در سه حوزه افزایش پیدا کند: توانایی مردم، مؤسسات و قوانین مربوط به کار.

سازمان توسعه و همکاری اقتصادی گزارش داد

مالیات بر دستمزد کشورهای پیشرفته چقدر است؟

بلژیکی‌ها بیشترین و شیلیایی‌ها کمترین مالیات بر درآمد را می‌پردازند.

گزارش سـالانه سازمان توسعه و همکاری اقتصادی از مالیات بر دستمزد کشـورهای عضو این سـازمان، اعضا را بر حسـب مالیات دریافتی دولت از کارفرما و کارمند رتبه‌بندی کرده است. میزان مالیات‌ها در کشورهای غربی اروپا و آمریکای شـمالی بیشتر از سایر کشورها بوده است. بر همین اساس بالاترین نرخ مالیات بر دسـتمزد کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری اقتصادی متعلق به بلژیک با ۵۴درصد بوده است. پس از این کشور، آلمان، ایتالیا، فرانسـه، اتریش، مجارستان و جمهوری چک در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. از طرف دیگر کمترین میزان مالیات بر دسـتمزد متعلق به کشور شـیلی با ۹درصد اسـت. نیوزیلندی‌ها نیز با پرداخت ۱۸.۴درصد دستمزد خـود به دولت تحت عنـوان مالیات یکی از پایین‌تریـن مالیات‌ها را دارند. مکزیک، چین، اسـرائیل، کره جنوبی، اسـترالیا و آمریـکا نیز در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. لازم به ذکر اسـت سازمان توسعه و همکاری اقتصادی که در پاریس مسـتقر شده است مسئولیت رشد تقویت و توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته جهان را برعهده دارد.

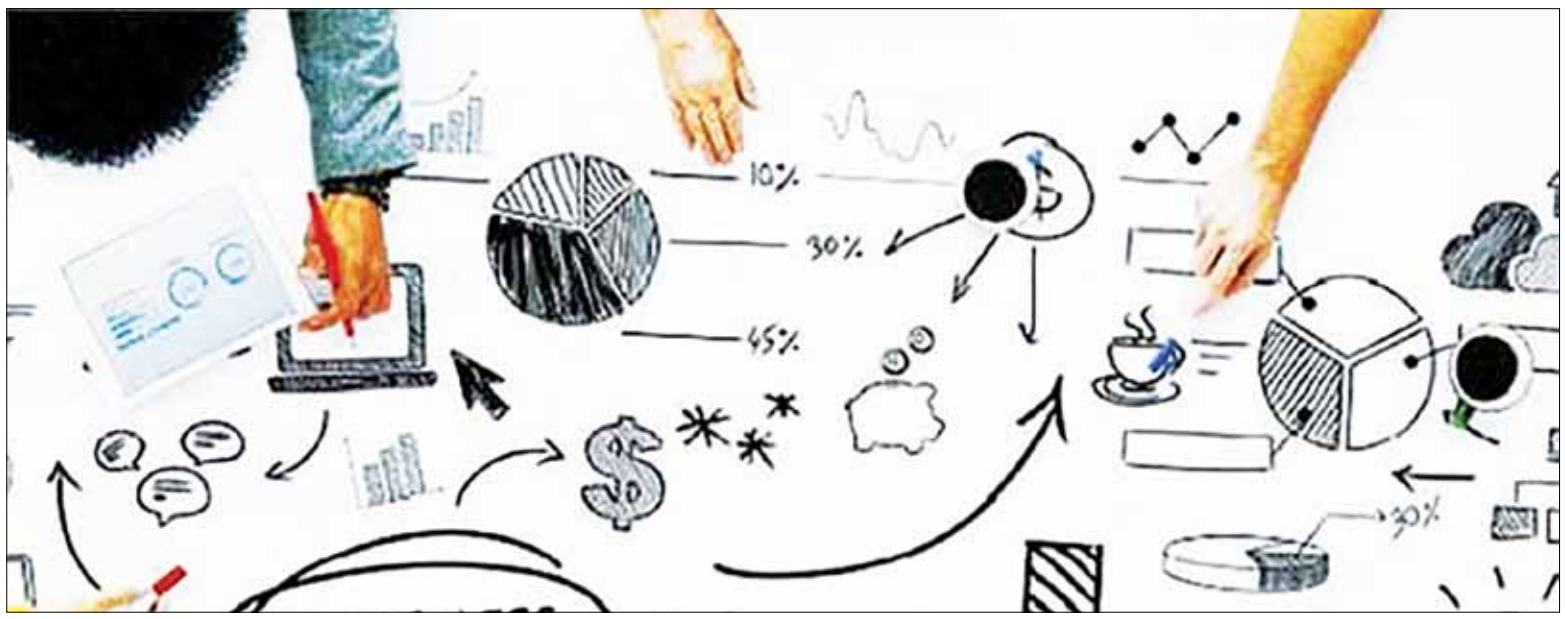
بانک آمریکا مریل لینچ بررسی کرد

چرا نفت ۱۰۰ دلاری دوباره سر زبان‌ها افتاد؟

گـزارش جدیـد بانک آمریکا مریل لینچ نشـان می‌دهـد احتمال اینکه قیمت نفت امسـال جهش پیدا کند، بسیار بیشتر از انتظارات گذشته بازار شده اسـت. به گزارش ایسنا، بازار نفت امسال به دلیل توافق کاهش تولید اوپـک پلاس، تحریم‌های آمریکا علیه ایران و ونزوئلا و کندی رشـد تولید نفت شـیل آمریکا، به سـرعت دچار محدودیت عرضه شـده است. در این بین، اجرای مقررات جدید سـازمان بین‌المللی دریانوردی (IMO) ممکن اسـت این وضعیت را تشـدید کند به خصوص که ذخایـر جهانی نفت در نتیجه شـرایط مذکور، افـت کرده‌اند. تحلیلگران بانـک آمریکا مریل لینچ در یادداشـتی نوشـتند: اکنون که ذخایر فرآورده‌های نفتی در پایین‌ترین حد ممکن قرار دارد، ما شـاهد تکرار وضعیت مشـابه سال ۲۰۰۸-۲۰۰۷ هستیم که ظرفیت پالایش دیزل دیگر وجود نداشت. وضعیت مشابه ممکن اسـت در ماه‌های آینده تحت تأثیر مقررات جدید IMO روی دهد. با این حال بانک آمریکا مریل لینچ خاطرنشـان کـرده که بین افزایش قیمت در زمـان حال و سـال ۲۰۰۸ تفاوت‌های مهمی وجود دارد که شـامل وجود ظرفیت مازاد تولید بالاتر در سـال ۲۰۱۹، افزوده شدن ۱.۱ میلیون بشکه در روز به ظرفیت پالایش و انتظارات برای رشـد سریع‌تر عرضه نفت شیل آمریکا اسـت. با این حال برخلاف محدود شدن تدریجی عرضه بازار دیزل در سـال ۲۰۰۸، به دلیل اجرای مقررات جدید درباره سوخت‌های دریایی از ابتدای سـال ۲۰۲۰، جهان ممکن اسـت یکباره با سـیل افزایش تقاضا برای این سوخت‌ها مواجه شود. تحت مقررات جدید IMO، میزان سولفور سـوخت‌های دریایـی باید از ۳.۵درصد به ۰.۵درصـد کاهش پیدا کند. در نتیجه مالکان کشتی ناچار هستند استفاده از سوخت‌هایی مثل نفت‌کوره را کنار بگذارند و می‌توانند از فناوری اسکراب یا از سوخت‌های دارای سولفور کمتر مانند دیزل استفاده کنند.

بلومبرگ- بیزینس‌ویک به همراه مرکز تحقیقاتی اوراسیا بررسی کرد

ریسک‌های جهان در سال ۲۰۱۹



جهان در سـال پیش رو به کدام سو می‌رود؟ ژئوپلیتیک دنیا در حال حاضر، به یکی از خطرناک‌ترین حالات خود در دهه‌های گذشته رسیده اسـت، آن‌هم در زمانی که اقتصاد جهانی اوضـاع بدی ندارد: بازارها به طرز فزاینده‌ای بی‌ثبات به نظر می‌رسـند اما انعطاف‌پذیری خوبی نشان می‌دهنـد: ضربه می‌خورنـد اما عموما به وضع سـابق برمی‌گردند. این یعنی باید نگران باشـیم؟ هنوز نه. چرخه‌های ژئوپلیتیک اصولا حرکتی کند دارند. خیلی طول می‌کشـد نظمی ژئوپلیتیک ساخته شود. دهه‌ها زمان می‌برد که عرف‌های چندجانبه بین‌المللی شـکل بگیرند و آنها به کندی تقویت می‌شـوند. نُرم‌ها و ارزش‌ها باید به وجود بیایند و توسعه پیـدا کنند، پذیرفته شـوند و جوامع را در طول زمان شـکل دهند. اما وقتی این عرف‌ها بر جای خود نشسـتند به سختی تکان می‌خورند. به همین خاطر وقتی بدشانسی می‌آورند - مثلا یک بحران غیرمنتظره رخ می‌دهد - سال‌ها و حتی دهه‌ها طول می‌کشد که یک نظم ژئوپلیتیکی فرو بپاشـد. جهان در حال حاضر شاهد همین روند کند فرسایش نظم کنونی است.

به گـزارش آینده‌نگر، البته این احتمال وجود دارد که سـال ۲۰۱۹ به سـال فروپاشی جهان کنونی تبدیل شود: بازیگران صحنه جهانی در طول ماه‌های اخیر طوری بد بازی کرده‌اند که ریسـک از کنترل خارج شدن اوضاع بیشـتر از هر زمان دیگری است. با این مقدمه، بلومبرگ- بیزینس‌ویک به همراه مرکز تحقیقاتی اوراسـیا، مهم‌ترین ریسـک‌های برهم‌زننده نظم کنونی دنیا در ماه‌های آینده را بررسی کرده است.

بذرهای بد برای سال‌های آینده

مخاطـرات ژئوپلیتیکی که در دنیا در حال شـکل‌گیری اسـت لزوما در سـال ۲۰۱۹ باعث به هم ریختن اوضاع دنیا نمی‌شود. چندین سال طول خواهد کشـید میوه‌های بد این درخت میوه دهد. این بزرگ‌ترین تاثیـر ورود جهان به عصـر جهان بدون ابرقدرت اسـت: جهانی که در آن تصمیم‌گیرندگان جهانی آنچنان درگیر بحران‌های روزانه داخلی‌اند که نمی‌توانند به منافع میان‌مدت مشـترک فکر کنند. این ریسک‌های جدی به همراه دارد؛ مثلا به مسیر احتمالی روندهای کنونی ژئوپلیتیک توجه کنید. با بزرگ‌ترها شـروع می‌کنیم: قدرت نهادهای سیاسـی در آمریکا و دیگر اقتصادهای پیشرفته صنعتی، روابط اروپا و آمریکا، روابط چین و آمریکا، وضعیت اتحادیه اروپا، ناتو، گروه ۲۰، گروه ۷، سـازمان تجارت جهانی، روسیه و کرملین، روسیه و همسایگانش، سیاست قدرت منطقه‌ای در خاورمیانه یا آسیا.

در تمام این حوزه‌ها برآیند منفی اسـت. در اکثر آنها تاکنون شـاهد چنیـن روندی از جنگ جهانی دوم به این طـرف نبوده‌ایم. در بیش از ۹۰درصد تحولات ژئوپلیتیک که در سال گذشته بررسی کرده‌ایم مسیر اشتباه بوده است.

این روابط و نهادها فردا فرو نمی‌پاشـند، اما ریسـک‌هایی که به آنها چسـبیده مثل مین عمل می‌کنند. این اهمیت فـراوان دارد چون آنها همـه تکه‌هایی از سـاختار درهم‌تنیده بین‌المللی هسـتند و بعضی از آنها نقشـی بنیادین در آن دارنـد. در نهایت مردم از روندها ضربه بدی خواهنـد خورد. برای حس کردن موضوع می‌توانید به تاثیر گرم شـدن زمیـن روی همه مردم فکر کنید. در مقیاس ژئوپلیتیک شـاهد چنین وضعی خواهیم بـود. حالا نگاهی نزدیک‌تر به تعـدادی از این بذرهای بد بیندازیم.

* نهادهـای سیاسـی آمریکا: ایـن یکی اضطراری نیسـت. با وجود اخبـاری کـه هر روز می‌شـنویم ترامپ بـه طرز قابل توجهی توسـط نهادهای آمریکایی تحت فشار است. نهاد قضایی سیاست‌های مهاجرتی او را محدود کرده‌اند، بوروکرات‌ها تلاش او را برای آزادکردن شـرکت‌ها از قیـد و بند مقـررات و نظارت کند کرده‌انـد و کنگره هم لایحه‌هایی را که از سـوی کاخ سـفید برای تصویب می‌رسـد با تغییرات تصویب می‌کنـد تا جلوی ضرر را تا آنجا که می‌تواند بگیرد. دو سـال بعد از به قدرت رسیدن ترامپ برای همه ثابت شده که در حوزه سیاست داخلی، نهادهای سیاسـی آمریکایی توانسـته‌اند در برابـر ترامپ تاب بیاورند و دستاوردهای او را محدود کنند.

اما ترامپ در حوزه دیگری ضربه کاری خود را وارد کرده و مشروعیت نهادهـای دموکراتیـک در بزرگ‌ترین اقتصاد دنیـا ضربه جدی خورده اسـت. می‌شـود مثال‌های فراوانی ذکر کـرد: ترامپ به طـور عمومی بی‌اعتمادی‌اش را به برآوردهای فوق محرمانه نهادهای اطلاعاتی آمریکا نشـان می‌دهد. او روزنامه‌نگاران را دشـمنان مردم می‌نامد. اگر ترامپ در سـال ۲۰۲۰ شکسـت بخورد این روند کند می‌شـود، امـا لیبرال دموکراسی آمریکایی و ارزش‌های آن هیچ‌وقت به قدرت دوران پیش از ۲۰۱۶ برنخواهد گشت.

* اروپا: این یکی هم اضطراری نیسـت. فاجعه دامنه‌دار برگزیت برای همه روشـن کرده که هیچ‌کس از خروج از اتحادیه اروپا نفعی نمی‌برد. این باعث شده گروه‌هایی ضد اروپایی مثل احزاب دست‌راستی فرانسه و ایتالیا کمی از تبلیغات ضد اروپایی‌شان بکاهند، اما تقریبا تمام روندهای کنونی در اروپا به ضرر پروژه اتحادیه اروپاست. مشخص است که بدون انگلیسـی‌ها اتحادیه اروپا مثل سابق نخواهد بود. آلمان هم بعد از آنگلا مرکل آلمان سابق نخواهد بود. با محبوبیت ۲۳درصدی امانوئل مکرون و اعتراضات فراگیر به اصلاحات او عملا نمی‌توانیم در حوزه اروپا انتظار خاصی از فرانسـه داشـته باشـیم. حالا کشـورهایی مثل ایتالیا و اکثر اروپای شـرقی را به این لیست اضافه کنید: این کشورها توسط کسانی کنترل می‌شـوند که به دنبال استقلال بیشـتر از اتحادیه اروپا هستند. این یعنی اروپا در بهترین حالت به سمت چنددستگی و انشقاق حرکت می‌کند و در بدترین حالت روند کند تجزیه آن آغاز شده است.

اگر فرض را بر این بگذاریم که هیچ وضعیت غیرمنتظره اضطراری‌ای رخ ندهد، تا زمانی که رشـد اقتصادی خوب باشـد و دولت‌ها پول برای خرج کردن داشته باشـند دولت‌های اروپایی می‌توانند شوک‌ها را بهتر مدیریـت کنند، اما وقتی اوضاع اقتصاد بد باشـد و دولت مجبور شـود کمربندها را سـفت‌تر ببندد هر دعوایی می‌تواند به بحران مبدل شـود. دلیـل اینکه گروه زیادی از مـردم در انگلیس رأی به خروج از اتحادیه اروپا دادند این بود که احسـاس کرده بودنـد این اتحادیه در بلندمدت جواب نخواهد داد. به نظر می‌رسد آنها اشتباه نمی‌کردند.

* سیستم ائتلاف‌های جهانی: این یکی در وضعیتی اضطراری نیست. آمریکا همچنان متحد کلیدی تعداد زیادی از اقتصادهای توسـعه‌یافته جهان باقی می‌ماند. این روند قرار نیسـت همین امسـال به پایان خود برسـد، اما ائتلاف‌هـای آمریکا در سراسـر دنیا در حال ضعیف‌شـدن هستند. ترامپ گفته که وظیفه آمریکا این نیست که پلیس دنیا باشد و باقی کشـورها باید برای امنیت خودشان پول خرج کنند. روابط آمریکا و اروپا در سخت‌ترین حالت خود تاکنون قرار دارد.

روابط آمریکا- آسیا نیز کمتر از بقیه دچار ضربه شده است. هم ترامپ و هـم دیگر نهادهای آمریکایی قصد ندارند روابط‌شـان را با دولت‌های آسـیایی تضعیف کنند و دلیل اصلی ترس از قدرت‌گیری بیشـتر چین است. بی‌میلی ترامپ به ائتلاف‌های بین‌المللی فرصت‌های تازه‌ای را در اختیار پکن، مسکو و پوپولیسـت‌ها در اروپا قرار داده تا از سرخوردگی نسبت به واشـنگتن به نفع خود استفاده کنند. اگر ترامپ در انتخابات ۲۰۲۰ شکسـت بخورد این روند کند خواهد شـد، امـا فراموش نکنید حرکـت به سـمت آمریکایی بـا قدرت کمتـر در دنیـا و ائتلاف‌هایی ضعیف‌تر برای واشنگتن مدت‌ها پیش از آمدن ترامپ آغاز شده بود.

* پوپولیسـم- ملی‌گرایی در کشورهای توسـعه‌یافته: این بحران در وضعیتی اضطراری نیست. امسـال هم گروه‌های سرخورده و محروم از حقوق اجتماعی در اکثر کشـورهای توسـعه‌یافته همچنان اقلیت باقی می‌ماننـد و توانایـی آنها برای تغییر اوضاع کمتـر از نخبگان حاضر در قدرت خواهد بود. نخبگان سیاسی- اقتصادی جلوی قدرت‌گیری طبقه پایین‌تـر خواهند ایسـتاد و اکثر دولت‌ها هم منابع کشـور را به همان شیوه‌ای تقسیم خواهند کرد که دهه‌های پیش تقسیم کرده‌اند.

اما این روندها به طرز فزاینده‌ای خطرناک خواهند شـد به خصوص که فاصله میان نیروی کار و سرمایه روز به روز در حال افزایش است. «چهارمین انقلاب صنعتی» که در مراحل اولیه‌اش به سر می‌برد باعث رشد و کارایی بیشتر خواهد شد، اما برای آنها که در مسیر اتوماسیون بیشتر کار خود را از دست خواهند داد و آموزش لازم را نمی‌توانند ببینند که مهارت‌های تازه و شغل‌های جدید پیدا کنند اوضاع خوب نخواهد بود. خیل جدید بیکاران به گروه‌های فزاینده از مردم می‌پیوندند که اعتقاد دارند سیستم‌های کنونی سیاسی پاسخ‌گوی نیازهای‌شان نیست.

ایـن روندها طی دهه آینـده تقویت خواهد شـد: دولت‌ها را ضعیف می‌کند و مشـروعیت رهبران سیاسـی را پایین می‌آورد. این ریسک به همراه ریسـک تنش میان آمریکا و چین بـا چرخه بعدی رکود اقتصاد دنیـا به طرز خطرناکی تقویت خواهند شـد. هیچ‌کس تکرار رکود دهه ۱۹۳۰ دنیا را نمی‌خواهد اما احتمال آن در چنین وضعیتی بالاست.

تنش آمریکا- چین

آتش‌بسـی که در اجلاس اخیر گروه ۲۰ در بوئنس‌آیرس میان ترامپ و شـی انجام شـد فعلا جنگ گمرکی آمریکا و چین را به حالت تعلیق درآورده است، اما ما هنوز نگران مهم‌ترین رابطه دوطرفه جهان هستیم. در حـوزه بازرگانی باید دیـد آتش‌بس اخیر به صلحی بلندمدت‌تر ختم می‌شود یا نه. ما در این تردید داریم.

دولت ترامپ سرسـختانه می‌خواهد شـرکت‌های آمریکایی را مجبور کند که از وابستگی‌شـان بـه چین کم کنند و هم‌زمان دانش‌شـان را در حوزه‌های تکنولوژی پیشـرفته و امنیت ملی به چین انتقال ندهند. حتـی اگر تنش گمرکی حل شـود آمریکا از ابزارهـای غیرگمرکی‌اش مثل محدودیت‌های سـرمایه‌گذاری، کنترل صادرات، جریمه‌های مالی و اعـلام جرم علیه افراد اسـتفاده خواهد کرد تـا جلوی رابطه عمیق‌تر شـرکت‌های آمریکایی- چینی را بگیرد. چین هم بیکار نخواهد نشست و از ابزارهای غیرگمرکی دیگری استفاده می‌کند تا تلافی کند. اقدامات دو طـرف اوضاع شـرکت‌ها را و حتی صنایع را بـد خواهد کرد، چراکه هزینه تولید را بالا می‌برد و همکاری‌ها را کاهش می‌دهد.

دسـتگاه سیاسی آمریکا به این نتیجه رسیده که حفظ رابطه با چین جـواب نمی‌دهد و به همین خاطر رویکردی آشـکارا مقابله‌ای در پیش گرفته اسـت. پکن کمتر از آنها به دنبال مقابله اسـت، چراکه احساس می‌کند هنوز آماده به چالش کشـیدن آمریکا نیست. با این‌همه، رقابت سـاختاری در حوزه‌هـای تکنولوژی، اقتصاد و امنیـت رابطه طرفین را شـکل خواهـد داد و تنش بی‌توجه به اخبار روزانـه در مورد اختلافات تجاری بالا خواهد رفت.

ایـن رقابت تازه به معنای بالا رفتن و جدی شـدن اختلاف‌نظرها در سال ۲۰۱۹ اسـت هیچ‌کدام از طرفین به دنبال مواجهه نظامی نیست، اما حالا احتمال بیشـتری وجود دارد که یک حادثه - مثلا برخورد در دریای جنوبی چین - تبدیل به یک بحران همه‌جانبه سیاسـت خارجی شـود. دو کشور در گذشـته با موفقیت توانسته‌اند موفقیت‌های نزدیک بـه بحرانی را مدیریت کنند، اما در فضای کنونی مدیریت بحران روز به روز سخت‌تر می‌شود.

جنگ‌های سایبری خشن‌تر می‌شوند

امسال دهمین سالگرد حمله سایبری آمریکا و انگلیس به بخش‌هایی از برنامه اتمی ایران با ویروس کامپیوتری اسـتاکس‌نت است. این حمله را پیش‌قـراول عصر جنگ‌های مدرن سـایبری قلمداد می‌کنند. حالا با گذشـت ۱۰سـال از آن حمله، هکرها پیچیده‌تر عمل می‌کنند، جوامع وابسـتگی بسـیار بیشـتری به خدمات دیجیتال پیـدا کرده‌اند و هیچ توافقی روی اصول اولیه جنگ‌های سـایبری وجود ندارد. در جنگ‌های سـایبری قانون جنگل حاکم است. سلاح‌های سایبری سریع شده‌اند و می‌توانند در کسـری از ثانیه به هدف حمله کنند. اینجا برخلاف جنگ سـرد قدرت‌ها سلاح ذخیره نمی‌کنند که از آن استفاده نکنند. پس اگر بازدارندگی سـایبری - برخلاف بازدارندگی هسته‌ای – هیچ‌وقت عملی نبوده امسال چرا ریسک جنگ‌های سایبری جدی‌تری از گذشته است؟

امسـال سـالی تعیین‌کننده در این حوزه است. آمریکا برای اولین بار در حال تلاش جدی اسـت تا با اعمال قدرت سـایبری‌اش به شیوه‌ای جسـورانه‌تر، با رقبا روبه‌رو شـود. آمریکایی‌ها می‌گویند که قصدشـان بازدارندگی سایبری اسـت، اما این نمایش قدرت نه‌فقط نمی‌تواند یک سیسـتم موثر بازدارندگی جهانی ایجـاد کند، که احتمال نتیجه عکس دادن آن بالاست.

آمریکا در حال تغییر لحن خود در این حوزه اسـت و دکترین سنتی عمـل و عکس‌العمـل را کنـار خواهد گذاشـت تا در جهان سـایبری تهاجمی‌تر از قبل عمل کند. سیاسـت آمریکا در حوزه جنگ سـایبری در دوران اوباما محتاطانه به حسـاب می‌آمد، امـا رویکرد ترامپ کاملا متفاوت اسـت: او دسـت فرماندهی سـایبری وزارت دفاع آمریکا را باز گذاشـته تا در صورت نیاز دست به حمله پیشگیرانه بزند. آمریکا حتی بـه این فکر می‌کند که بـه بازیگران در بخش خصوصـی این اجازه را بدهد که در صورت مورد حمله قرار گرفتن، دست به هک متقابل بزنند.

بحران آمریکایی

امسال سال هرج و مرج در سیاست داخلی آمریکا خواهد بود. با آنکه احتمال استیضاح و برکناری ترامپ همچنان پایین خواهد بود، بی‌ثباتی سیاسی تشدید خواهد شد. با به اکثریت رسیدن دموکرات‌ها در مجلس نمایندگان، رئیس‌جمهور برای اولین بار با کنگره‌ای روبه‌رو خواهد شـد که حامی بی‌چون و چرایش نیسـت. دموکرات‌ها از قدرت بازیافته‌شان اسـتفاده خواهنـد کرد تا ترامـپ را مجبور کننـد اوراق مالیاتی‌اش را منتشر کند، تحقیق در امور مالی او و خانواده‌اش را آغاز خواهند کرد و اتهام‌های سوءاستفاده شخصی از قدرت را در چندین وزارتخانه بررسی خواهند کرد.

ترامپ با خشـم به آنها واکنش نشـان خواهـد داد و روابط میان قوه مجریه در یک سـو و دادگاه‌ها، کنگره و رسـانه‌ها در سـوی دیگر بدتر خواهد شـد. او جنگ لفظی تمام‌عیار علیه سران دموکرات کمیته‌های مختلـف مجلس راه خواهد انداخـت، اما نهادهای آمریکا – به خصوص دادگاه‌هـا - قدرتمندتر از آن هسـتند که رئیس‌جمهـور بتواند به طرز موثـری با آنهـا درافتد. ترامپی که در حالـت تدافعی قرار گرفته تلاش خواهـد کـرد نگاه‌ها را معطوف به خارج از آمریکا کند. او به شـدت به مداخله‌های نظامی بی‌علاقه اسـت پس منتظر حمله به یک کشـور با هدف پرت کردن حواس مردم نباشید. به جای آن شاهد جنگ توئیتری شـدیداللحن رئیس‌جمهور آمریکا با دشمنان خارجی‌اش خواهیم بود و بازارها از آن ضربه خواهند خورد.

با آنکه برکناری ترامپ بسـیار دشـوار به نظر می‌رسد، احتمال بروز بحران قانون اساسـی پس از اقدام حقوقی علیه کسب و کارهای ترامپ و اعضای خانواده‌اش کم نیست. ترامپ هم می‌تواند دست به ضد حمله بزند و بخواهد با فشـار بر قوه قضائیـه مخالفانش را دادگاهی کند. باید دید در سـال ۲۰۱۹ با چنین تنش‌هایی استقلال دستگاه قضایی حفظ خواهد شد یا نه.

کدام بازار در فروردین‌ماه به سرمایه‌گذاران روی خوش نشان داد؟

سوت رکود در بازارهای سنتی

در حالی که بازار مسکن و خودرو در ایران هنوز از خواب کشدار بهاری بیدار نشده‌اند، بورس تهران پرچمدار بالاترین بازدهی سرمایه‌گذاری در فروردین‌ماه ۹۸ شده است.

به گزارش خبرآنلاین، فعالان بازار مسکن و خودرو توامان از نبود مشتری و به کف رسیدن حجم معاملات می‌نالند، به طوری که برخی از مشاوران املاک معتقدند با توجه به در پیش بودن ماه رمضان و تعطیلات نوروزی طولانی در فروردین امیدی به رونق بازار یا عادی شدن حجم معاملات در بهار را ندارند.

برخی هم معتقدند با آغاز جابه‌جایی مستاجران از پایان خردادماه، کم کم بازار مسکن خود را خواهد یافت. هرچند امسال، سال سودآوری بازار مسکن نیست و احتمالا طرح‌هایی نیز برای ممانعت از رشد رعدآسای بهای اجاره در بازار به اجرا در خواهد آمد.

این در حالی است که بازار مسکن سال گذشته یکی از پررونق‌ترین بازارها بود. رشد بیش از ۱۲۸درصدی بازار مسکن، این کالای سرمایه ای و استراتژیک برای خانوار ایرانی را چنان از دسترس خارج کرد که بخش مهمی از کسادی بازار اتفاقا به نبود قدرت خرید باز می‌گردد.

بازار خاموش خودرو

در عین حال افزایش شدید قیمت خودرو نیز سبب شد موتور بازار خودرو خاموش شود. رشد بهای تعمیرات، قطعه و همچنین افزایش انفجاری قیمت خودروی صفر کیلومتر نیز در حالی این بازار را بی‌رونق کرده است که سرمایه‌گذاری در این بازار با افزایشی چشمگیر در سال گذشته روبه‌رو بود و سرمایه‌های فراوانی را در قالب خرید فوری و خرید مدت‌دار سرازیر شرکت‌های خودروسازی کرد، اما با این حال فعالان این بازار از سوت و کوری آن در اولین ماه سال می‌گویند و معتقدند اسفندماه گذشته نیز بازار یکی از کم‌مشتری‌ترین روزها را به خود دید.

از سوی دیگر، در شرایطی وزیر صنعت در اظهارات چند روز اخیر خود بر هدف‌گذاری تولید یک میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه خودرو در سال ۹۸ تاکید کرد که به‌نظر می‌رسد تحقق این میزان تولید در سال جاری با توجه به شرایط اقتصادی کشور با الزاماتی همراه باشد.

با توجه به اینکه سال ۹۷ برای خودروسازی کشور چندان سال خوبی نبوده است امکان تحقق این هدف جای بررسی دارد؛ چراکه با وجود مشکلات داخلی و تحریم‌های خارجی تولید خودرو در حدود یک سال گذشته سیر نزولی داشته و بازار نیز به تبع عملکرد خودروسازان با آشفتگی‌های زیادی روبه‌رو بوده است.

امرالله امینی، عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی در این باره معتقد است: در صورت حمایت دولت و بانک مرکزی از قطعه‌سازان با تامین نقدینگی و در اختیار قرار دادن ارز کافی می‌توان به تحقق هدف‌گذاری صورت‌گرفته برای تولید یک میلیون و ۲۰۰هزار دستگاه خودرو در سال ۹۸ امیدوار بود.

او با تاکید بر اینکه خودروسازان مشکل چندانی برای اجرای افزایش تولید ندارند، در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: مشکل اصلی این صنعت در تأمین قطعه و مواد اولیه است که باید تأمین شوند. به واقع، مشکل اصلی تولید در ایران به دو موضوع نقدینگی و کمبود ارز باز می‌گردد. نقدینگی باید به قطعه‌ساز پرداخت شود و ارز برای قطعات و مواد اولیه‌ای که امکان تولید در داخل ندارند و وارداتی هستند، تأمین شود. ضمن اینکه مشکلات در تأمین منابع مالی و تبدیل آن به ارز و انتقال آن است.

طلا و ارز بر مدار نوسان اندک

طلا و ارز هرچند دغدغه روزانه سرمایه‌گذاران ایرانی را تشکیل می‌دهند، اما با این حال در فروردین ماه نوسانی اندک را به خود دیدند. سکه تمام بهار آزادی امسال کار خود را در محدوده ۴ میلیون و ۶۰۰هزار تومان آغاز کرد اما توانست در ۳۰ روز رشدی در حدود ۱۱۵ هزار تومان را به ثبت برساند. در ابعاد قیمتی سکه این نوسان چندان چشمگیر نیست و بازده سکه را در رده‌های اندک، یعنی در محدوده ۲درصد قرار می‌دهد. فعالان بازار طلا نیز از رکود در بازار سکه و مصنوعات طلا خبر می‌دهند.

به نظر می‌رسد بازار سکه و ارز از سوی بانک مرکزی نیز در کنترلی جدی است چرا که محدود نوسانی ارز نیز به سرعت با ورود بازارساز مهار می‌شود.

قیمت ارز نیز از پس جهش سال ۱۳۹۷، در اولین ماه سال با نوسانی اندک همراه بود. ارز در روزهای میانی فروردین البته از کانال ۱۳ هزار تومان پا را فراتر نهاد و تصمیم داشت موقعیت خود را در کانال ۱۴هزار تومان تثبیت کند، اما به سرعت با افزایش عرضه ارز به محدوده پیشین بازگشت. آغاز به کار بازار ارز با قیمت ۱۲ هزار و ۹۵۰ تومانی برای دلار بود اما در شرایط کنونی هر دلار آمریکا حدود ۱۳ هزار و ۵۰۰ تا ۶۰۰ تومان قیمت دارد.

بورس اما می‌تازد

بورس تهران در فروردین ماه بالاترین بازدهی را از آن خود کرده است. بازدهی این بازار در حدود ۱۴درصد برآورد می‌شود.

شاخص کل بورس در روز اول شروع به کار بازارها در سال جاری، یعنی در پنجم فروردین ماه، معادل ۱۷۹ هزار واحد بود، اما در آخرین روز فروردین ماه رقمی بیش از ۲۰۴ هزار واحدی را به ثبت رساند که نسبت به اولین روز کاری فروردین ماه ۲۵ هزار واحد رشد داشته است.

تحلیلگران بازار سرمایه معتقدند این رشد ناشی از تعدیل قیمت‌ها در بورس است چرا که بورس در سال گذشته با رشدی نزدیک به ۷۷درصد از سایر بازارها عقب مانده بود. میرمعینی، تحلیلگر بازار سرمایه در این خصوص معتقد است: در صورت اجرای برنامه‌های حمایتی از سوی دولت، شاهد تداوم رشد در بازار سهام خواهیم بود چرا که این بازار به رغم تحریم‌های اقتصادی قابلیت رشد را داراست. به گفته وی، فرصت تکیه بر توان داخلی اتفاقا در رشد بازار سرمایه قابل رصد است.

تحولات شاخص بورس تهران در آخرین روز فروردین‌ماه نشان می‌دهد شاخص کل بازار سرمایه در این روز با رشد۲,۲۳درصدی به کانال ۲۰۴ واحد رسید. صنایع پتروشیمی خلیج فارس، گسترش نفت و گاز پارسیان، پتروشیمی پردیس، بانک ملت و گروه مپنا بیشتر کمک را به رشد شاخص کل کردند و در مقابل بانک تجارت، توسعه معادن و فلزات، داروسازی جابرابن حیان، شهد و معدنی و صنعتی چادرملو اثر تقویتی بر شاخص کل نداشتند.

بورس همچنین اعلام کرد که در چهارمین هفته کاری سال ۹۸، شاخص کل ۵ هزار و ۹۴۰ واحد نسبت به هفته سوم رشد کرده است که رشد نخستین روز هفته پنجم بیشتر از رشد کل شاخص در هفته چهارم است.

اما تحولات دیگر بازارها در آخرین روز فروردین‌ماه نشان می‌دهد قیمت سکه امامی در معاملات تک فروشی ۲۰ هزار تومان رشد کرد و به ۴ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان رسید. سکه بهار آزادی نیز با ۵۰ هزار تومان کاهش به ۴ میلیون و ۵۹۹ هزار تومان رسید و ربع سکه هم ۱۰ هزار تومان ارزان‌تر شد و یک میلیون و ۶۵۳ هزار تومان به فروش رسید.

در آخرین روز از فروردین ماه امسال، قیمت اسکناس سبز آمریکا هم ۵۹ تومان رشد کرد و ۱۳ هزار و ۵۳۸ تومان معامله شد. نرخ یورو نیز در بازار آزاد ۱۹ تومان کاهش یافت و به ۱۵ هزار و ۴۴۱ تومان رسید.

با این همه، رشد بازار سرمایه از سوی بعضی تحلیلگران به افزایش نرخ ارز نسبت داده شده است. شاخص کل درحالی روند رشد را در یک ماهه اخیر ادامه داده که در سال گذشته بسیاری از کارشناسان آینده بورس را مبهم ارزیابی کرده بودند. حجم صادرات، نرخ ارز و تغییر مداوم سیاست‌های دولت درباره نرخ خوراک پتروشیمی‌ها و واردات کالاهای اساسی و مواد اولیه از جمله عواملی است که کارشناسان آن را در ادامه رشد شاخص کل بازار سرمایه در سال ۹۸ موثر می‌دانستند.

سرمایه‌های سرگردان از بازار مسکن دل کند

فروکش هیجان بازار مسکن

چشم‌انداز رکودی در بازار مسکن، سرمایه‌ها را طی هفته گذشته به سمت بازارهای خودرو و بورس روانه کرد که باعث شد برخی فروشندگان مردد نسبت به عرضه واحدهای خود اقدام کنند.

به گزارش ایسنا، بازار مسکن در مقایسه با سه بازار رقیب یعنی بورس، طلا و ارز به قله قیمتی چهار سال اخیر دست یافته و بر این اساس معاملات در فروردین ماه به کمترین میزان خود طی شش سال گذشته رسیده است.

آخرین بررسی‌های میدانی از بازار مسکن شهر تهران نشان می‌دهد هیجان ایجادشده از طرف عرضه با واکنش خنثی طرف تقاضا همراه بوده است. محاسبات حاکی از آن است که از چهار سال گذشته تاکنون رشد بازار مسکن ۲۳درصد بالاتر از طلا و ارز قرار گرفته و به همین دلیل معاملات مسکن در فروردین ماه ۵۱درصد نسبت به زمان مشابه سال قبل کاهش نشان داد. عوامل تورم‌زای مقطعی همچون تحریم سپاه پاسداران نیز تأثیری برای افزایش تقاضا در بازار مسکن ایجاد نکرد. کارشناسان دفاتر املاک پیش‌بینی می‌کنند رکود معاملاتی برای حداقل ۱۰تا ۱۲ فصل در بازار مسکن ماندگار خواهد بود.

بورس، چاق می‌شود

از سوی دیگر، ورود نقدینگی به بازارهای خودرو و سهام در هفته گذشته اوضاع را به ضرر نوسان‌گیران بازار مسکن تغییر داد. برخی معتقدند در سال جاری، بازار بورس اوضاع بهتری نسبت به طلا، ارز و مسکن تجربه خواهد کرد. بازار مسکن، ماه گذشته را نیز با شرایط رکود تورمی سپری کرد و این در حالی است که طبق نظر کارشناسان، ظرفیت این بازار برای رشد قیمت پر شده است. طبق آمار وزارت راه و شهرسازی میانگین قیمت مسکن شهر تهران در اسفندماه ۱۳۹۷ به ۱۱ میلیون تومان در هر متر مربع رسیده که نسبت به زمان مشابه سال قبل از آن ۹۵درصد رشد یافته است. عده‌ای از فعالان حوزه مسکن معتقدند که اگر خریداران با قیمت‌هایی بالاتر از ارقام فعلی اقدام به خرید کنند در واقع حباب می‌خرند. بازار مسکن در شرایطی رکود تورمی را سپری کرده که قدرت خرید متقاضیان به شدت کاهش یافته و در اولین روز اردیبهشت‌ماه نیز خبر رسید که بانک مرکزی با افزایش تسهیلات تا سقف ۲۸۰ میلیون تومان مخالفت کرده است. سقف این وام برای زوجین هم‌اکنون ۱۶۰ میلیون تومان است. البته عده‌ای از کارشناسان و همچنین وزیر راه و شهرسازی معتقدند که بالا بردن رقم تسهیلات اثرات تورمی در بازار مسکن ایجاد می‌کند.

کاهش ۵۱درصدی معاملات مسکن در فروردین

از سوی دیگر، رصد شرایط فعلی بازار مسکن گویای دو ویژگی کاهش قدرت خرید و افت شدید معاملات است. طبق آمار اتحادیه املاک در ۲۰ روز ابتدای فروردین ماه ۱۳۹۸ خرید و فروش ملک در تهران نسبت به زمان مشابه سال قبل معادل ۵۱درصد کاهش یافته است؛ زیرا سرمایه‌گذاران حرفه‌ای که سال گذشته حضور چشمگیری در بازار داشتند هم‌اکنون به ندرت دیده می‌شوند. اندک خریدارانی هم که حضور دارند، متقاضیان مصرفی هستند که از رشد مجدد قیمت‌ها نگرانند.

اوضاع فعلی حاکی از آن است که هر دو سوی عرضه و تقاضا با احتیاط اقدام به انعقاد قرارداد می‌کنند. برخی از فروشندگان معتقدند که قیمت‌ها در آینده بالاتر خواهد رفت اما سازندگان حرفه‌ای می‌گویند که هر کس در شرایط فعلی اقدام به فروش کند سود خواهد کرد. محاسبات نیز حاکی از آن است که از سال ۱۳۹۴ تاکنون رشد بازار مسکن به ۱۸۳درصد رسیده و ۲۳درصد بالاتر از سکه و ارز قرار گرفته است. همین موضوع، چشم‌انداز تورم مجدد در بازار مسکن را دور از ذهن کرده است.

یادداشت

سال تصمیمات سخت

مهدی تقوی
استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی

یک سال از خروج ترامپ از برجام می‌گذرد. حالا اخبار رسمی رسانه‌ها حکایت از آن دارد که صادرات نفت ایران صفر نشده و همچنان عمده‌ترین خریداران آسیایی از ایران نفت خریداری می‌کنند.

از پس یک سال از تشدید تحریم‌ها می‌توان چنین نتیجه گرفت که برنامه ترامپ برای صفر کردن صادرات نفت ایران محقق نشد و در آینده نیز نخواهد شد، اما نباید از کنار بحران‌های شدید اقتصادی که در این یک سال رخ داد، به سادگی عبور کرد. افزایش شدید قیمت ارز و تنش تورمی میراث تلخ سال ۹۷ بود که نصیب اقتصاد ایران شد؛ حالا اما از پس این یک سال لازم است نقاط قوت و ضعف تصمیم‌گیری‌های اقتصادی مورد بازنگری قرار گیرد.

بی‌تردید لازمه پیروزی در جنگ اقتصادی، اتخاذ تصمیمات سخت است و حالا ایران باید در یک سال پیش رو شاهد اتخاذ این دست تصمیمات در عرصه اقتصاد باشد. برخی البته دولت را متهم به اتخاذ تصمیمات نادرست و عملکرد ضعیف می‌کنند؛ این در حالی است که دولت روحانی عملکردی مثبت داشته و توانسته اقتصاد را از بحرانی جدی که اوایل دهه ۹۰ گریبانش را گرفته بود، رها سازد. فراموش نکنیم برجام حاصل تلاشی جهانی مبتنی بر عقلانیت بود؛ معاهده‌ای جهانی که برای حل سیاسی یک بحران در دستور کار قرار گرفت، اما در عمل با خروج ترامپ مشکلات متعددی گریبان اقتصاد ایران را گرفت. به این ترتیب، شاید اگر ترامپ در آمریکا روی کار نمی‌آمد، نه ایران که جهان تجربه‌ای درس‌آموز از حل سیاسی یک بحران را شاهد بود.

حالا در سال پیش رو و سال‌های پیش رو لازم است دولت ورود به تصمیماتی سخت داشته باشد تا از سخت‌تر شدن اوضاع پیشگیری کند. بسیاری از اتفاقات اقتصادی رخ داده در ایران با زبان اقتصاد قابل تشریح نیست، در نتیجه چاشنی این تصمیمات لازم است سیاست و حقوق بین‌الملل باشد. فراموش نکنیم که بسیاری از کشورها به اقتصادشان باج می‌دهند در حالی که اقتصاد ایران تاکنون زیر سایه سیاست روزگار گذرانده است. به این ترتیب، باید با نگاه سیاستمدارانه و حقوقی تصمیماتی گرفت که بهترین دستاورد را برای اقتصاد داشته باشد، اما در این میان، اصل موضوع، بهبود وضعیت اقتصادی ایران خواهد بود.

دولت، سیل، تحریم‌ها و وظایف ایرانیان

جعفر گلابی
روزنامه‌نگار

در اوج فشارهای آمریکا و تحریم‌های اقتصادی این کشور علیه جمهوری اسلامی ایران، سیل بی‌سابقه از راه رسید و خسارات عظیمی به بار آورد. مطابق اعلام مسئولان بلندپایه، میزان خسارت‌ها بالغبر ۴۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده است. این رقم قطعاً فشار زیادی به بودجه عمومی کشور وارد می‌کند و اشتغالات انبوه قوه مجریه را بیشتر می‌کند.

اگرچه نفس امدادرسانی به هم‌وطنان سیل‌زده خود بودجه قابل‌ملاحظه‌ای را به خود اختصاص داده است، ولی اسکان موقت و میان‌مدت این عزیزان هم نیازمند هزینه‌هایی است که اگر همه آنها را در نظر بگیریم رقم خسارت‌ها را بیشتر می‌کند و نیاز به توجه ویژه به موضوع را افزایش می‌دهد. نکته‌ای که در این میان وجود دارد این است که در ابتدای هر حادثه ملی توجه‌ها به آن جلب می‌شود و علاوه بر کمک‌هایی که مردم می‌کنند همه ارگان‌ها و نهادها هم پای‌کار می‌آیند و همکاری خوبی از خود بروز می‌دهند ولی پس از مدتی موضوع رفته‌رفته به فراموشی سپرده می‌شود و دولت به‌تنهایی موظف به رسیدگی بلندمدت به آسیب‌دیدگان می‌شود.

در چنین شرایطی است که از هم‌اکنون باید توجه‌ها را به موضوع جلب کرد و خواستار استمرار کمک‌های مردمی و توجه ارگان‌های مختلف به رفع خسارت‌ها تا انتها شد. به نظر می‌رسد بهتر است دولت محترم از هم‌اکنون و به‌صورت متوالی گزارش‌هایی از اقدامات انجام‌شده و اعتبارات اختصاص داده‌شده به مردم بدهد و در این راستا به شرح جزییات کمک‌های مردمی و همچنین کارکرد نهادهای دیگر بپردازد.

با این روش امید می‌رود که تلاش برای رفع خسارت‌ها تا انتها ادامه پیدا کند و در میانه راه دولت به‌تنهایی متکلف رسیدگی نباشد. حداقل اینکه مشخص خواهد شد که کدام دستگاه و ارگان به تعهدات خود در این ارتباط پایبند خواهد ماند و کدام دستگاه از انجام وظایف خویش بازمانده است؟

در همین راستا به سلسله اقداماتی نیاز است تا کمک‌های بین‌المللی همچنان ادامه پیدا کند و تا بازسازی‌ها هم تعمیم داده شود. رئیس‌جمهور به‌درستی اشاره کردند که اگر حکام آمریکا عقل داشتند به خاطر همین سیل هم که شده تحریم‌های خود را به مدت یک سال تعلیق می‌کردند. البته از خیره‌سران ایران‌ستیز نشسته در کاخ سفید انتظار انسان‌دوستی و ملاحظه حال ده‌ها هزار سیل‌زده نمی‌رود ولی دستگاه دیپلماسی کشور با مضاعف‌ساختن روشنگری‌ها و ارتباطات خود در اقصی نقاط دنیا افکار عمومی جهان را متوجه سازد که تیغ تخریب تحریم‌های آمریکا چگونه بر جان و تن سیل‌زدگان مظلوم ایرانی می‌نشیند و زخم‌شان را عمیق‌تر می‌سازد. متأسفانه باوجود میلیون‌ها ایرانی خارج‌نشین که در میان آنها ثروتمندان و سرمایه‌داران بزرگ و موقعیت‌داران و دانشمندان مشهوری وجود دارد هنوز آنچنان‌که باید برای کمک به هم‌وطنان سیل‌زده اقدامات شایان توجهی دیده نشده است. آنها می‌توانند در این راه قدم‌های مهم و مؤثری بردارند و هم می‌توانند در سراسر جهان علیه تحریم‌های ظالمانه آمریکا به اعتراض بپردازند و از این راه مرهمی بر زخم‌های ایرانیان سیل‌زده باشند. مخاطب این سخن دعوت‌کنندگان آمریکا به تحریم و حتی حمله نظامی به کشور خویش نیستند که آنان ادب و هویت خود را ازدست داده‌اند و کینه‌شان بزرگ‌تر از شرافت و ایرانیت و نوع‌دوستی‌شان شده است. مخاطب این سخن هر کس است که خود را ایرانی بداند، با هر عقیده و ایده و مذهبی حتی اگر مخالف نظام جمهوری اسلامی باشد. هیچ ایرانی نمی‌تواند نسبت به سرنوشت و آلام هم‌وطنان خود بی‌تفاوتی نشان دهد. همه ایرانیان مدیون کشور و ملت خود هستند و اگر پیوندهای خویش با مام وطن را بگسلند نشاید که نام‌شان ایرانی گذاشته شود. چه خوب است که نمایندگی‌های کشور با ایرانیان خارج‌نشین جلسات متوالی و مستمر بگذارند آنها را نسبت به وضعیت عمومی داخلی آگاه سازند و وظایف اولیه‌شان را متذکر شوند.

بانک‌نامه

از لینک‌های ارسالی وارد سایت‌های پرداخت نشوید

اطلاعات بانکی در معرض فیشینگ

فیشینگ سایت‌های خرید و فروش برای سرقت اطلاعات بانکی مورد استفاده قرار می‌گیرد، بنابراین اگر می‌خواهید پرداختی انجام دهید و وارد اینترنت بانک‌تان شوید، حتماً از طریق خود وب‌سایت وارد شوید.

کلاهبرداران با راه‌اندازی سایت‌های جعلی که شبیه به سایت‌های اصلی است، به ربودن اطلاعات افراد، اغلب برای سوءاستفاده‌های مالی اقدام می‌کنند؛ در این شیوه که اصطلاحاً به فیشینگ معروف است، از طریق اطلاعات واردشده توسط کاربران در صفحات جعلی حساب‌های بانکی قربانیان خالی می‌شود، بنابراین کاربران هنگام مراجعه به سایت‌ها برای خرید، باید به وجود نماد اعتماد الکترونیکی دقت کنند.

در این باره امیر صفری‌فروشانی، کارشناس نرم‌افزارهای امنیتی حوزه فناوری اطلاعات در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه فیشینگ یک تهدید سایبری محسوب می‌شود، گفت: اگر بخواهیم در برابر تهدیدات سایبری ایمن باشیم، باید موارد امنیتی را رعایت کنیم. یکی از موارد امنیتی این است که هوشیار باشیم، هر ایمیلی را باز نکرده و روی هر لینکی کلیک نکنیم، آدرس سایت‌ها را دقیق چک کنیم که همان آدرس مورد نظر باشد، زمانی که یک سایت ما را به مرحله پرداخت هدایت می‌کند، دقت کنیم که مثل همان نوشته شده باشد.

وی ادامه داد: بقیه موارد امنیتی هم این‌طور است که لازم است سیستم عامل و مرورگرمان را همیشه به‌روز کنیم، آنتی‌ویروس اصلی و معتبر داشته باشیم که ویژگی‌های امنیت اینترنتی داشته باشد، از جمله ویژگی حفاظت در برابر وب‌سایت‌ها و لینک‌های آلوده. مرورگرها معمولاً از طرف آنتی‌ویروس افزوده می‌شود و آنها بخش زیادی از فیشینگ را تشخیص می‌دهند. همچنین اگر لینک پرداخت از طریق ایمیل ارسال شد، نباید از طریق آن به اینترنت بانک و ایمیل خود وارد شویم.

آنتی‌ویروس‌ها فیشینگ را هم شناسایی می‌کنند

این کارشناس با بیان اینکه آنتی‌ویروس‌ها، فیشینگ را هم شناسایی می‌کنند، افزود: با وجود این، در ایران سیستم پرداخت متفاوت است، به همین خاطر آنتی‌ویروس‌ها ممکن است خیلی خوب فیشینگ‌های ایرانی را نشناسند، اما اگر می‌خواهید پرداختی انجام دهید و وارد اینترنت بانک‌تان شوید، کلاً از طریق لینک‌هایی که برای‌تان ایمیل می‌شود و یا اپلیکیشن می‌فرستد، وارد نشوید، بلکه حتماً باید از طریق خود وب‌سایت وارد شوید.

صفری با اشاره به اهداف فیشینگ از جمله سرقت اطلاعات یاهو، جی‌میل و یا سرقت اطلاعات بانکی در صفحه‌های پرداخت، بیان کرد: در سایت‌های خارجی مقداری وضعیت فرق دارد و امنیت کمی بهتر است؛ به جز پی‌پل این‌طور نیست که هنگام پرداخت به سایت بانک بروید و در همان سایت فروشگاهی، فرآیند پرداخت انجام می‌شود. در سایت‌های معتبر هم کاربر چون می‌داند دیتا را در خود سایت می‌زند، مشکلی وجود ندارد. به همین دلیل آنجا سایت‌های یاهو و جی‌میل و آمازون و ای‌بی را فیشینگ می‌کنند و سایتی مشابه اینها طراحی می‌کنند که دیتای کاربر را از این سایت‌ها سرقت کنند.

این کارشناس نرم‌افزارهای امنیتی حوزه فناوری اطلاعات خاطرنشان کرد: اگر از نرم‌افزارهای مدیریت پسورد استفاده کنید، وقتی یک بار لاگ‌این می‌کنید، پسوردتان را ذخیره می‌کند و اگر زمانی وارد یک لینک اشتباه شوید، نام کاربری و پسورد را نمی‌آورد و می‌توانید شک کنید که چرا با وجود لاگ‌این کردن با نام کاربری و پسورد، اطلاعات را برای‌تان نیاورده است و بنابراین ممکن است به هر دلیلی که مورد حمله فیشینگ قرار گرفته باشید و با این احتمال که آدرس سایت تقلبی باشد، اطلاعات‌تان را وارد نمی‌کنید.

معرفی خدمات بانکداری‌الکترونیک پاسارگاد

ارائه انواع خدمات بانکی در همراه‌بانک پاسارگاد

انواع خدمات بانکی از طریق سامانه همراه‌بانک پاسارگاد (موبایل‌بانک) و با در دست داشتن یک گوشی تلفن همراه، در تمام مدت شبانه‌روز قابل ارائه است.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، در همراه‌بانک پاسارگاد (موبایل‌بانک)، با در نظر گرفتن تمهیدات مختلف جهت افزایش امنیت و سرعت، انواع خدمات مربوط به کارت، سپرده و تسهیلات ارائه می‌شود. مشاهده فهرست و جزییات سپرده‌ها (موجودی، شماره شبا و ...)، مشاهده صورت‌حساب سپرده‌ها به همراه نمودار گردش سپرده، امکان یادداشت‌گذاری روی گردش سپرده، انتقال وجه داخلی و بین بانکی (پایا و ساتنا)، انتقال وجه مستمر (دوره‌ای) داخل بانکی و بین بانکی، پرداخت قبض با سپرده، مشاهده موجودی کارت (کلیه کارت‌های بانک پاسارگاد)، انتقال وجه کارت به کارت (کارت‌های عضو شبکه شتاب)، پرداخت قبض (با امکان اسکن بارکد قبض برای گوشی‌های اندروید و آی او اس)، خرید شارژ تلفن همراه (ایرانسل، همراه اول، رایتل و تالیا)، مسدود کردن کارت (کارت‌های بانک پاسارگاد)، دریافت سه گردش آخر کارت (کارت‌های بانک پاسارگاد)، امکان دریافت موجودی کارت، مشاهده فهرست تسهیلات و جزییات آنها و پرداخت قسط از جمله خدماتی است که می‌توان از همراه‌بانک پاسارگاد دریافت کرد. همچنین این برنامه امکان جست‌وجو و مشاهده گزارش وضعیت تمام تراکنش‌های انجام‌شده از طریق گوشی تلفن همراه شامل انتقال وجه (سپرده)، پرداخت قبض، خرید شارژ ایرانسل، خرید شارژ همراه اول، خرید شارژ رایتل، خرید شارژ تالیا و انتقال وجه(کارت) را فراهم کرده است.

امکان دریافت رمز یکبار مصرف کارت، امکان تبدیل شماره کارت به سپرده و شبا، امکان دریافت فایل اکسل گردش سپرده و ... از دیگر امکانات این برنامه است.

همراه‌بانک پاسارگاد برای سیستم‌های IOS و Android قابل دسترس است. به این‌ترتیب که مشتریان می‌توانند ابتدا با مراجعه به نزدیک‌ترین شعبه نسبت به دریافت رمز موبایل‌بانک اقدام کنند و پس از دریافت برنامه از طریق سایت بانک پاسارگاد به نشانی www.bpi.ir و وارد کردن شماره مشتری به‌عنوان نام کاربری و رمز دریافت‌شده از شعبه وارد موبایل‌بانک پاسارگاد شوند.

مشتریان می‌توانند برای اطلاع از سایر خدمات متنوع ارائه‌شده در همراه‌بانک پاسارگاد به سایت این بانک مراجعه و یا با مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی به شماره ۸۲۸۹۰ تماس حاصل کنند.

جزییات تاثیر اجرای عملیات بازار باز از زبان رئیس‌کل بانک مرکزی

نرخ سود بانکی، دامنه‌ای می‌شود

بانک مرکزی قصد دارد به جای تعیین نرخ قطعی سود برای بانک‌ها، دامنه‌ای از نرخ سود را تعیین کند که بانک‌ها موظفند در آن چارچوب عمل کنند.

به گزارش ایسنا، بانک مرکزی در دوره جاری در دوره‌های زمانی متفاوت برنامه‌های مشخصی را پیگیری کرده و تلاش می‌کند تا آنها را عملی کند که در این راستا نیز عمده تمرکز بانک مرکزی بر یکی از برنامه‌هاست، هرچند که به گفته رئیس‌کل بانک مرکزی، سایر برنامه‌ها نیز همزمان با هم پیش خواهد رفت.

در مدت اخیر بانک مرکزی بحث اصلاح ناترازی آنها را در دستور کار خود قرار داده و این موضوعی است که همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی سال گذشته نیز از آن به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اصلاح نظام بانکی نام برده و تاکید کرده بود که تا وقتی اضافه برداشت بانک‌ها از بانک مرکزی سر و سامان پیدا نکند، سیستم بانکی کشور اصلاح نخواهد شد.

البته به گفته وی اصلاح ناترازی بانک‌ها از نخستین مراحل اصلاح نظام بانکی است، اما با توجه به اینکه بیشتر وقت بانک مرکزی در سال گذشته صرف رسیدگی و کنترل بازار ارز شد، این برنامه‌ها با سرعت کمتری پیش رفت.

البته چندین قانون نیز در راستای شفافیت مالی در سال گذشته از سوی بانک مرکزی پیگیری و در شورای پول و اعتبار تصویب شد که به نظر می‌رسد این اقدامات نیز در راستای طرح اصلاح نظام بانکی بوده است.

با این حال، بانک مرکزی این روزها به دنبال این است تا با ساماندهی روش‌های جذب سپرده از سوی بانک‌ها، اضافه برداشت آنها از بانک مرکزی را مدیریت کرده و به نوعی از بدهی بانک‌ها بکاهد. طی روزهای گذشته دستورالعمل اجرای عملیات بازار باز از سوی شورای پول و اعتبار به تصویب رسید که دو نکته مهم این دستورالعمل این است که این بازار علاوه بر اینکه، امکان معاملات اوراق بهادار دولت را بین بانک‌ها و بین بانک مرکزی و بانک‌ها فراهم می‌آورد، در واقع اوراق بهادار دولتی را به دارایی‌هایی بدون ریسک تبدیل می‌کند، ولی به گفته همتی همزمان نرخ تنزیل در بازار در قالب دامنه نرخ سود تعریف خواهد شد.

به این ترتیب آنطور که رئیس‌کل بانک مرکزی درباره این عملیات گفته، اجرای این طرح شکل پیشرفته عملیات سیاست پولی است که همزمان نه‌تنها معاملات اوراق و نحوه تعامل بانک مرکزی با بانک‌ها را سامان خواهد داد، بلکه با توجه به مسیر تورمی که بانک مرکزی ترسیم خواهد کرد، دامنه تعیین‌شده نرخ سود، ساختار سامان‌یافته‌ای به نرخ سود خواهد داد تا نرخ‌ها از حول و حوش یک بازه، زیاد و کم نشوند.

این صحبت‌ها نشان می‌دهد که بانک مرکزی به جای اینکه مانند گذشته به دنبال ایجاد نرخ سود مشخص و ابلاغ آن به بانک‌ها باشد که نتیجه آن نیز دور زدن قوانین از سوی بانک‌ها و پرداخت و دریافت سودهای بالاتر است، قصد دارد تا بازه‌ای از نرخ سود را برای بانک‌ها تعریف کند تا بانک‌ها در چارچوب آن بازه فعالیت کنند، چراکه بدون این دامنه، ممکن است آشفتگی زیادی در نرخ‌های بین بانکی به وجود آید.

البته هنوز جزییاتی از این دامنه نرخ سود اعلام نشده، اما ممکن است نرخ سود برای بانک‌های مختلف با توجه به شرایط آنها متفاوت باشد یا اینکه یک بازه برای همه بانک‌ها تعریف شود که این بانک‌ها موظف باشند نرخ سود را در آن بازه تعیین کنند.

در عین حال نظارت و جدیت بانک مرکزی در اجرای این عملیات نیز از مهم‌ترین فاکتورهای موفقیت آن به شمار می‌رود و اگر این نظارت به درستی انجام نشود، می‌تواند مشکلات زیادی را همچون گذشته ایجاد کند که رئیس‌کل بانک مرکزی در این زمینه نیز با جدیت به بانک‌ها هشدار داده بود که در صورتی که سقف ۲۰درصدی نرخ سود را رعایت نکنند، به شدت با آنها برخورد می‌شود.

گفتنی است عملیات بازار باز خرید و فروش اوراق قرضه دولتی در بازار آزاد، برای گسترش یا انقباض میزان پول در سیستم بانکی است که توسط بانک‌های مرکزی کشورها انجام می‌شود. خریدها به سیستم بانکی پول تزریق می‌کنند و رشد اقتصادی را افزایش می‌دهند، در حالی که فروش‌ها عکس این تاثیر را دارند.

بیست و هفتم فروردین ماه در یک هزار و دویست و شصت و هشتمین جلسه شورای پول و اعتبار با هدف اجرای سیاست پولی و مدیریت نرخ‌های سود، کنترل تورم، ساماندهی اضافه برداشت بانک‌ها و تعیین چارچوب مشخص برای اعطای اعتبار به بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری، به بانک مرکزی اجازه داده شد نسبت به انجام عملیات بازار باز اقدام کند. این عملیات شامل خرید و فروش اوراق مالی اسلامی منتشرشده توسط دولت و وثیقه‌گیری در ازای اضافه‌برداشت یا اعطای خطوط اعتباری به بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری می‌شود.

مهار نوسان‌های نرخ ارز با راه‌اندازی بازار متشکل ارزی

بازیگران بازار متشکل ارز

پس از مدت‌ها انتظار و نوسان‌های شدید نرخ ارز که بی‌ثباتی ارزی و اقتصادی را در سال گذشته به دنبال داشت، بانک مرکزی تصمیم گرفت بازار متشکل ارز را راه‌اندازی کند و نخستین گام‌ها را برای عملیاتی کردن این بازار بردارد. نخستین جلسه هیات مدیره بازار متشکل ارزی نیز در هفته گذشته برگزار شد؛ قرار است در نخستین گام برای راه‌اندازی این بازار، همه صرافی‌های مجاز و بانک‌های عامل از درگاهی که اعلام می‌شود، نسبت به اخذ کد کارگزاری بازار متشکل ارزی اقدام کنند. به نظر کارشناسان، این بازار می‌تواند بی‌ثباتی بازار ارز را کاهش داده و سازوکاری شفاف و قابل رصد را برای معاملات انواع ارز ایجاد کند.

در همین زمینه، احمد حاتمی‌یزد، کارشناس بانکی با بیان اینکه بازار متشکل ارزی می‌تواند التهاب و نوسان نرخ ارز را کاهش دهد، گفت: به دلیل اینکه معاملات این بازار، شفاف است و خریداران و فروشندگان می‌توانند در شرایط رقابتی درخواست‌های خود را ارائه کنند، نوسان‌های آن نسبت به بازار غیرشفاف کمتر خواهد بود.

به گفته حاتمی‌یزد، این بازار، سازوکاری مشابه بورس دارد که خریداران و فروشندگان، قیمت‌های مورد نظر خود را در آن اعلام می‌کنند که در نهایت طرفین بر سر یک قیمت به توافق رسیده و معامله انجام می‌شود.

مدیرعامل اسبق بانک صادرات در گفت‌وگو با ایرنا، با برشماری مزایای راه‌اندازی بازار متشکل ارزی گفت: این بازار باعث شفافیت معاملات ارز شده و همچنین به‌روزرسانی و کارآمد شدن اطلاعات بانک مرکزی و مدیریت ارزی کشور را به دنبال دارد. از طریق این بازار مشخص خواهد شد که چه افرادی و با چه هدفی، اقدام به خرید و فروش ارز کرده‌اند، به عنوان مثال مشخص می‌شود که ارز خریداری‌شده را برای واردات دریافت کرده و یا آن را صرف پرداخت بدهی ارزی خود کرده‌اند.

این کارشناس امور بانکی ادامه داد: همچنین از طریق این بازار، نرخ مورد قبول بازار آزاد که با نرخ رسمی دولتی متفاوت است نیز کشف و مشخص می‌شود. بانک مرکزی به عنوان بزرگترین عرضه‌کننده ارز کشور می‌تواند در مقاطعی که لازم می‌داند در این بازار مداخله کرده و تاثیرگذار باشد و با قیمت بازار و یا پایین‌تر از آن، ارز خود را به فروش برساند.

حاتمی یادآور شد: البته در شرایطی بانک مرکزی اقدام به مداخله و تاثیرگذاری خواهد کرد که یا نیاز به ریال داشته و یا اینکه بخواهد نرخ ارز را پایین نگاه دارد.

همچنین اگر بانک مرکزی مشاهده کند که نرخ ارز به صورت غیرمعمول در حال کاهش است نیز مداخله کرده و می‌تواند از طریق خریداری ارز، مانع افت غیرمعمول قیمت‌ها شود.

امکان جایگزینی سامانه نیما در آینده

این کارشناس بانکی اضافه کرد: علاوه بر بانک مرکزی، سایر بانک‌ها و همچنین صرافی‌های مجاز نیز به عنوان بازیگران بازار متشکل ارزی به‌شمار خواهند رفت که توسط آنها خرید و فروش انجام می‌شود. فعالان اقتصادی و همچنین افراد عادی می‌توانند از طریق بانک‌ها یا صرافان در بازار متشکل ارزی، اقدام به خرید و فروش ارز کنند.

حاتمی درباره توان بازار متشکل ارزی برای تبدیل شدن به مرجع اصلی تعیین قیمت ارز، اضافه کرد: در شرایط عادی این هدف تحقق‌پذیر است، اما در شرایط بحرانی و تحریم نمی‌توان به طور کامل به این هدف دست یافت.

این کارشناس امور بانکی یادآور شد: اکنون بخش زیادی از درآمد ارزی ما در خارج از کشور نگهداری شده و امکان جابه‌جایی آن وجود ندارد، اگر امکان انتقال این ارزها باشد شرایط رقابتی‌تر خواهد شد.

حاتمی با بیان اینکه برخی فعالان اقتصادی تمایل به خارج کردن ارز از کشور دارند، گفت: در سال گذشته بیش از ۴۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی انجام شد که حدود یک چهارم آن به کشور بازگشت و بقیه از طریق صادرکنندگان دولتی، خصوصی و خصولتی در خارج از کشور نگهداری می‌شود که مشخص نیست به چه صورت قرار است به کشور بازگردد.

این کارشناس امور بانکی یادآور شد: بخشی از این پول، صرف واردات مورد نیاز خود شرکت‌ها خواهد شد، قسمتی نیز در بازار آزاد به فروش می‌رسد، اما نهایتا بخش مهمی از سرمایه ارزی کشور هیچ‌گاه باز نمی‌گردد، بنابراین می‌توان گفت که طرف عرضه و تقاضا اکنون به صورت کامل، رقابتی نیست بر این اساس، اهداف مورد نظر به طور کامل تحقق نمی‌یابد و نتایج مورد نظر محدود خواهد بود.

این کارشناس امور بانکی درباره احتمال جایگزینی بازار متشکل ارزی با سامانه نیما، گفت: در ابتدا بازار متشکل ارزی و سامانه نیما می‌توانند همزمان به فعالیت بپردازند، اما اگر بازار متشکل ارزی بتواند کارآمدی خود را نشان دهد در آینده می‌تواند جایگزین سامانه نیما شود.

وی افزود: اکنون در سامانه نیما واردکنندگان و صادرکنندگان تقاضاهای خود را مطرح می‌کنند، اما در خارج از سامانه نیما، افراد دیگری از طریق صرافی‌ها و یا در کف خیابان اقدام به خرید و فروش ارز می‌کنند که بازار متشکل ارزی می‌تواند آنها را پوشش دهد.

شرط موفقیت بانک مرکزی در اثرگذاری بر قیمت ارز

این کارشناس امور بانکی با بیان اینکه راه‌اندازی بازار متشکل ارزی برای اقتصاد کشور مفید است، یادآور شد: در صورتی که بازار متشکل ارزی راه‌اندازی شود، دیگر شاهد معاملات در کف خیابان نخواهیم بود، زیرا افراد نیازی به عرضه ارز در کف خیابان نداشته و می‌توانند در بازار متشکل، اقدام به فروش کنند یا نیاز ارزی خود را تامین کنند.

حاتمی به مزیت دیگر راه‌اندازی این بازار اشاره کرد و گفت: اکنون مقدار قابل توجهی ارز در خانه‌های مردم نگهداری می‌شود که دیر یا زود افراد به دلیل نیاز به پول برای خرید خانه و . . . ، باید آن را به فروش برسانند که در صورت وجود بازار متشکل ارزی، این بازار می‌تواند به محلی مطمئن و امن برای خرید و فروش ارز این افراد تبدیل شود.

وی به تاثیرات منفی دخالت بانک مرکزی برای قیمت‌گذاری دستوری در بازار متشکل ارزی اشاره کرد و گفت: قیمت‌گذاری دستوری هیچ‌گاه به نتیجه نمی‌رسد زیرا بازار ارز، بازار بسیار بزرگی است که افراد زیادی در آن مشغول فعالیت هستند و همه آنها قابل شناسایی و کنترل نیستند.

مدیرعامل اسبق بانک صادرات یادآور شد: اگر بانک مرکزی بخواهد در بازار ارز تاثیرگذار باشد باید به جای دستور دادن، خود وارد بازار شده و برای جلوگیری از بالا رفتن نرخ آن اقدام به عرضه ارز کند.

وی گفت: بانک مرکزی زمانی می‌تواند در تعیین قیمت ارز در بازار متشکل ارزی موفق باشد که نرخ مورد نظرش، منطقی بوده و براساس واقعیت‌های اقتصادی و نیز موجودی ارزی بانک مرکزی تعیین شده باشد.

این کارشناس امور بانکی تصریح کرد: نرخ مورد نظر بانک مرکزی باید براساس عرضه و تقاضا و کار کارشناسی دقیق محاسبه و تعیین شود.

حاتمی با بیان اینکه بانک مرکزی پیش از این در تعیین قیمت کارشناسی و واقعی ارز دچار اشتباهاتی شده بود، گفت: نمونه بارز این اشتباه در اصرار بر عرضه ارز ۴۲۰۰ تومانی بود که منطقی نبود و باعث هدر رفتن منابع ارزی کشور شد و همچنین نتوانست بازار ارز را به تعادل برساند.

رکوردشکنی بورس تهران در کنار صف‌های پایدار خرید

شاخص بورس در مدار رشد

شاخص بورس در آخرین روز فروردین‌ماه امسال به رهبری شیمیایی‌ها رشد کرد و توانست باز هم رکوردی جدید ثبت کند؛ حتی قندی‌ها که مخالف جریان بازار حرکت می‌کردند نیز با رشد قیمت رو به رو شدند و بسیاری از گروه‌ها صف‌های پایدار خرید را تجربه کردند.

به گزارش ایسنا، آخرین روز فروردین‌ماه در بورس تهران بار دیگر تقاضا بر عرضه غلبه کرد و شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۴هزار و ۴۶۴ واحد رشد کرد و به رقم ۲۰۴ هزار و ۳۷۵ واحدی رسید. این شاخص در حالی تراز ۲۰۳ هزار واحدی را رد می‌کند که در هفته گذشته برای اولین بار در تاریخ بورس توانسته بود رکورد سال گذشته را بشکند و از کانال ۲۰۰ هزار واحدی هم بالاتر رود.

اما در آخرین روز معاملاتی هفته گذشته قیمت‌ها تا حدودی اصلاح شد و متعاقب آن شاخص بازار نیز با کاهش روبه‌رو شد و کانال ۲۰۰ هزار واحدی را ترک کرد، اما در آخرین روز فروردین‌ماه با رشد قیمت‌ها در بسیاری از گروه‌ها به رهبری چند سهم در گروه محصولات شیمیایی شاخص کل توانست نه‌تنها دوباره کانال ۲۰۰ هزار واحدی را فتح کند، بلکه رکورد جدیدی را ثبت کرد و به رقم ۲۰۴ هزار و ۳۷۵ رسید.

شاخص کل هم وزن نیز ۱۱۸۹ واحد رشد کرد و تا رقم ۴۰ هزار و ۶۵۲ بالا رفت. شاخص آزاد و شناور نیز با ۵هزار و ۲۶۷ افزایش به رقم ۲۳۰ هزار و ۸۲۲ واحدی رسید. همچنین شاخص بازار اول با رشد فزاینده ۳ هزار و ۱۶۶ واحدی قله ۱۵۳ هزار و ۲۴۲ واحدی را فتح کرد و شاخص بازار دوم با ۹ هزار و ۴۶۶ واحد افزایش تا رقم ۳۹۴ هزار و ۳۳۲ واحد بالا رفت.

صدرنشینان بورس

در این روز در گروه محصولات شیمیایی به جز در یک سهم مابقی با رشد یک‌دست در قیمت پایانی مواجه بودند. به طوری که در بخشی از سهم‌های این گروه صف خرید پایدار شکل گرفت. یکی از این سهم‌ها صنایع پتروشیمی هلدینگ خلیج فارس بود که به تنهایی ۴۷۰ واحد تأثیر افزایشی روی شاخص‌های بازار داشت. ارزش معاملات این سهم به کمی بیشتر از ۲۰ میلیارد تومان رسید. از دیگر نمادهای تأثیرگذار این گروه که شاخص کل را تقویت کردند، گسترش نفت و گاز پارسیان و پتروشیمی پردیس بود، به طوری که معاملات سهام هر یک از شرکت‌های یادشده به ترتیب ۲۳۹ و ۲۲۴ واحد تأثیر افزاینده روی شاخص‌های بازار داشت.

نمادهای بانکی نیز عمدتاً شاهد افزایش قیمت سهم‌ها بودند. به طوری که نماد بانک ملت با صف خرید روبه‌رو شد و ۴.۸درصد نسبت به روز گذشته افزایش قیمت را تجربه کرد. این شرکت پس از گروه محصول شیمیایی بیشترین تأثیر را روی نوسانات شاخص داشت. در عین حال نماد بانک تجارت در این گروه ۳۵ واحد تأثیر کاهنده روی شاخص‌های بازار سهام داشت و قیمت پایانی‌اش بیش از یک درصد کاهش را تجربه کرد. توسعه معادن و فلزات نیز با تأثیر کاهشی ۳۳ واحدی روی شاخص داشت.

در گروه فرآورده‌های نفتی کک و سوخت هسته‌ای نیز قیمت سهم‌ها یک‌دست رشد کرد و برخی از آنها با صف خرید روبه‌رو شدند. در این گروه ۳۳ میلیون سهم به ارزش بیش از ۴۳ میلیارد تومان مورد داد و ستد قرار گرفت. خودرویی‌ها نیز از فضای بازار جا نماندند و عمدتاً با قیمتی فزاینده روبه‌رو شدند. در برخی از سهم‌های این گروه نیز شاهد صف‌های خرید بودیم.

حتی قندی‌ها هم که در هفته گذشته‌اش از رشد بازار جا مانده و برخلاف جو کلی بازار با صف‌های فروش مواجه شده بودند، در آخرین روز فروردین به غیر از یک سهم با رشد فضاینده قیمت‌ها روبه‌رو شدند و اکثراً نزدیک به ۵درصد نسبت به روز گذشته رشد قیمت را تجربه کردند و صف خرید را شاهد بودند.

ارزش معاملات بورس تهران به رقم هزار و ۲۱۲ میلیارد تومان و حجم معاملات رقم ۴میلیارد سهم و اوراق مالی را پشت سر گذاشت. تعداد معاملات این بازار نیز مجموعاً به ۲۴۹ هزار و ۳۱۴ مورد رسید.

شاخص کل فرابورس نیز باز هم به فاز مثبت بازگشت و توانست ۵۷ واحد رشد کند و به رقم ۲هزار و ۴۷۷ برسد. ارزش معاملات این بازار به رقم ۶۶۹ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات یک میلیارد سهم و اوراق مالی را رد کرد.

امسال مبنای آغاز رشد بازار سرمایه است

یک کارشناس بازار سرمایه درباره روند معاملات بورس تهران در آخرین روز فروردین ماه گفت: با توجه به اینکه اقتصاد کشور با افزایش قیمت ارز همسو شده است، بنابراین به نظر می‌رسد شاخص بورس خود را با دلار ۱۳ هزار تومان وفق دهد و مبنایی برای آغاز رشد بازار برای سال ۹۸ باشد.

فرهاد رمضان در گفت و گو با ایرنا، به روند معاملات بورس در فروردین ماه اشاره کرد و گفت: در دو روز آخر هفته گذشته، شاخص بورس به شدت تحت تاثیر نوسان قیمت دلار و نیز موجی از فروش سهام از سوی برخی از فعالان حقیقی و حقوقی در بازار سرمایه قرار گرفت. سهم‌هایی که قبل نوروز، هفته میانی تعطیلات و هفته سوم فروردین ماه با افزایش تقاضا و قیمت روبه‌رو بود باعث رشد شاخص به بیش از ۲۰۱ هزار واحد شد که این موضوع به عنوان یک رکورد تاریخی در بورس ایران محسوب می‌شود.

رمضان یادآوری کرد: طبیعی است گاهی بازار سرمایه به دلیل مطابقت بازار با شرایط جدید و همچنین قیمت کالاهای جهانی و نرخ ارز به یک استراحت چند ساعته نیاز پیدا می‌کند. این عوامل در کنار یکدیگر باعث شد در چند روز گذشته که روزهای پایانی فروردین ماه به شمار می‌رود شاهد حجم وسیعی از فروش در بازار سرمایه باشیم و نقطه مقاومت ۲۰۰ هزار واحدی شکسته شود.

به گفته وی، در آخرین روز فروردین نیز تا حدودی از فشار فروش کاسته شد، به همین دلیل برخی صنایع که روند منفی را در پیش گرفته بودند تغییر مسیر دادند و با صف خرید مواجه شدند. همچنین به دلیل نیمه تعطیل بودن بازار در این روز نمی‌توان تحلیل دقیقی از وضعیت بازار ارائه داد و معاملات بازار از دوشنبه به صورت جدی از سر گرفته می‌شود.

بازار متاثر از حوادث طبیعی

این کارشناس بازار سرمایه گفت: مهمترین موضوع کنونی بازار، شامل حوادث زیست‌محیطی می‌شود مانند ورود ملخ‌ها به ایران یا سیلی که برخی استان‌های کشور را درگیر خود کرده است. این اتفاق‌ها به دلیل تاثیرگذاری بر حوزه کشاورزی، دامپروری و شیلات هزینه‌هایی را به اقتصاد کشور تحمیل می‌کند.

وی گفت: امکان مهاجرت از بخش‌هایی از استان‌ها که دچار سیل شده‌اند باعث تحت شرایط قرار گرفتن نیروی انسانی در حوزه بنگاهداری، کشت و صنعت می‌شود. آزادسازی قیمت‌های حامل انرژی و افزایش قیمت ارز هم از دیگر مسائلی است که در ۱۱ ماه آینده امسال برای تحلیگران، مهم تلقی می‌شود.

این کارشناس بازار سرمایه موضوع ورود به فصل مجامع را از دیگر عامل تاثیرگذار بر روند بازار سرمایه مطرح کرد و گفت: امسال برای بازار سرمایه شرایط ویژه‌ای دارد که امیدواریم این شرایط به نفع بازار سرمایه چرخش داشته باشد.

نماگر بازار سهام

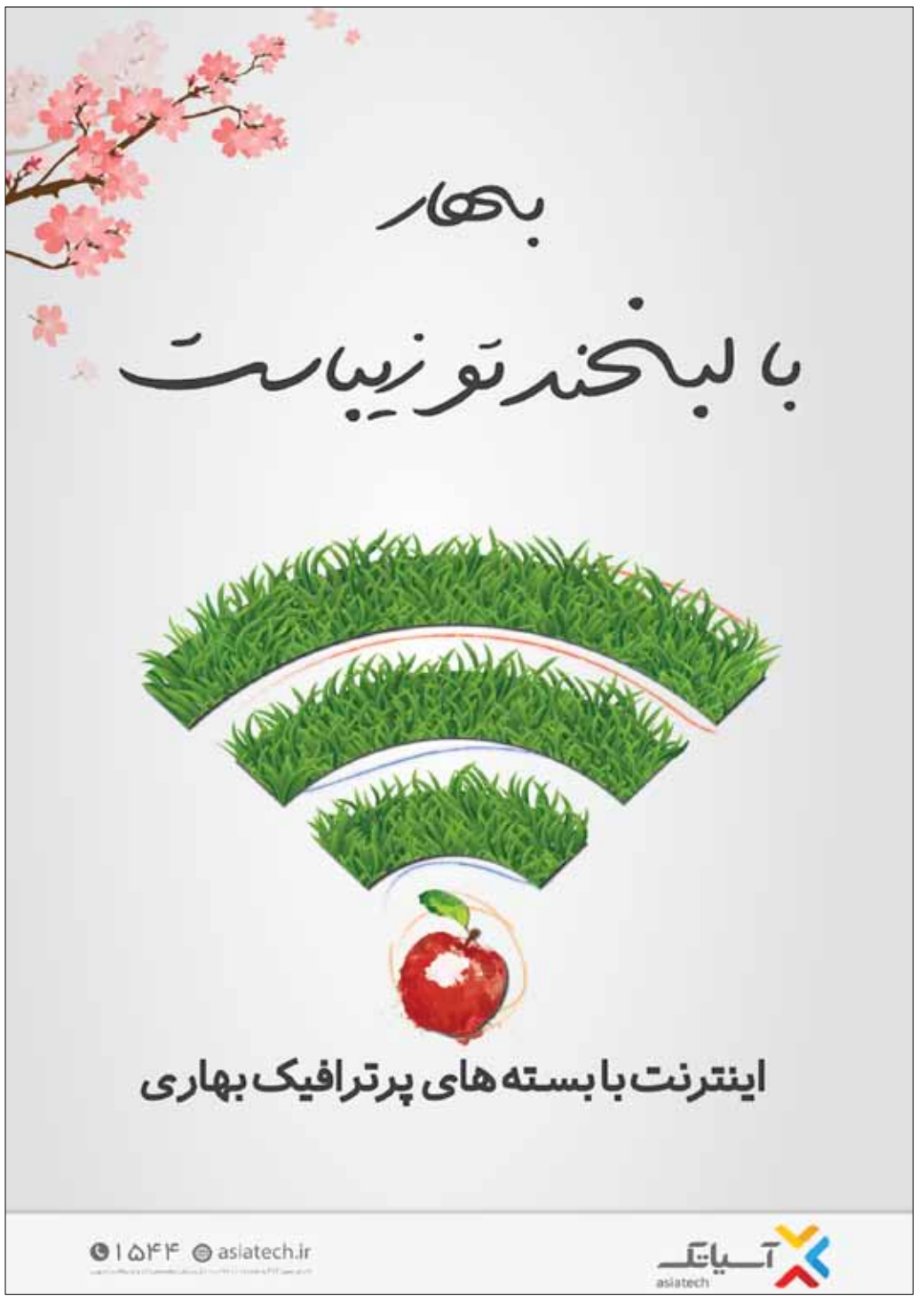
رئیس سازمان بورس اعلام کرد

۳ برنامه عملیاتی بورس برای کمک به رونق تولید

رئیس سازمان بورس گفت این سازمان در جهت تحقق شعار رونق تولید برنامه‌های عملیاتی متعددی طراحی و به مرحله اجرا درخواهد آورد. به گزارش تسنیم، شاپور محمدی در مصاحبه با رادیو، افزود: به طور کلی در حوزه بازار سرمایه برنامه‌های مختلفی وجود دارد که هدف برخی از این برنامه‌ها شفافیت و نظارت بر نهادهای مالی است اما درخصوص شعار سال و رونق تولید سه برنامه مرتبط‌تر از سایر برنامه‌هاست. وی همچنین اظهار داشت: برنامه اول مربوط به پذیرش شرکت‌های جدید در بازار سرمایه است که این اقدام کمک می‌کند به برخی از شرکت‌هایی که اکنون در خارج از بورس حضور دارند با فروش بخشی از سهام در بورس تهران یا فرابورس قسمتی از منابع مورد نیاز جهت توسعه فعالیت‌های خود را در این بازار تامین کنند. رئیس سازمان بورس گفت: این اقدام طی سال جاری با قوت بیشتری دنبال خواهد شد که یکی از اقدامات مرتبط اصلاح ساختار هیات‌های پذیرش است. وی در ادامه افزود: دومین کاری که باید برای بخش خصوصی انجام شود انتشار انواع اوراق مالی- اسلامی است. محمدی اظهار داشت: طی سال‌های گذشته حجم بازار بدهی از ۱۰ هزار میلیارد تومان به ۹۰ هزار میلیارد تومان رسیده ولی دولت بیشتر از این بازار استفاده کرده است. وی گفت: برنامه بازار سرمایه برای سال جاری اینکه بخش خصوصی بتواند از انواع اوراق مالی - اسلامی از جمله اوراق وکالت، منفعت، صکوک اجاره، استصناع، اوراق جعاله و امثال اینها بتواند تامین مالی انجام دهد. رئیس سازمان بورس افزود: دو مسئله مهم را باید در حوزه تامین مالی دنبال کرد اول دسترسی و میزان دسترسی به منابع مالی و دوم نرخ تامین مالی است. وی اظهار داشت: بعضی وقت‌ها امکان دارد منابع وجود داشته باشد اما نرخ این منابع بسیار بالا و برای تولیدکننده به‌صرفه نباشد در هر دو حوزه سازمان بورس تلاش خواهد کرد امسال از سال‌های قبل جدی‌تر ورود پیدا کند. محمدی با بیان اینکه برنامه سوم مربوط به انتشار اوراق برای ایجاد سرمایه در گردش است، گفت: بعضی از اوراق‌هایی که وجود دارد مبتنی بر فروش کالاهای شرکت‌هاست که بدهی برای آنها ایجاد نمی‌کند مثل اوراق سلف موازی استاندارد که در بورس کالا و انرژی دنبال می‌شود.

وی در ادامه افزود: امسال از طریق این سه ابزار مهم در کنار سایر ابزارها در جهت تامین مالی بخش خصوصی تلاش وافری انجام خواهد شد.

دامنه به فروش نرفتن نفت خام و میعانات گازی در بورس انرژی به سال جدید هم کشیده شد و نفت خام و میعانات گازی در نخستین عرضه در سال جدید بی‌مشتری ماندند؛ اتفاقی که بخش خصوصی علت آن را این می‌داند که انرژی در ایران در انحصار دولت است. به گزارش ایسنا، بیستم فروردین‌ماه بود که نفت خام برای نخستین بار در سال جدید در رینگ بین‌المللی بورس انرژی عرضه شد و برای پنجمین بار از هشت مرتبه‌ای که این فرآیند رخ داده بود، بی‌مشتری ماند. میعانات گازی هم سرنوشتی مشابه نفت خام داشتند و زمانی که در ۲۷ فروردین‌ماه برای چهارمین مرتبه در بورس انرژی عرضه شد، باز هم همانند سه دوره قبل مشتری نداشت.



آگهی فراخوان مناقصه عمومی
نوبت اول
شرکت 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 تامین نماید:

شماره تقاضا و مناقصه	تقاضای شماره AZ- 9640967 مناقصه شماره ۹۷/۰۱۴		
شرح مختصر اقلام درخواستی	PLATE HEAT EXCHANGER		
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار	مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار به میزان ۹۵۹/۱۵۰/۰۰۰ ریال می باشد.		
نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار	ضمانت نامه بانکی و یا واریز وجه نقد به حساب شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی		
تاریخ تحویل اسناد به واجدین شرایط	۱۳۹۸/۰۳/۲۱	آخرین مهلت ارائه پیشنهادات	۱۳۹۸/۰۴/۰۸
تاریخ گشایش پاکات فنی	۱۳۹۸/۰۴/۲۹	تاریخ گشایش پاکات مالی	۱۳۹۸/۰۵/۲۲
آدرس و تلفن مناقصه گزار	استان بوشهر، عسلویه، منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس، شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی، پالایشگاه ششم- ساختمان انبار- امور کالا کارشناس خرید: علیزمان آقائی تلفن: ۸۳۴۳		

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۷۷۳۱۳۱۸۳۴۳ -۰۷۷۳۱۳۱۸۳۳۴ تماس حاصل فرمایند.

۱۱۶ تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۲/۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۲/۵ شماره مجوز ۱۳۹۸.۴۱۱ روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

«مال‌ها» باید ملزم به استفاده از کالاهای داخلی شوند

عضو هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با اشاره به ممنوعیت واردات پوشاک که از سال گذشته اعمال شده، گفت اگر فروشگاه‌های بزرگ ملزم به استفاده از کالاها و محصولات داخلی شوند در راستای حمایت از تولید داخل مفید خواهد بود.

مجید نامی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به اینکه بیشتر شدن فضای عرضه باعث می‌شود برندهای داخلی سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص دهند، گفت: به ویژه با ممنوعیت واردات پوشاک که از سال گذشته اعمال شده، فرصت خوبی برای تولیدکنندگان ایرانی ایجاد شده و در این شرایط بیشتر شدن محل عرضه می‌تواند به دیده شدن برندهای ایرانی کمک کند.

وی همچنین با بیان اینکه پیش از ممنوعیت واردات پوشاک، فروشگاه‌های بزرگ با تولیدکنندگان داخلی همکاری نمی‌کردند، اظهار کرد: فروشگاه‌های بزرگ فکر می‌کردند برای جذب مشتری بیشتر باید از برندهای خارجی استفاده کنند، اما در شرایط فعلی که برندهای خارجی همچون گذشته در کشور فعال نیستند برای پر کردن مراکز خرید مجبور هستند از برندهای داخلی استفاده کنند.

عضو هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران ادامه داد: باید قوانینی از سوی دولت و شهرداری تعیین شود تا زمانی که برندهای خارجی دوباره به کشور بازگشتند و ممنوعیت واردات پوشاک لغو شد، سهمی از فروش مال‌ها به تولیدکنندگان داخلی اختصاص یابد تا بتوانند جایگاه خود را در مراکز خرید حفظ کنند.

نامی در پاسخ به اینکه چگونه با وجود ممنوعیت واردات پوشاک، تعداد زیادی از برندهای خارجی در فروشگاه‌های بزرگ فعال هستند، تصریح کرد: طبق قانونی که از سال ۱۳۹۶ اجرا شده برندهایی که به طور رسمی و قانونی در کشور فعالیت می‌کنند و نام آنها در وزارت صنعت، معدن و تجارت ثبت شده، موظف هستند حداقل ۲۰درصد صادراتی که به ایران دارند را در داخل کشور تولید کنند بنابراین برخی از برندهای خارجی به طور قانونی در داخل کشور تولید می‌شود و با همان برند به فروش می‌رسد.

وی اجرای این قانون را در راستای انتقال تکنولوژی و دانش فنی و همچنین حمایت از تولید داخل مؤثر دانست و گفت: در این میان ممکن است برخی از برندهایی که مجوز فعالیت ندارند و کالای تقلبی می‌فروشند، پوشاک تولیدشده در داخل کشور را به نام برند خارجی به فروش برسانند.

سند راهبردی صنعت پوشاک کی تصویب می‌شود؟

عضو هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران در ادامه با اشاره به لزوم تصویب سند راهبردی صنعت پوشاک در سال رونق تولید، اظهار کرد: با توجه به اینکه امسال صنایع کوچک و متوسط و صنعت پوشاک جزو اولویت‌های صنعت هستند، انتظار داریم این سند راهبردی هرچه زودتر تصویب و ابلاغ شود تا برنامه‌ریزی بهتری برای آینده صورت بگیرد.

به گفته وی سند راهبردی صنعت پوشاک نزدیک به سه سال است که با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت، دانشگاه امیرکبیر و بخش خصوصی تهیه شده و به صورت یک نقشه راه برای حمایت از این صنعت در نظر گرفته شده است.

سطح مبادلات تجاری ایران و یونان قابلیت توسعه دارد

سفیر یونان در ایران با بیان اینکه سطح مبادلات تجاری ایران و یونان قابلیت توسعه را دارد، گفت در حال حاضر سطح مبادلات تجاری ایران یونان حدود ۳۰ میلیون یورو است. به گزارش ایسنا، دیمیتری الکساندرکیس در حاشیه پنجمین جشنواره بین‌المللی غذای اکو - جاده ابریشم در جمع خبرنگاران با بیان اینکه با وجود تحریم‌های موجود علیه ایران، اتحادیه اروپا مکانیزم‌های ویژه‌ای برای تعاملات تجاری ایران و کشورهای اروپایی در نظر گرفته است، اظهار کرد: تحریم‌های موجود مشکلاتی در زمینه نقل و انتقالات مالی بانکی فراهم کرده است، اما اتحادیه اروپا مکانیزم‌هایی اتخاذ کرده تا یونان با استفاده از آن، با ایران در ارتباط باشد و اتحادیه از تحریم‌ها حمایت نمی‌کند.

سفیر یونان در ایران گفت: روابط اقتصادی و تجاری ایران و یونان ظرفیت توسعه هرچه بیشتر را دارد و در حوزه روابط تجاری نیز تا همین اواخر از ایران واردات نفت داشته‌ایم که یکی از محصولات مهم و استراتژیک است.

وی خواستار ارتقای روابط در سایر حوزه‌ها با ایران شد و افزود: ظرفیت‌های موجود در هر دو کشور ایران و یونان بستر مناسبی برای ارتقای سطح مناسبات است و در حال حاضر سطح مبادلات تجاری ایران و یونان حدود ۳۰ میلیون یورو است.

سفیر یونان در ایران با بیان اینکه استان زنجان و کشور یونان در زمینه تولید محصول زیتون مشترک هستند، گفت: استان زنجان و کشور یونان می‌توانند در زمینه تجارت محصولات کشاورزی همانند زیتون و نیز در زمینه گردشگری با هم تعاملات زیادی داشته باشند.

الکساندرکیس یادآور شد: استان زنجان فرصت‌های فوق‌العاده‌ای در زمینه توسعه گردشگری دارد و کشور یونان دارای صنعت گردشگری قدرتمندی است، به طوری که سال گذشته با توجه به جمعیت ۱۰ میلیون نفری این کشور، جمعیت ۳۲ میلیون نفر توریسم وارد یونان شد.

وی با بیان اینکه برگزاری جشنواره غذا ایده فوق‌العاده‌ای است که مردمان را به همدیگر نزدیک‌تر می‌کند، تصریح کرد: تداوم برگزاری این جشنواره طی پنج دوره یکی از دلایل موفقیت این جشنواره در تحقق اهداف طراحی‌شده در حوزه گردشگری است و با توجه به استقبال موجود از برگزاری جشنواره غذای اکو، تداوم این جشنواره می‌تواند نقش مهمی در توسعه گردشگری و نزدیکی فرهنگی ملت‌ها به هم داشته باشد.

رونق تولید به صادرات و واردات چرم کمک می‌کند

رئیس اتحادیه فروشندگان چرم گفت باتوجه به نامگذاری امسال به نام رونق تولید، امیدواریم تولیدات چرم بتواند در زمینه توسعه صادرات و واردات رونق پیدا کند.

سعید حیاتی، رئیس اتحادیه فروشندگان چرم در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره تحقق رونق تولید در این صنف گفت: باتوجه به نامگذاری امسال به نام رونق تولید، امیدواریم تولیدات چرم بتواند در زمینه توسعه صادرات و واردات رونق پیدا کند که البته زیرساخت آن جزو اولویت‌ها در این صنف به حساب می‌آید.

رئیس اتحادیه فروشندگان چرم با بیان اینکه بسیاری از تولیدات چرم در داخل تأمین می‌شود، افزود: البته نباید فراموش کرد که این صنف نیازمند حمایت از سوی مسئولان ذی‌ربط است.

وی تصریح کرد: در حال حاضر، چرم به عنوان کالای لوکس شناخته شده است و به دلیل قیمت بالای آن، در طراحی مد جایی ندارد و باید نسبت به پوشاک دیگر قیمت معقول‌تری داشته باشد تا مردم بخرند.

حیاتی با بیان اینکه مواد خام چرم در این صنف، صادر می‌شود، گفت: برای صادرات دو مولفه مهم وجود دارد، جنس باکیفیت و بازار رقابتی که باید به سایر کشورها این جنس را صادر کنیم بازاریابی کنیم و به رشد برسانیم.

حیاتی با بیان اینکه ۸۰۰ واحد صنفی در تهران مشغول به فعالیتند، تصریح کرد: حدود یک سال است که بازار چسب کفاشی رونق گرفته و قیمت آن نسبت به گذشته کمتر شده است.

وی بیان کرد: اگر بخش خصوصی و دولت، حمایتی از صنف پارچه داشته باشند به طور قطع شرایط برای تولید کالاهای باکیفیت برای تأمین ارز و رقابت با همتای خارجی فراهم خواهد شد.

رئیس اتحادیه فروشندگان چرم ابراز امیدواری کرد که با پیش‌بینی تمهیدات لازم، قیمت تمام‌شده چنین محصولاتی با کاهش هرچه بیشتری همراه شود و قطعا با تحقق این امر، جامعه هدف این محصولات با دامنه هرچه بیشتری همراه خواهد شد. افزایش تقاضا برای محصولات هر صنعت و حوزه تولیدی، امری نویدبخش و عنصری نجات‌بخش در اقتصاد کشور به شمار می‌رود.

حیاتی در پایان گفت: امیدواریم که امسال بازار چرم بتواند همانند سال‌های گذشته به تولید خود ادامه دهد.

اخبار

برخی واردکنندگان سودجو مانع از رونق تولید محصولات کشاورزی می‌شوند

یک مقام مسئول گفت فشار برخی واردکنندگان بر دولت باعث کاهش حمایت از تولید و رونق محصولات کشاورزی شده است.

مسعود اسدی، عضو شورای مرکزی خانه کشاورز در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به نامگذاری سال ۹۸ توسط مقام معظم رهبری تحت عنوان رونق تولید اظهار کرد: طی سال‌های اخیر، مسئولان دولتی حمایت چندانی از بخش کشاورزی و جامعه کشاورزان نداشتند که در نهایت این امر موجب شد تا بخشی از نیاز کشور از طریق واردات تامین شود، در حالی که با حمایت از بخش کشاورزی دیگر نیازی به واردات مواد غذایی نبود. وی افزود: امروز شرایط اقتصادی بدان معناست که مسئولان تنها در حد حرف و شعار به فرمان مقام معظم رهبری در بخش کشاورزی عمل می‌کنند. اسدی با اشاره به عوامل موثر در تحقق شعار سال در بخش کشاورزی گفت: عزم و اراده کشاورزان و تولیدکنندگان برای تلاش بیشتر در فعالیت‌های کشاورزی، افزایش بهره‌وری و تولید در واحد سطح و همچنین همکاری دولت با جامعه کشاورزان در ایجاد زیرساخت‌های لازم برای افزایش بهره‌وری، کاهش یا قطع واردات و افزایش کیفیت محصولات غذایی در راستای تحقق شعار سال یک ضرورت به شمار می‌رود که طبق سنوات گذشته کشاورزان در انجام فرمایش مقام معظم رهبری پیشقدم خواهند شد و در مقابل با توجه به اشرافی که در این بخش دارم، نمی‌توان امیدوار بود که دولت این مسیر را طی کند.

عضو شورای مرکزی خانه کشاورز ادامه داد: عملکرد دولت در چند سال گذشته نشان می‌دهد که مسئولان نگاه تولیدگرایانه به محصولات داخلی ندارند چراکه متاسفانه در بخش کشاورزی واردکنندگانی هستند که با تشکیل لابی و رایزنی‌هایی بر دولت فشار می‌آورند که به همین خاطر شاهد کاهش حمایت از جامعه کشاورزان و تولیدکنندگان هستیم، با تداوم این روند برخی واردکنندگان سودجو مانع از رونق تولید محصولات کشاورزی خواهند شد. به گفته وی، اجرای فرمایش مقام معظم رهبری برای تحقق شعار سال مستلزم عزم و اراده جدی کشاورزان و مسئولان بخش کشاورزی است که متاسفانه سیاست مسئولان در چند سال اخیر در پرداخت بهای کشاورزان، کاهش سهم دولت از حق بیمه محصولات کشاورزی، عدم پرداخت به موقع مطالبات و حمایت از کشاورزان خسارت‌دیده در بلایای طبیعی بیانگر کم‌لطفی و عدم حمایت ویژه از جامعه کشاورزی است.

اسدی در پایان با انتقاد از کم‌لطفی مسئولان به جامعه کشاورزی تصریح کرد: تا زمانی که حمایت از کشاورزان تنها در حد شعار باشد، در تولید محصولات کشاورزی رونقی حاصل نخواهد شد و همانند سنوات گذشته فرمایشات مقام معظم رهبری در حدی که باید، اجرا نخواهد شد.

آغاز برداشت برگ سبز چای از هفته اول اردیبهشت

وقوع سیل اخیر خسارتی به باغات چای وارد نکرد

رئیس سازمان چای از آغاز برداشت برگ سبز چای از هفته اول اردیبهشت خبر داد و گفت امسال با افزایش ۲۰درصدی، تولید به ۱۲۵ هزار تن می‌رسد. حبیب جهان‌ساز، در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از آغاز برداشت برگ سبز چای از هفته اول اردیبهشت خبر داد و گفت: با توجه به بارندگی‌های مناسب در سال زراعی جدید پیش‌بینی می‌شود که خرید تضمینی برگ سبز چای با افزایش ۲۰درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۱۲۵ هزار تن برسد.

وی با اشاره به اینکه اخیرا شورای اقتصاد نرخ خرید تضمینی برگ سبز چای را اعلام کرده است، افزود: در سال زراعی جدید نرخ خرید تضمینی برگ سبز درجه یک با افزایش ۲۰درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲ هزار و ۳۷۵ و برگ سبز درجه ۲ با رشد ۲۱درصدی یک هزار و ۸۴۹ تومان اعلام شده است. جهان‌ساز با اشاره به اینکه قیمت تضمینی برگ سبز چای به معنای ارزش واقعی محصولات نیست، بیان کرد: در تمامی محصولات کشاورزی نرخ خرید تضمینی برگ سبز چای به معنای ارزش واقعی محصول در بازار نیست، چراکه با توجه به قیمت چای خشک در بازار، حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی یا تغییرات نرخ ارز قیمت برگ سبز با نرخ‌هایی بالاتر از کشاورزان در بازار آزاد خریداری می‌شود. رئیس سازمان چای درباره تاثیر بارندگی‌ها و سیل‌های اخیر در میزان خسارت باغات چای گفت: بارندگی‌های اخیر نه‌تنها خسارتی به باغات چای استان گیلان وارد نکرده است، بلکه در نفوذپذیری آب‌های زیرزمینی و تولید چای تاثیر بسزایی دارد. وی ادامه داد: با توجه به پوشش اراضی شیبدار باغات چای، بارندگی‌های اخیر خسارتی به استان گیلان وارد نکرده است، چراکه تمامی اراضی شیبدار منتهی به شهرها و آبادی‌ها پوشیده از باغات چای است که این امر به تثبیت خاک و نفوذپذیری آب کمک می‌کند. جهان‌ساز در پایان درباره آخرین وضعیت قیمت چای خشک در بازار تصریح کرد: با توجه به نوسان نرخ ارز، قیمت چای خشک در بازار عمده‌فروشی و خرده‌فروشی افزایش یافته است به طوری که هم‌اکنون به طور متوسط هر کیلو چای خشک با نرخ ۳۰ تا ۴۰ هزار تومان در بازار عرضه می‌شود.

همکاری مشترک نمایشگاهی ایران با جمهوری آذربایجان آغاز شد

مدیرعامل نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران با اشاره به سفر خود به جمهوری آذربایجان گفت جلسه مشترکی با مرکز توسعه تجارت خارجی آذربایجان در راستای توافقات اولیه برای برگزاری نمایشگاه در باکو و بالعکس در تهران برگزار شد.

به گزارش تسنیم، بهمن حسین‌زاده، مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران که به همراه رضا رحمانی وزیر صنعت، معدن و تجارت روز پنجشنبه به کشور آذربایجان سفر کرده است، از رایزنی‌های جدید با مقامات ارشد جمهوری آذربایجان از جمله الهام علی‌اف رئیس جمهور آذربایجان، شاهین مصطفی‌اف وزیر اقتصاد این کشور، ساحل بابایف وزیر کار و تامین اجتماعی و صفر مهدی‌اف رئیس گمرک جمهوری آذربایجان برای تسهیل در توسعه تجارت بین دو کشور و برطرف شدن موانع پیش رو از جمله موانع گمرکی خبر داد.

ایجاد منطقه صنعتی مشترک بین ایران و آذربایجان، برگزاری نمایشگاه‌های توانمندی دو کشور در حوزه تجهیزات صنعتی و محصولات نهایی از دیگر توافقاتی بود که مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌ها آن را یک گام رو به جلو برای برگزاری نمایشگاه‌های خارجی در دو کشور و راهی برای افزایش سهم صادراتی ایران به جمهوری آذربایجان دانست.

تب و تاب بازار خودروسازی چه زمانی فروکش می‌کند؟

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس درباره راهکارهای لازم برای ساماندهی بازار خودرو توضیحاتی ارائه کرد.

سعید باستانی، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرگزاری خانه ملت با اشاره به افزایش قیمت خودرو، گفت: اگرچه وزارت صنعت، معدن و تجارت با دنبال کردن سیاست ۵درصد زیر قیمت بازار به دنبال شکستن حباب قیمتی این کالا بود، اما در حال حاضر این سیاست جوابگوی ساماندهی وضعیت بازار نیست.

نماینده مردم تربت حیدریه، مه‌ولات، زاوه در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه بدهی قطعه‌سازان به طور کامل پرداخت نشده است، افزود: اگرچه پیش از سال ۹۸ تولید روزانه خودروسازان به ۴ هزار دستگاه تولید رسید، اما در حال حاضر شرایط به گونه‌ای شده است که قطعه‌سازان برای واردات قطعات اولیه و مواد اولیه به مشکل برخورده‌اند.

وی اظهار کرد: خودروسازان در قراردادهای پیش‌فروش قیمت‌ها را قطعی نکردند و مقرر شده است؛ قیمت محصولات براساس فرمول ۵درصد زیر قیمت بازار در زمان تحویل محاسبه شود. این مبنا ظلم بزرگی به مردم است.

وضعیت خودروسازی روز به روز بدتر می‌شود

این نماینده مردم در مجلس دهم گرانی خودرو در روزهای اخیر را ناشی از حل نشدن اساسی مشکلات خودروسازی دانست و خاطرنشان کرد: وضعیت خودروسازی روز به روز بدتر می‌شود چراکه تامین ارز برای تامین مواد اولیه و قطعات وارداتی مسیر همواری نخواهد داشت.

ضرورت حذف هزینه‌های سربار در تعیین قیمت خودرو

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس با اشاره به راهکارهای مناسب برای کاهش التهاب بازار، تصریح کرد: خودروسازان باید در محاسبه قیمت واقعی خودرو هزینه سربار را کاهش دهند.

واردات خودرو آزاد شود

باستانی ادامه داد: برای رفع مشکلات خودروسازی در وهله نخست باید اعتبارات مناسب ارزی و ریالی به خودروسازان تزریق شود در مرحله بعدی واردات خودرو آزاد شود. کاهش تب و تاب بازار خودرو به مجموعه‌ای از اقدامات نیاز دارد.

باستانی گفت: براساس تجربه سنوات گذشته بازار خودرو باید پس از تعطیلی نوروز راکد و کساد شود، اما این موضوع در سال ۹۸ تکرار نشد. افزایش قیمت خودرو در روزهای اخیر نشان می‌دهد افزایش قیمت خودرو به تقاضای بازار ارتباطی ندارد بلکه مشکل اصلی مربوط به تامین است.

بدهی خودروسازان به قطعه‌سازان ۱۵ هزار میلیارد تومان است

عضو کمیسیون صنایع و معادن اظهار کرد: در شرایطی که بدهی خودروسازان به قطعه‌سازان حدود ۱۵ هزار میلیارد تومان است پرداخت ۴ هزار میلیارد تومان نمی‌تواند کمک چندانی به حل مشکلات این صنعت و در نتیجه ساماندهی بازار کند.

وی بیان کرد: قطعه‌سازان نمی‌توانند در شرایط کنونی قطعه مورد نیاز را تولید و تحویل دهند و یک سال بعد پول قطعه تولیدی را براساس قیمت امروز دریافت کنند.

تصدیگری دولت در صنعت خودروسازی مشکلات چهارچرخ‌ها را رقم زده است

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی عامل اصلی مشکلات صنعت خودروسازی را حضور دولت در این صنعت دانست و تصریح کرد: برای رفع مشکلات این صنعت دولت باید به تصدیگری خود در این حوزه خاتمه دهد و حتی یک سهم در خودروسازی نداشته باشد.

آیا با فروش «اموال غیرتولیدی» مشکلات خودروسازی کشور مرتفع خواهد شد؟

فروش «اموال غیرتولیدی» و واحدهای «تولیدی مازاد» در شرایطی مهم‌ترین مسیر تامین نقدینگی تولیدکنندگان خودرو از سوی وزارت صمت شناخته شده که به‌نظر می‌رسد خودروسازان بیشتر تمایل به اخذ تسهیلات و دیگر حمایت‌های دولتی دارند تا فروش و واگذاری اموال. بر این اساس عملکرد دو خودروساز بزرگ کشور در شرایط بحرانی همچون تحریم‌های اولیه هسته‌ای، گویای تمایل آنها به حمایت‌هایی خارج از فروش اموال بوده است، با این حال وزارت صنعت، معدن و تجارت این بار سرسختانه فروش اموال غیرتولیدی و واحدهای تولیدی مازاد را برای تامین نقدینگی به خودروسازان تحمیل کرده تا بلکه از این رهگذر تولیدکنندگان بتوانند بحران کنونی را از سر بگذرانند. هرچند همان‌طور که گفته شد این بار فروش اموال به‌عنوان یک دستورالعمل به خودروسازان ابلاغ شده با این حال به اعتقاد بسیاری از کارشناسان این دستورالعمل باید از ضمانت اجرایی محکمی برخوردار باشد تا خودروسازان را مقید به اجرای آن کند.

خودروسازان در مسیر فروش اموال و سهام

طبق دستور وزارت صنعت، معدن و تجارت فروش اموال غیرتولیدی باید تا شهریور امسال به پایان برسد همانند فروش سهام بانکی، این در شرایطی است که خودروسازان تنها تا پایان سال فرصت دارند که اموال تولیدی مازاد را به فروش برسانند. منظور از اموال تولیدی مازاد نیز واگذاری سهام یا شرکت‌های تولیدی است که نگهداری آن برای خودروسازان ضرورتی ندارد همانند واحدهای قطعه‌سازی که خودروسازان طی سال‌های گذشته اقدام به تاسیس آنها کردند، اما در کنار فروش اموال غیرتولیدی و تولیدی مازاد، خودروسازان واگذاری سهام خود تا دو سال آینده را باید در دستور کار قرار دهند. خودروسازان بارها به‌دلیل اهلیت نداشتن خریدار از واگذاری سهام صرف‌نظر کردند، این در شرایطی است که ظاهرا نمی‌توانند در نحوه اجرای دستورالعمل وزارت صنعت برای فروش اموال غیرتولیدی یا مازاد و سهام صاحب‌نظر باشند. در اواخر سال گذشته در نشست مشترک وزارت صنعت، معدن و تجارت با شرکت‌های ایران‌خودرو و سایپا، حتی لیست اموال مازاد ایران‌خودرو مشخص و برای واگذاری اطلاع‌رسانی شد.

فرصت‌ها و تهدیدهای واگذاری سهام

همان‌طور که گفته شد برخی از کارشناسان و دست‌اندرکاران خودرو اعتقاد دارند که خودروسازان چندان تمایلی به فروش اموال خود ندارند، این در شرایطی است که یک منبع آگاه در شرکت ایران‌خودرو به خبرنگار ما می‌گوید که خودروسازان در شرایط کنونی خود را مقید به اجرای دستورالعمل وزارت صنعت می‌دانند و در همین راستا نیز گام‌های جدی برداشته شده است. وی حتی از واگذاری ۴۵۷ میلیارد ریال سهام شرکت‌های زیرمجموعه ایران‌خودرو در نیمه نخست سال ۹۷ سخن می‌گوید و تاکید دارد که منابع حاصل از واگذاری سهام شرکت‌های زیرمجموعه ایران‌خودرو و املاک، صرف تامین نقدینگی برای سرمایه در گردش تولید محصولات، بازپرداخت تسهیلات دریافتی و کاهش هزینه‌های مالی، سرمایه‌گذاری به‌منظور ارتقا و تولید محصولات جدید و در نتیجه افزایش سودآوری شرکت شده است. این منبع آگاه در ایران‌خودرو همچنین تاکید می‌کند که از سال ۹۲ تا نیمه نخست سال ۹۷ با توجه به بازاریابی‌های انجام‌شده، سهام هشت شرکت زیرمجموعه گروه به‌علاوه بخشی از سهام شرکت‌های بورسی گروه، جمعا به مبلغ ۱۰.۰۵۷ میلیارد ریال واگذار شده است. وی ادامه می‌دهد که افزون بر این از سال ۹۴ تاکنون با شناسایی املاک مازاد در سطح شرکت‌های گروه و ارزیابی آنها توسط کارشناسان رسمی دادگستری، تعدادی از املاک مازاد به مبلغ ۴.۴۶۱ میلیارد ریال از طریق مزایده عمومی واگذار شده است.

آیا تیراژ تولید خودرو در سال ۹۸ به اندازه سال گذشته خواهد بود؟

تولید خودرو از تابستان سال گذشته روند نزولی یافت و این روند کاهشی تقریبا تا اوایل زمستان نیز ادامه پیدا کرد، تا جایی که تقریبا تولید خودرو به یک‌سوم نسبت به سال ۹۶ رسید. هرچند در ماه‌های پایانی سال و با تزریق نقدینگی به خودروسازان و البته فروش خودرو بر مبنای حاشیه بازار، میزان تیراژ خودروسازان تا بیش از ۳هزار دستگاه در روز نیز افزایش پیدا کرد، اما در نهایت تولید خودرو ۳۰ تا ۴۰درصد کاهش پیدا کرد.

این در شرایطی است که وزیر صنعت، معدن و تجارت در اظهارنظری از افزایش ۷۰درصدی تولید صحبت و اظهار کرد: «سال گذشته تولید خودرو با وجود فشارهای اقتصادی و روانی از سوی دشمنان نظام و عناصر وابسته داخلی، در نهایت ۷۰درصد رشد داشته است.»

مشخص نیست منظور وزیر صمت از افزایش ۷۰درصدی تولید خودرو در سال گذشته چه بوده و احتمالا اشاره وی به افزایش تولید در ماه پایانی سال بوده است، اما آنطور که بسیاری از کارشناسان معتقدند حفظ تیراژ خودرو در سال جاری و ادامه روزهای پایانی سال گذشته به عوامل بسیاری از جمله تزریق نقدینگی به خودروسازان بستگی دارد.

موانع تولید خودرو همچنان پابرجاست

در همین زمینه داوود میرخانی‌رشتی، مشاور انجمن خودروسازان با بیان اینکه موانع تولید خودرو همچنان پابرجا است، گفت: «شرایط برای رونق تولید خودرو مهیا نیست. اگر خودروسازان بتوانند در این شرایط حاد، تیراژ تولید سال گذشته خود را حفظ کنند و همان میزان تولید را داشته باشند، شق‌القمر کرده‌اند!» در کنار مشکلات مربوط به تامین نقدینگی که نیاز بسیار اساسی خودروسازان است، بحث مشکلات اقتصادی، بیکاری و بحران تقاضا برای خودرو در سال جاری نیز بسیار جدی است. داستان ادامه‌دار ارز ۴۲۰۰تومانی، نیمایی و ارز حاصل از صادرات و اینکه هر یک از این نرخ‌های ارزی برای چه کالایی اختصاص پیدا خواهد کرد، تبدیل به مساله‌ای گنگ شده؛ مساله‌ای که کار قیمت‌گذاری برای همه کالاها را سخت کرده است.

این کار برای خودروسازان که باید تعداد بسیار زیادی قطعات را گردهم بیاورند، پیچیده‌تر است و قیمت قطعات در این مسیر دچار نوسان و احتمالا افزایش خواهد شد.

پیش‌بینی کاهش تقاضای موثر

مشاور انجمن خودروسازان می‌گوید: «ما شاهد کاهش تقاضای موثر نیز خواهیم بود. زیرا امسال نرخ ارز را از نیمایی به ارز از محل صادرات افزایش داده‌اند که با این تصمیم، قطعه‌سازان با افزایش قیمت تمام‌شده محصولات مواجه خواهند بود. آنها باید به‌جای ارز ۸هزار تومانی، ۱۴هزار تومان بابت ارز اختصاص دهند و این موضوع قطعا شوک جدیدی است که هم بر قیمت‌ها و هم بر میزان تقاضا تاثیرگذار خواهد بود.»

این در حالی است که به نظر نمی‌رسد بازار خودرو ظرفیت پذیرش این شوک را داشته باشد؛ موضوعی که بحران تقاضا را هم برای مصرف‌کنندگان واقعی (که به گفته خودروسازان تعداد کمتری از متقاضیان برای خودرو را شامل می‌شود) و هم برای دلالان نیز به دنبال خواهد داشت.» میرخانی با اشاره به پرداخت وام ۴هزارمیلیاردی افزود: «قرار بود مابقی ۱۱هزار میلیارد تومان در قالب وام ارزی پرداخت شود که متاسفانه بانک مرکزی اعلام کرد باید ارز را به قیمت روز بازگردانید و به دلیل افزایش روزافزون ارز کسی نمی‌داند در آینده چه مقدار باید پرداخت کند.» وی با تاکید بر اینکه باید به هر نحو ممکن نیاز نقدینگی خودروسازان تامین شود، تاکید کرد: «کماکان بزرگ‌ترین مشکل خودروسازان نقدینگی است که باید آقای وزیر هرچه سریع‌تر راه حل عملی برای حل این معضل داشته باشد تا نقدینگی موردنیاز خودروسازان که به دلیل تصمیمات نادرست گذشته دچار کمبود شده است، تامین شود.»

سیلی که صنعت خودرو را از اولویت خارج کرد!

به نظر می‌رسد به احتمال فراوان تولید در سال جاری حتی نسبت به سال گذشته هم کمتر شود و مشخص نیست آیا وزارت صمت توانایی تزریق دوباره نقدینگی به خودروسازان و قطعه‌سازان را خواهد داشت یا خیر، اما اصولا این تزریق نقدینگی تا چه زمانی می‌تواند ادامه پیدا کند و راهگشا باشد؟ همچنین با توجه به خساراتی که سیل به مناطق مختلف کشور وارد کرده و زیرساخت‌های بسیاری را از بین برده، اینکه همچنان صنعت خودرو و قطعه‌سازی کشور در اولویت ترمیم و تزریق نقدینگی به منظور سرپا نگه داشتن باشد یا خیر مشخص نیست.

اخبار

اجرای «کمپین نخریدن خودرو»، دولت را مجبور به حمایت از مردم می‌کند

چرا دستگاه قضا به تخلفات خودروسازان ورود نمی‌کند؟

عضو کمیسیون صنایع مجلس گفت عرضه خودرو با قیمت ۵درصد زیر بازار مبنای قانونی نداشته و باید با اتخاذ راهکاری ویژه، مالیات ۵۰درصدی از دلالان خودرو گرفت ضمن اینکه «کمپین نخریدن خودرو» دولت را مانند سال ۹۴ و ۹۵ مجبور به حمایت از مردم در برابر خودروسازان می‌کند.

محمدرضا منصوری مدرس دانشگاه در رشته برق و الکترونیک دانشکده علوم و فنون هوایی است که به دلیل حضورش در کمیسیون صنایع و معادن مجلس اظهارات وی درباره خودرو در جامعه بسیار تاثیرگذار است.

وضعیت خودرو در سال گذشته و هم‌اکنون موجب بروز التهابات زیاد در جامعه شده به طوری که هم خودروسازان خارجی از کشور کوچ کردند و هم خودروسازان داخلی در حال دوشیدن مردم هستند.

بازار خودرو هم در اختیار دلالان بوده و آنها هم خودروسازان و هم وزارت صمت را مدیریت می‌کنند.

محمدرضا منصوری در حال حاضر نماینده مردم ساوه و زرندیه در مجلس و عضو کمیسیون صنایع و معادن است.

وی معتقد است دولت باید برای کسانی که از طریق خرید و فروش خودرو سود بالا به دست می‌آورند ارقام سنگینی را به عنوان حق بنگاه یا حق معامله در نظر بگیرد که هنگام معامله به حساب دولت واریز شود به نحوی که دلالان مجبور خواهند شد تا ۵۰درصد قیمت خودرو را هنگام معامله به دولت بپردازند که این موضوع می‌تواند عاملی برای حذف سوداگری در این بخش شود.

منصوری اظهار داشت: عرضه و فروش خودرو از سوی خودروسازان ۵درصد زیر قیمت بازار هیچ مبنای قانونی و کارشناسی ندارد ضمن اینکه پهن کردن بساط این نحوه قیمت‌گذاری از سوی دولت و خودروسازان بوده است؛ در واقع در سیستم دولت این فساد انجام شد که البته اشتباهی بزرگ بود که به تبع آن قیمت خودرو روز به روز و براساس ۵درصد حاشیه بازار بالا رفته و خواهد رفت.

وی تصریح کرد: متأسفانه خودروسازان قدرت‌شان آنقدر زیاد شده که طی ۴۰ سال گذشته اجازه نداده‌اند خودروساز دیگری متولد و در حقیقت قطب سوم و یا چهارم خودروسازی در ایران ایجاد شود ضمن اینکه همین رفتارها از سوی خودروسازان و انواع و اقسام بلاها بر سر رنو و در نهایت تحریم‌های جدید علیه ایران باعث خروج این خودروساز فرانسوی شد. این در حالی است که خیلی از افراد پشت‌پرده حاضر نیستند یک خودروساز خوب به کشورمان بیاید و خودرو تولید کرده و صادرات داشته باشیم.

عضو کمیسیون صنایع مجلس با اشاره به تحقیق و تفحص از خودروسازان آن را بی‌فایده دانست و تصریح کرد: اگر این تحقیق محقق شود و در نهایت اگر هم حکمی صادر شود، آنها این حکم را مثل قدیم پاره کرده و به سطل آشغال می‌ریزند، لذا باید قوه قضائیه، دادستانی، سازمان بازرسی و سازمان تعزیرات از ظرفیت‌های قانونی خود برای جلوگیری از تخلفات و مقابله با گرانفروشی استفاده کنند. همچنین باید بررسی شود اگر خودروسازان تخلفی کرده‌اند چرا با آنها برخورد نشده و چه فرد یا افرادی در عدم برخورد با آنها دخیل بوده‌اند؟

وی گفت: عرضه خودرو و قیمت‌گذاری براساس حاشیه بازار، نه مبنایی قانونی داشته و نه کارشناسی و به همین دلیل سازمان تعزیرات باید پاسخ دهد چرا با این تخلف برخورد نکرده است؟ ضمن اینکه با توجه به تعداد بالای شاکیان خصوصی از خودروسازان انتظار از قوه قضائیه در دوران جدید مدیریتی آیت‌الله رئیسی ورود قاطع به تخلفات گسترده خودروسازان است.

منصوری تصریح کرد: سازمان تعزیرات باید از دولتی‌ها سؤال کند چرا به یکباره قیمت خودرو ۳۰۰درصد اضافه شده است؟ ضمن اینکه شورای رقابت در کجای این قضیه بوده و براساس کدام اصول قانونی قیمت‌ها سه برابر شده است؟ متاسفانه تعزیرات و دادستانی به وظایف قانونی‌شان در این خصوص عمل نکرده‌اند.

وی گفت: ای کاش صداوسیما در قبال افزایش قیمت خودرو سکوت نمی‌کرد و یا حداقل صدای نمایندگان مجلس را به گوش مردم می‌رساند! اما با این حال بهترین راه کاهش قیمت خودرو نخریدن آن از سوی مردم و راه‌اندازی کمپین «نخریدن خودرو» است که تاثیر مثبت این کمپین در پایان سال ۹۴ و سال ۹۵ کاملا مشهود بود.

قطعه و مواد اولیه چقدر از قیمت خودرو را تشکیل می‌دهند؟

مواد اولیه و قطعات بین ۵۵ تا ۶۰درصد بهای تمام‌شده خودرو را تشکیل می‌دهد.

فربد زاوه، کارشناس صنعت خودرو با اعلام این مطلب در گفت‌وگو با خبرآنلاین افزود: به این ترتیب ۴۰ تا ۴۵درصد باقیمانده قیمت را بیمه، مالیات بر ارزش افزوده، حمل و نقل، بازاریابی، خدمات پس از فروش و ... تشکیل می‌دهد و این خود نشان می‌دهد سهم اقلامی جز مواد اولیه و قطعات در تعیین قیمت تمام‌شده چقدر بالاست.

او اضافه کرد: به این ترتیب با اصلاح ساختاری می‌توان هزینه‌های جانبی را تا حد بسیار زیادی کاهش داد و صنعت خودروسازی در ایران چاره‌ای جز پیمودن این راه ندارد.

او با اشاره به اینکه حجم واردات قطعه به ایران نشان‌دهنده بالا بودن وابستگی صنعت خودرو به واردات است، ادامه داد: به عنوان مثال در سال ۱۳۹۶ بین ۵ تا ۶ میلیارد دلار ارز برای واردات قطعات یدکی از ایران خارج شده است، این به چه معناست؟ نشان‌دهنده این است که این قطعات در خطوط تولید مصرف می‌شود نه در قالب و جایگاه لوازم یدکی چرا که مصرف واقعی ایران در حوزه لوازم یدکی حدود ۱.۵ میلیارد دلار است.

این کارشناس صنعت خودرو در پاسخ به این سوال که آیا قیمت خودرو در سال جاری نیز دستخوش افزایش خواهد شد یا خیر؟ گفت: به نظر من خرید خودرو دیگر اولویت مصرف‌کننده واقعی نیست و وقتی مصرف‌کننده واقعی از میدان خارج شود، کسی در بازار نیست که سرمایه‌گذار با تکیه بر حضورش بتواند خودرو خریداری کند.

وی گفت: من معتقدم قیمت خودرو میل به افزایش دارد، اما متاسفانه دیگر قدرتی برای خرید خودروها نیست و قیمت‌ها به وضعیتی رسیده است که مشتری توان انتخاب آن را ندارد.

وی با تاکید بر اینکه تورم در سال جاری نیز روندی افزایشی را طی خواهد کرد، گفت: ما در فضایی انتزاعی نمی‌توانیم درخصوص میزان رشد تورم صحبت کنیم چرا که میزان رشد تورم در گرو وضعیت ارزی و میزان تنگ‌تر شدن حلقه تحریم علیه ایران است.

زنان کارآفرین برتر انتخاب می‌شوند

معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری اعلام کرد به منظور حمایت از زنان ایرانی، زنان کارآفرین برتر در حوزه‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی انتخاب می‌شوند. به همین منظور سامانه انتخاب مردمی زنان کارآفرین برتر ایران در پورتال معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری به آدرس اینترنتی http://women.gov.ir طراحی شده تا مردم بتوانند از این طریق زنان کارآفرین برتر را انتخاب کنند. به گزارش ایرنا، در جهان امروز زنان همچنان به نقش‌آفرینی بی‌بدیل خود در خانه، جامعه و در میدان اندیشه و کار تداوم می‌بخشند، با این تفاوت که حالا می‌توانند با بهره‌مندی از نفوذ رسانه‌ها، خدمات خود را به جامعه بشری معرفی کنند. زنان ایرانی اکنون پیشرو و سربلند تلاش می‌کنند تا با تولید و کارآفرینی، دغدغه‌های مردم را به آرامش و رفاه مبدل سازند. در این راه هزاران بانو در سراسر کشور از شهرها و روستاها دست به کار شده و واحدهای تولیدی خود را به رغم چالش‌های فراوان راه‌اندازی کرده‌اند.

دریچه

کارآفرینان سازمانی چگونه به موفقیت کسب‌وکار کمک می‌کنند؟

مترجم:نازنین توکلی
کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

همه کسب‌وکارها به رهبرانی نوآور نیاز دارند. کارآفرینی درون سازمانی، مفهوم جدیدی است که برای آن دسته از کارکنان سازمانی که از ویژگی‌های کارآفرینی برخوردارند، تعریف می‌شود.

آنها از هوش کسب‌وکار خوبی برخوردارند و دائما در اندیشه بهبود و ارتقای فرآیندهای کسب‌وکار برای رسیدن به موفقیت بیشتر هستند. در ادامه ویژگی‌های کارآفرینان سازمانی و نقشی که آنها برای ایجاد سازمانی موفق ایفا می‌کنند را مطرح می‌کنیم:

کارآفرینی سازمانی چیست؟

کارآفرینی سازمانی به‌عنوان فرآیندی تعریف می‌شود که طی آن افرادی با ویژگی‌های کارآفرینانه برای شرکت‌ها کار می‌کنند. کارآفرینان درون سازمانی برخلاف کارکنان عادی که به‌سادگی ایفای نقش می‌کنند، متفکران کسب‌وکار در سازمان هستند و به خلق تصویر بزرگتری از سازمان فکر می‌کنند.

کارآفرینان سازمانی مسئول خلق ایده، الهام‌بخشی، هدایت و ایجاد انگیزه برای دیگر کارکنان هستند. آنها اقدامات مهمی را برای بهبود عملکردهای کسب‌وکار انجام می‌دهند و با اهداف‌شان به‌منظور ایجاد نتایج عالی روبه‌رو می‌شوند.

خط فکری کارآفرینان سازمانی تقریبا مشابه کارآفرینان است. آنها به‌دنبال افزایش رشد شرکت هستند. لازم است که ارزش و اهمیت کارآفرینی سازمانی برای شروع برنامه‌های جدید و پیشرفت در کسب و کار افزایش یابد. کارآفرینان سازمانی می‌توانند همکاری بسیار خوبی با کارآفرینان داشته باشند، زیرا کارآفرینان به آنها کمک می‌کنند میزان تولید را در سازمان‌شان ارتقا بخشند.

تفاوت بین کارآفرین سازمانی و کارآفرین این است که کارآفرین درون سازمانی بر عملیات شرکت متمرکز است در حالی که کارآفرین بر چشم‌انداز و اهداف کلی کسب و کار متمرکز است.

کارآفرینان سازمانی بخشی ضروری کسب و کار هستند، زیرا آنها از طریق ایده‌ها و پیاده‌سازی استراتژی‌ها انگیزه کافی برای رشد شرکت ایجاد می‌کنند. در ادامه مزایای استخدام کارآفرینان سازمانی را در شرکت بررسی می‌کنیم:

۱-کارآفرینان سازمانی بهره‌وری کسب‌وکار را افزایش می‌دهند

کارآفرین سازمانی فردی است که اساسا بر عملکرد شرکت متمرکز است. آنها از بهره‌وری موثر تیم‌شان اطمینان دارند. آنها برای عواملی که باعث بروز اختلال و اشکال در جریان‌های کاری می‌شود راه حل‌هایی را مطرح می‌کنند و برای این کار مهارت‌های خوبی دارند. آنها بر تحقق اهداف کاری که برای رسیدن به مایلستون‌ها لازم است، متمرکزند. کارآفرینان‌سازمانی به تیم‌های خود در سازمان انگیزه می‌دهند تا نسبت به اهداف سازمانی گرایش پیدا کنند. آنها جریان‌های کاری را دنبال می‌کنند و به‌طور مداوم راه‌هایی برای بهبود محصول یا خدمت نهایی شرکت ارائه می‌دهند.

۲-کارآفرینان سازمانی حل‌کننده مسائل و چالش‌ها هستند

کارآفرینان سازمانی نسبت به بهبود فرآیندها و سیستم‌های شرکت احساس تعهد می‌کنند. هر عاملی را که از سرعت خروجی و ارائه محصول کسب‌وکار می‌کاهد به چالش می‌کشند. آنها با بررسی مسائل و پیشنهاد راهکارهای خلاقانه برای حل مسئله این کار را انجام می‌دهند. کارآفرینان سازمانی شکاف‌ها را در کسب‌وکار مشاهده کرده و سعی می‌کنند آنها را برطرف کنند. رویه‌ها و فرآیندهایی که نیاز به بهبود دارند را شناسایی می‌کنند و به‌دنبال راهی برای بهبود بخشیدن این رویه‌ها هستند. کارآفرینان سازمانی فرصت‌ها را نشانه می‌روند و کسب و کارها را برای اعمال تغییرات جسورانه در راستای رسیدن به موفقیت‌های بیشتر تشویق می‌کنند.

۳-کارآفرینان سازمانی نوآوران سازمان هستند

کارآفرینان درون سازمانی افرادی نوآور هستند و تغییرات مؤثری را در شرکت ایجاد می‌کنند. آنها متوجه می‌شوند شرکت به چه اقداماتی برای رسیدن به سطح جدیدی از رشد و پیشرفت نیاز دارد. آنها همیشه راه حل‌هایی را متصور می‌شوند که عملیات شرکت را بهتر و متمایز از قبل می‌کند.

۴-کارآفرینان سازمانی ریسک می‌کنند و از شکست نمی‌ترسند

کارآفرینان سازمانی ریسک‌پذیران شجاعی هستند که از اعمال تغییرات اساسی در سازمانی که برای آن کار می‌کنند، ترسی ندارند. آنها مشتاقند تا هر چیزی را برای رسیدن به راه‌حل و تصمیم درست به چالش بکشند. کارآفرینان درون سازمانی ریسک‌هایی را متحمل می‌شوند که ممکن است در نظر دیگر کارکنان الزامی به پذیرش این ریسک‌ها نباشد. کارآفرینان درون سازمانی از شکست هراسی ندارند و می‌دانند که گاهی اوقات شکست اجتناب‌ناپذیر است، اما این را هم می‌دانند که به‌راحتی دلسرد و متوقف نمی‌شوند. به سرعت از اشتباه‌هاتشان یاد می‌گیرند تا بهتر عمل کنند و همواره رو به جلو مسیر خود را ادامه می‌دهند. آنها مشتاق بررسی گزینه‌هایی هستند که کسب وکار را به سوی افق‌های تازه‌ای سوق دهد.

۵-کارآفرینان سازمانی کسب‌وکارتان را به سطح بالاتری می‌رسانند

کارآفرینان سازمانی کارکنان ارزشمندی هستند. مهم است که صاحبان کسب‌وکار برای شناسایی و تشخیص کارآفرینان سازمانی آموزش دیده باشند و به آنها اجازه رهبری در سازمان را بدهند.

هنگامی که این افراد را در سازمان شناسایی کردید، پس از آن باید ترفیع بگیرند و برای برعهده گرفتن مسئولیت مدیریت عملیات شرکت‌تان آماده شوند.

کارآفرینان سازمانی در نقش رهبر سازمان می‌توانند به منزله گوهری گران‌بها برای سازمان باشند که اهداف کسب و کار را تقویت می‌کنند.

مهارت‌های کارآفرینی سازمانی‌تان را افزایش دهید

اگر فردی با ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی هستید و می‌خواهید با کسب مهارت‌های بیشتر به‌عنوان کارآفرین درون سازمانی شناخته شوید، بهتر است مهارت‌های کارآفرینی خود را با مطالعه و شرکت در دوره‌های آموزشی مربوط به برنامه‌های رهبری نوآوری و کارآفرینی درون‌سازمانی توسعه دهید.

این دوره‌ها معمولا با هدف توانمندسازی کارکنان برای تبدیل شدن به کارآفرینان درون‌سازمانی حرفه‌ای با این هدف که بتوانند سازمان را تحت تاثیر قرار دهند، طراحی شده است. این دوره‌ها می‌تواند شامل مراحل کلیدی مانند نوآوری شرکت‌ها، رهبری و فرهنگ کارآفرینی و همچنین سایر برنامه‌های توسعه کارآفرینی باشد.

توانایی و مهارت رهبری کارآفرینی سازمانی از شما یک کارآفرین شناخته‌شده در دنیای کسب‌وکار می‌سازد. باید بتوانید به نقش رهبری در سازمان‌تان ارتقا پیدا کنید و به مدیریت عملیات شرکت به‌عنوان یک پروژه بزرگ متعهد شوید.

منبع: lcibs/modirinfo

کسب درآمد ۴/۵ میلیارد دلاری نت‌فلیکس با ۱۴۹ میلیون کاربر

گزارش مالی نت‌فلیکس برای سه‌ماهه اول سال ۲۰۱۹ میلادی نشان از کسب درآمد ۴.۵میلیارد دلاری برای این سرویس استریم طی سه‌ماهه اول سال دارد.

به گزارش زومیت، نت‌فلیکس گزارش مالی مربوط به سه‌ماهه اول سال ۲۰۱۹ را منتشر کرده که براساس آن، سرویس استریم مورد ذکر موفق شده درآمدی ۴.۵ میلیارد دلاری کسب کند. از دیگر دستاوردهای نت‌فلیکس طی زمستان ۲۰۱۹ باید به افزایش ۹.۶میلیون مشترک به جمع مشترکان این سرویس اشاره کرد که رشدی ۱۶درصدی در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته برای این شرکت به ارمغان آورده است.

نت‌فلیکس در حالی موفق به اضافه کردن ۹.۶ میلیون مشترک شده است که برآوردهای کارشناسان نشان از افزایش ۸.۹ میلیون مشترکی تعداد کاربران این سرویس داشت. همچنین در حالی موفق به کسب درآمد ۴.۵ میلیارد دلاری شده که سود خالص این شرکت ۷۶ سنت به ازای هر سهم اعلام شده است. نت‌فلیکس به این نکته اشاره کرده که تعداد مشترکان این سرویس از مرز ۱۴۸.۹ میلیون عبور کرده است. نزدیک به ۷.۹میلیون مشترک از مجموع ۹.۶ میلیون مشترک اضافه‌شده طی زمستان ۲۰۱۹ جزو کاربران بین‌المللی این سرویس بوده‌اند.

البته رشد اعداد و آمارها برای سه‌ماهه جاری ادامه‌دار نیست، چراکه نت‌فلیکس پیش‌بینی کرده تا بهار ۲۰۱۹ تنها ۵ میلیون مشترک به مجموع سرویس‌گیرندگانش اضافه شود که ۸درصد کمتر از میزانی است که سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۸ به مجموع کاربران این سرویس اضافه شده است. این کاهش افزایش کاربران را باید برگرفته از افزایش آبونمانی خواند که نت‌فلیکس در کشورهای آمریکا، مکزیک، برزیل و شماری از کشورهای اروپایی اعمال کرده است.

البته در این بین باید به ظهور دو رقیب جدید برای نت‌فلیکس نیز اشاره کرد. نت‌فلیکس طی بیانیه خود با اشاره به هیجان ناشی از اضافه شدن دو سرویس از سوی دو شرکت جهانی برای رقابت به این نکته اشاره کرده که نتیجه این رقابت، تولید محتوای ویدئویی باکیفیت و تجربه‌ای به یادماندنی برای کاربران خواهد بود.

البته نت‌فلیکس پیش‌بینی کرده که ظهور این دو سرویس نهایتا تاثیری در رشدش نخواهد داشت، چراکه ورود به حوزه ارائه سرویس بر بستر استریم، تجربه جدید برای این شرکت‌ها است.

حضور ویژه استارتاپ‌ها در نمایشگاه کتاب

ایوب دهقانکار در نشست خبری سی و دومین دوره نمایشگاه کتاب تهران در سرای قلم اظهارکرد امسال در شورای نظارت نمایشگاه، سه کارگروه نظارت شامل کارگروه ناظر بر ناشران داخلی، خارجی و امور مالی و اجرایی نمایشگاه به عنوان بازوی هم‌افزا در مقام عوامل اجرایی فعالیت دارند.

به گزارش ایرنا، دهقانکار افزود: امسال به‌واسطه اجرای سیاست شفاف‌سازی کمترین اصطکاک را در حوزه اجرا و بالاترین تعامل را در زمینه کارگروه‌های ویژه و کمیته‌های نظارت بر برنامه‌های سی و دومین نمایشگاه کتاب تهران شاهد بودیم.

وی اظهارکرد: همچنین برای اینکه نظارت‌های اعضای کارگروه محدود به بازدید میدانی نباشد، سامانه دریافت نظرات، پیشنهادات، انتقادات و رسیدگی به پیشنهادات با شماره ۱۰۰۰۳۸۵۱ راه‌اندازی شد تا از نظر همه کسانی که علاقه دارند در این رویداد فرهنگی مشارکت داشته باشند برخوردار شویم. دهقانکار با اشاره به اهمیت بحث یارانه خرید کتاب که از سیاست‌های حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، گفت: با توجه به سیاست تخصیص اعتبارات و عدم تحقق به موقع آن، در این دوره نمایشگاه اهتمام ویژه به این امر شد به نحوی که برای خرید یارانه کتاب در نمایشگاه از دی و بهمن ماه سال گذشته استارت تامین اعتبار زده شد که با نگاه فرهنگی دولت و رایزنی وزیر فرهنگ با دکتر جهانگیری معاون رئیس جمهوری، یارانه مورد نیاز تامین شد.

سخنگوی سی و دومین نمایشگاه کتاب تهران گفت: در این راستا ثبت‌نام‌ها برای دریافت بُن کتاب در جریان است و در برخی موارد به اتمام رسیده است.

وی با اشاره به افزایش ۵۰درصدی مبلغ بن کارت‌ها، تعداد دانشجویان و طلاب ثبت نامی برای دریافت بن کتاب را قابل توجه خواند.

دهقانکار افزود: در حال حاضر هم ثبت نام درخواست بن مشارکتی موسسات، مراکز علمی، پژوهشگاه‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی در حال انجام است.

فاز مطالعاتی تدوین نقشه‌راه فناوری بلاک‌چین انجام شد

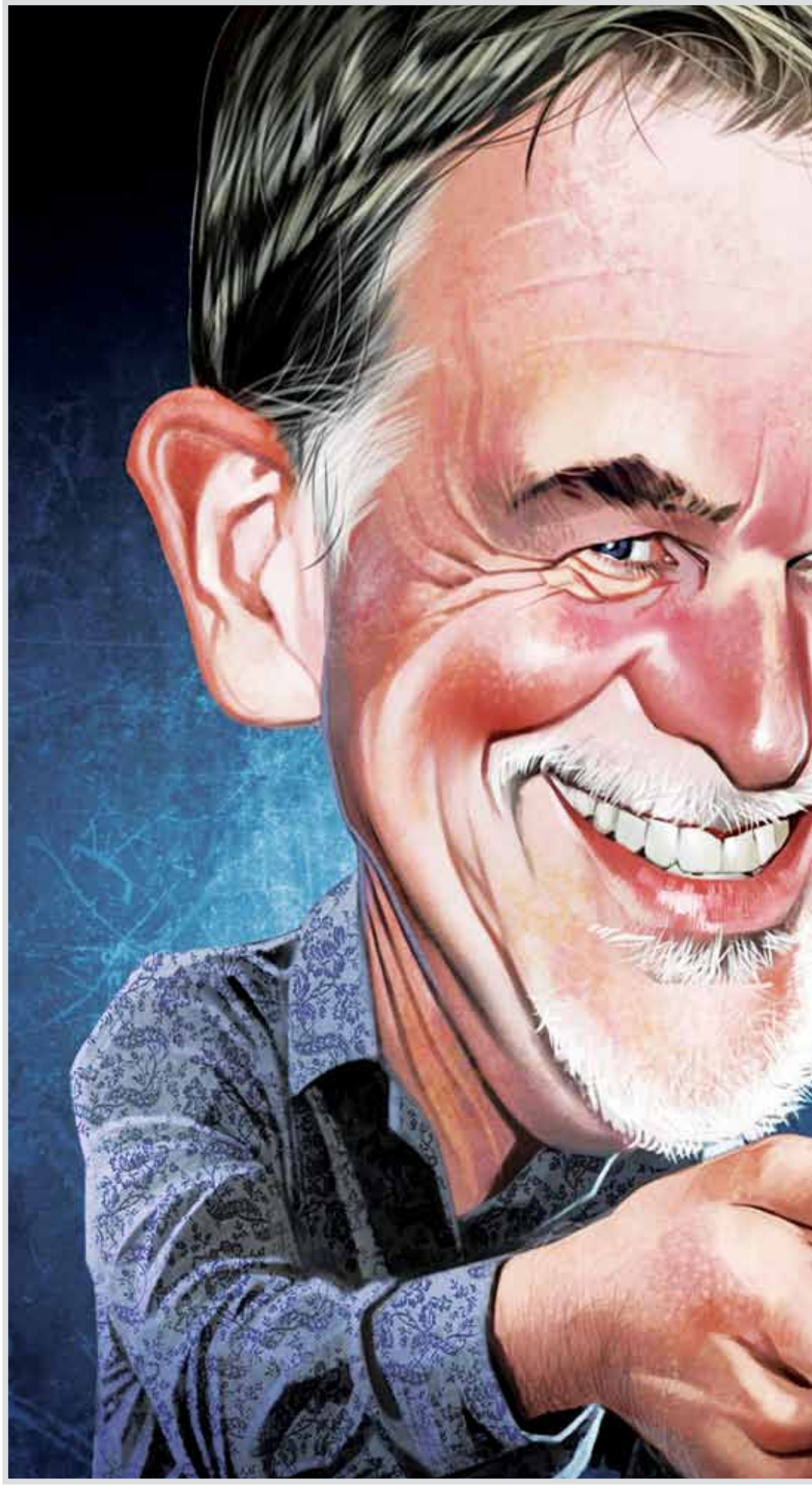
یکی از مأموریت‌های اصلی پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات «رصد و آینده‌پژوهشی و ارتقای دانش در حوزه فناوری‌های نوین» است، فعالیت محوری زنجیره بلوکی از اواخر سال ۱۳۹۶ در قالب چهار پروژه در چهار پژوهشکده مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت.

به گزارش مهر، عاطفه فرازمند مجری پروژه ابعاد و الزامات سیاست‌گذاری فناوری زنجیره بلوکی با اشاره به جزییات فاز نخست پروژه «مطالعه ابعاد و الزامات سیاست‌گذاری فناوری زنجیره بلوکی (بلاک‌چین) گفت: زنجیره بلوکی یکی از مهمترین فناوری‌های عصر حاضر است که ظرفیت بالایی در تحول عملکرد طیف وسیعی از صنایع و بخش‌های مالی-اقتصادی دارد.

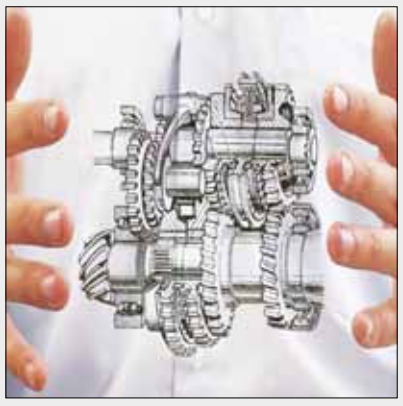
وی با بیان اینکه ابعاد سیاست‌گذاری فناوری زنجیره بلوکی، در پژوهشکده سیاست‌پژوهی و مطالعات راهبردی فاوا بررسی شد، ادامه داد: در این پروژه ضمن شناسایی فناوری زنجیره بلوکی و کاربردهای آن، چالش‌های حاکمیتی و نیازمندی‌های سیاست‌گذاری، مقررات‌گذاری به منظور بهره‌مندی از مزایا و مدیریت تهدیدات آن شناسایی، تحلیل و جمع‌بندی شد در این رابطه توجه به نقش بازیگران و ذی‌اثران توسعه فناوری یکی از نکات اصلی است که بازیگران اصلی اکوسیستم زنجیره بلوکی شناسایی شد.

فرازمند خاطرنشان کرد: در ادامه در تلاش هستیم به منظور شناخت و درک انتظارات فعالین زنجیره بلوکی در کشور، نشست‌های تخصصی و رویدادهای عمومی همکاری و تعامل برون‌سازمانی با بازیگران این فناوری در کشور داشته باشیم.

وی تصریح کرد: نتایج و دستاوردهای این پروژه مبتنی بر اقدامات آینده‌پژوهانه شامل مطالعات بین‌المللی و روندهای جهانی و همچنین وضعیت موجود کشور، می‌تواند به عنوان گام نخست و با عنوان امکان‌سنجی در تدوین نقشه‌راه و برنامه عملیاتی توسعه فناوری زنجیره بلوکی مورد استفاده قرار گیرد.



آغاز سرمایه‌گذاری مالی در شرکت‌های دانش‌بنیان دانشگاه شهید بهشتی



کوروش پرند، رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه شهید بهشتی با بیان اینکه دانشگاه شهید بهشتی در حوزه‌های مختلفی کار می‌کند، اظهار کرد یکی از این حوزه‌ها فناوری اطلاعات و فین‌تک است و در این حوزه‌ها دو شتاب‌دهنده اولیه به وجود آورده‌ایم.

رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه شهید بهشتی تصریح کرد: خبر خوش این است که برنامه‌ریزی‌های مختلفی تدوین شده است و بر مبنای آن روی شرکت‌های دانش‌بنیان دانشگاه شهید بهشتی سرمایه‌گذاری‌های مالی انجام می‌شود.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی با اشاره به این سرمایه‌گذاری گفت: انتهای سال ۹۷ و ابتدای سال ۹۸ روی پنج شرکت سرمایه‌گذاری انجام گرفت، با این سرمایه‌گذاری حداکثر ۷۰۰ میلیون تومان به شرکتی که مورد پذیرش قرار بگیرد، ارائه می‌شود.

یادداشت

موانعی که موفقیت استارتاپ‌ها را به تعویق می‌اندازد

کارآفرینان بزرگ و موفق، خیلی زود مشکلات و چالش‌های موجود در کسب و کارشان را شناسایی می‌کنند و جلوی آسیب‌های ناشی از این موانع را می‌گیرند.

رت پاور، مدیر سازمان مربیگری کارآفرینان Power Coaching and Consulting که تا به حال با صدها استارتاپ و کارآفرین در سراسر دنیا وارد تعامل شده، معتقد است کارآفرینان در سراسر دنیا با چالش‌های زیادی مواجه هستند. به گفته وی، برای تبدیل ایده‌های عالی به یک کسب و کار موفق، به کار سخت، تمرکز بالا، پشتکار و کمی شانس نیاز است.

کارآفرینان بزرگ همواره سعی می‌کنند از موانع زیادی که مانع پیشرفت‌شان می‌شود، گذر کنند. پاور معتقد است اگر کارآفرینان می‌خواهند کسب و کار خود را به موفقیت برسانند، باید از ۱۰ چالش اساسی گذر کنند:

فضای کسب و کار

دانش مهم‌ترین ابزار برای موفقیت کارآفرینان است. اولین گام برای موفقیت هر کارآفرین، دانش گسترده و دقیق درباره رقابت، اقتصاد کنونی و پیش‌بینی آینده آن و چگونگی تأثیر این عوامل روی صنعتی است که در آن کار می‌کنید. سرمایه‌گذاران بزرگ به دنبال مدیران هوشمند و آگاه هستند.

هویت ضعیف برند

بازاریابی نقش غیرقابل‌انکاری در موفقیت کسب و کارها دارد. از طریق بازاریابی، ویژگی و مزایای یک محصول به مشتریان معرفی می‌شود. البته یک برند قوی نیز همین کار را برای‌تان انجام می‌دهد. در وب‌سایت Business۲Community آمده است: هویت سامان‌یافته و قدرتمند برند و داشتن لوگویی تاثیرگذار، کمک می‌کند درک خوبی از بازار و مشتریان‌تان داشته باشید و بدانید چطور سرمایه جذب‌شده را به کار بگیرید.

کمبود سرمایه

از هر طریقی سرمایه به دست آورید، باید برنامه‌ریزی کنید برای دو سال، سرمایه قابل اطمینانی در دست داشته باشید. این سرمایه باید از طریق یک طرح کسب و کار عالی، مواردی چون هزینه تست مجدد محصول، شکست فروشندگان یا معوقات غیر قابل پیش‌بینی را پوشش دهد.

عدم یادگیری درس‌های ضروری

شما باید خودتان، محصولات و خدمات جدیدتان را باور داشته باشید؛ با این حال بهتر است روی کمک چند مشاور باتجربه حساب کنید و از درس‌هایی که آنها فرا گرفته‌اند، عبرت بگیرید. سپس توصیه‌ها و نصایح آنها را در تصمیم‌گیری‌های‌تان اعمال کنید.

سرمایه محافظت‌نشده

شاید ایده کسب و کار شما شامل ویژگی خاص یا پتنت‌های ارزشمندی شود. غیرقابل تصور نیست که افراد سودجو به دنبال این باشند ایده‌های‌تان را به سرقت ببرند. به کمک یک حقوقدان کسب و کار، طرح جامع حفاظت از دارایی داشته باشید و مطمئن شوید تمام ایده‌ها، محصولات و دارایی‌های‌تان را در نظر گرفته‌اید.

مشکلات و چالش‌های کارکنان

هرچند توجه زیادی به این موضوع نمی‌شود، اما اشتباهات کارکنان می‌تواند هزینه و آسیب‌های زیادی به کسب و کارتان بزند. کارکنان را در زمانی استخدام کنید که درک کاملی از ساختار کسب و کارتان به دست آورده باشید، محدودیت‌ها را به خوبی شناسایی کنید و مسئولیت‌ها را به متخصصان بدهید، انگیزه و مشوق‌های خوبی برای استخدام و حفظ کارمندان مستعد و برتر پیدا کنید.

دچار رکودشدن

خیلی از کارآفرینان وقتی با چالش‌های سخت مواجه می‌شوند، از هر اقدامی ممانعت می‌کنند. باید بدانید ایستایی و اقدام نکردن ممکن است سبب از کار افتادن کسب و کارتان شود. عمل و اقدام است که شما را به سمت جلو می‌برد. اگر از شرایط فعلی واهمه دارید که سبب رکودتان می‌شود، جمعی از مشاوران را جمع کنید، به تجربیات آنها گوش دهید و مسیری را انتخاب کنید که شما را از بحران نجات می‌دهد.

بی‌توجهی به فرهنگ استارتاپ

چه چیزی به کارمندان جدید انگیزه می‌دهد در مسیر دستیابی به اهداف قرار گیرند؟ کمی وقت بگذارید و فرهنگ سازمانی مناسبی برای کسب و کارتان توسعه دهید؛ فرهنگی که به شما و کارمندان‌تان انرژی و انگیزه می‌دهد تا با علاقه و اشتیاق در کنار هم کار کنید.

نداشتن هیچ رویکردی برای جذب مشتریان

مشتریان پایه را پیدا کنید و یاد بگیرید به درخواست‌های خارج از برنامه که کسب و کارتان را از مسیر پیشرفت بیرون می‌کند، پاسخ منفی دهید. روی اهداف اصلی کسب و کارتان تمرکز کنید و همواره انگیزه‌های شروع کار را به یاد داشته باشید.

عدم توجه به نشانه‌های تغییر

فکر می‌کنید تمام مراحل را به درستی انجام داده‌اید اما نتیجه مطلوب حاصل نشده است؟ بهترین راه حل این است یک قدم به عقب بردارید، همه چیز را دوباره ارزیابی کنید و برندسازی جدیدی داشته باشید.

موفقیت یک استارتاپ از راه‌های زیادی محقق می‌شود. باید به عنوان یک کارآفرین، زیرکی و هوشمندی خود را به کار بگیرید تا در بهترین مسیر موفقیت قرار گیرید.

منبع: inc/ucan

فضای مجازی در اشتغال و رونق تولید ملی تاثیرگذار است

حجت‌الاسلام والمسلمین حسن روحانی در جلسه شورای عالی فضای مجازی با تبریک آغاز سال جدید و اعیاد شعبانیه، نامگذاری سال ۱۳۹۸ به عنوان سال «رونق تولید» از سوی رهبر معظم انقلاب را مورد اشاره قرار داد و گفت دبیرخانه شورای عالی فضای مجازی باید بررسی‌های لازم برای تدوین برنامه‌های موثر در راستای رفع موانع و مشکلات از مسیر توسعه کسب و کار و تولید توسط شرکت‌های دانش‌بنیان را انجام داده و برای طرح در جلسه شورای عالی آماده کند. به گزارش ایرنا، وی با اشاره به درگیر شدن بسیاری از استان‌های کشور با مشکلات ناشی از سیل و تقدیر از تلاش‌های مردم و همه دستگاه‌های ذی‌ربط در کمک‌رسانی به سیل زدگان، ادامه داد: کمک‌رسانی به مناطق سیل زده باید تا رفع کامل مشکلات مردم ادامه پیدا کند و در این راستا به مسئولان اجرایی استان‌هایی که در معرض سیل قرار دارند دستور آماده‌باش کامل داده شده است. روحانی انتشار برخی مطالب غیرواقعی و شایعات در فضای مجازی در این گونه حوادث را موجب نگرانی مردم دانست و خاطرنشان کرد: برهم زدن امنیت روانی مردم اقدامی برخلاف امنیت جامعه بوده و باید سیاست‌گذاری لازم برای پیشگیری از انتشار اخبار جعلی و شایعات در شورای عالی فضای مجازی انجام شود تا در صورت نیاز به قانون‌گذاری از سوی دولت لایحه آن تدوین و تقدیم مجلس شود. در جلسه شورای عالی فضای مجازی مقرر شد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی و دفتر تبلیغات اسلامی سند تحول فضای مجازی در موضوعات مربوط به حوزه‌های فعالیت خود را تدوین و به شورای عالی فضای مجازی تقدیم کنند. بر این اساس مواجهه فعال با فضای مجازی با لحاظ اصول و ارزش‌های سبک زندگی اسلامی-ایرانی، نگاه فرصت‌محور به فضای مجازی، کاهش تصدیگری دولت با لحاظ ظرفیت‌های غیرحکومتی مبتنی بر نظام چند ذی‌ربطی، اتخاذ رویکرد توسعه فراملی و ایجاد عمق استراتژیک منطقه‌ای، بین‌المللی و کشورهای همسو، تلاش در جهت اصلاح ساختارها و مدیریت منابع مالی و انسانی موجود به جای خلق ساختار و هزینه‌های جدید، شبکه ملی اطلاعات به عنوان زیست‌بوم پیاده‌سازی تمامی برنامه‌های اسناد تحولی و ایجاد و توسعه سکوهای مورد نیاز در حوزه‌های تحولی با تاکید بر ظرفیت بخش خصوصی از الزاماتی است که دستگاه‌های مذکور باید در تدوین این سند تحولی مد نظر قرار دهند.

توسعه کشاورزی از طریق دانش‌بنیان‌شدن

قائم‌مقام وزیر علوم و رئیس مرکز هیات‌های امنا و هیات ممیزه مرکزی در همایش ملی توسعه پایدار با رویکرد توسعه پایدار و چالش‌های سرمایه‌گذاری منطقه ترشیز در کاشمر گفت تقریباً همه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کوچک و بزرگ مأموریت دارند به مسئولان در رفع مشکلات کشور کمک کنند. به گزارش ایسنا، دکتر عبدالرضا باقری، در این همایش ملی که به همت مرکز آموزش عالی کاشمر و با حضور ارائه‌دهندگان مقالات و جمعی از مسئولان شهرستان برگزار شد، تاکید کرد: به رغم نارسایی‌های فراوان، اما رویکرد توسعه و کمک به رشد و پیشرفت و توسعه پایدار مناطق به جد مورد توجه وزارت علوم است. وی افزود: پرداختن به موضوع توسعه پایدار حتی در مراکز آموزش عالی مثل کاشمر جای تقدیر دارد و این نشان می‌دهد آموزش عالی وارد عرصه‌های اجتماعی شده و علاوه بر تأمین نیروی انسانی مورد نیاز کشور درخصوص مسائل پیرامون خود و ضرورت پاسخگویی به نیازهای جامعه توجه دارد. قائم مقام وزیر علوم بیان کرد: مراکز آموزش عالی سرمایه‌های ملی و جزو افتخارات کشور هستند به طوری که امروز تعداد بسیاری از دانشگاه‌های بزرگ در رتبه‌بندی‌های جهانی حضور دارند و افتخارآفرینند. وی تصریح کرد: باید دانشگاه‌های بزرگ کشور را به دلیل توسعه فعالیت‌های ملی و بین‌المللی و واحدهای دانشگاهی کوچک‌تر را به خاطر توسعه نیازهای منطقه‌ای و ملی مورد توجه و حمایت قرار داد. وی با اشاره به لزوم آینده‌نگری در جوامع انسانی گفت: انسان در کره زمین از همه ظرفیت‌های موجود بی‌محابا استفاده کرده و می‌کند و رشد جمعیت امروز مخاطرات بسیاری را ایجاد کرده زیرا باید با استفاده از منابع موجود روی همین کره امکانات مورد نیاز بشر را تأمین کرد. دکتر باقری ادامه داد: توسعه اقتصادی، اجتماعی و حفظ محیط زیست سه مؤلفه توسعه پایدار است که باید به جد به آنها توجه داشت که مؤلفه مهم اقتصاد پایدار، توسعه پایدار کشاورزی است. وی ارتقای امنیت غذایی و کیفیت تغذیه، کاهش فقر و افزایش درآمد مردم را مؤلفه‌های مهم در توسعه کشاورزی پایدار ذکر کرد و افزود: باید بهره‌برداری را با حداقل پیامدهای تخریب به محیط زیست همراه کنیم و به توسعه کشاورزی با استفاده از تکنولوژی‌های موجود بپردازیم.

کارگاه برندینگ

۵ نکته برای تهیه یک پادکست صوتی مناسب

نویسنده : حسام رنجبر

همه ما می‌دانیم که در کسب و کارها تنها چیزی که حرف اول را می‌زند و همیشه طرفداران خودش را دارد محتواست و امروزه استارتاپ‌ها از انواع مختلف آن از قبیل محتوای ویدئویی، تصویری، نوشتاری و ... استفاده می‌کنند اما یکی از محتواهایی که در ایران هنوز کمتر یافت می‌شود یک محتوای صوتی یا یک پادکست خوب است. یک پادکست صوتی خوب می‌تواند مانع تلف شدن وقت کاربران شود، شما می‌توانید در حین رانندگی و یا سفر مطالب جدیدی بیاموزید و همیشه به‌روز باشید همچنین اپلیکیشن‌های بسیاری هم وجود دارد که شما می‌توانید از آنها استفاده کنید در این مقاله قصد داریم نکاتی را برای تهیه یک پادکست خوب به شما بگوییم.

ابزار مناسب شرط اول یک پادکست خوب

بیشتر افراد فکر می‌کنند برای تهیه یک پادکست همان تلفن همراه و داشتن یک اپلیکیشن رکورد کافی است، اما ما به شما می‌گوییم که اگر شما قصد دارید این کار را انجام دهید اسم این کار پادکست نیست شما در واقع دارید یک پست طولانی صوتی را ضبط می‌کنید کیفیتی را که یک میکروفون ساده برای تهیه یک پادکست می‌تواند به شما ارائه دهد در کنار یک تلفن همراه قابل مقایسه نیست. کسانی که پادکست‌های صوتی گوش می‌دهند به وضوح صدایی همانند رادیو عادت کرده‌اند و توقع بالایی دارند.

یادداشتی همراه خود داشته باشید

همیشه برای تهیه پادکست از قبل یادداشتی را داشته باشید تا بتوانید روی صحبت‌های خود تمرکز کافی را داشته باشید و بدانید که درباره چه چیزی می‌خواهید صحبت کنید افراد بسیار کمی هستند که می‌توانند به صورت فی‌البداهه صحبت‌های خود را آغاز کنند اما نکته‌ای که وجود دارد این است که اگر در طول صحبت شما ایده‌ای جالب‌تر به ذهن شما آمد از آن استفاده کنید و هرگز نگذارید که یادداشت شما مانع این کار شود.

تقلید ممنوع

سعی کنید لحنی که در پادکست‌های خود استفاده می‌کنید مخصوص خودتان باشد و از لحن اشخاص دیگر و گویندگانی که مورد علاقه شما هستند استفاده نکنید برای همین ساعتی را به جست و جو بپردازید تا ببینید لحنی که استفاده می‌کنید شباهتی نداشته باشد.

استفاده از موزیک

در پادکست‌های خود حتما از موزیک‌های مناسب استفاده کنید چرا که یک موزیک مناسب با بحث شما می‌تواند اعتماد به نفسی را به شنونده پادکست شما منتقل کند، اما نکته‌ای که در این باره وجود دارد این است که هیچ وقت سعی نکنید از موزیک برای پر کردن زمان در داخل پادکستتان استفاده کنید.

مختصر و مفید

سعی کنید که پادکست‌هایی که تهیه می‌کنید زمان کمتری داشته باشد در واقع پادکست‌هایی که کوتاه‌تر هستند طرفداران بیشتری دارند نه اینکه بگوییم پادکست‌هایی که زمان زیادی دارند بیهوده هستند، اما گوش دادن به صدای کسی که هنوز به او عادت ندارید و با لحن و مطلب او آشنا نیستید کمی سخت است تا به او عادت کنید اگر شما پادکست‌های کوتاه‌تری داشته باشید و بعدها پادکست‌های طولانی‌تری ضبط کنید مطمئن باشید کسانی که با لحن شما آشنا هستند و پادکست‌های قبلی شما را دوست دارند حتما این پادکست شما را هم گوش می‌دهند .

پایان

تهیه یک پادکست مناسب مانند دیگر محتواها است و در آن خلاقیت و اصالت واجب است سعی کنید در تولید پادکست حتما خلاقیت مختص به خودتان را داشته باشید تا بتوانید شنوندگان خاص خودتان را داشته باشید.

منبع: blogad

از لگو و ونس گرفته تا سفورا و اپرا پاریس(۱)

برترین برندها در اینستاگرام کدامند؟

به قلم: لیندسی کُلُویچ کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل‌علی

برخلاف عکس‌های دوستان‌مان در اینستاگرام که بیشتر شامل سلفی‌های گوناگون است، پلتفرم اینستاگرام فقط مخصوص بارگذاری سلفی‌های و تصاویر شخصی نیست. در حقیقت، اینستاگرام بیش از یک میلیارد کاربر فعال در ماه ژوئن داشته است. این رقم بیشترین حضور فعال کاربران در یک شبکه اجتماعی به حساب می‌آید. از این میان ۲۰۰ میلیون کاربر به تازگی (کمتر از ۹ ماه) عضو اینستاگرام شده بودند.

امروزه محتوای بصری همچنان جایگاه ویژه خود را نزد اهالی کسب‌وکار حفظ کرده است. به این ترتیب استراتژی بازاریابی برندها کاملا بر مدار استفاده بهینه از جلوه‌های بصری طراحی می‌شود. وقتی محتوای بصری اهمیت بالایی داشته باشد، پلتفرمی مانند اینستاگرام فرصت طلایی برای برندها در راستای بازنمایی جلوه‌ای جذاب‌تر از خود، شخصی‌سازی محتوا برای مخاطب و درج نام‌شان در ذهن مخاطب برای تمام طول روز ایجاد می‌کند.

بدون تردید همه برندها در زمینه بازاریابی و تبلیغات در اینستاگرام به یک شکل عمل نمی‌کنند. به مانند هر حوزه دیگری، در اینجا نیز با برخی برندهای موفق و شمار بسیار زیادی برند شکست خورده مواجه هستیم. برخی از کارآفرینان به ماهیت جذاب برخی از کسب‌وکارها در مقایسه با سایرین اشاره دارند. به همین باور عمومی مبنی بر سهولت کسب موفقیت در برخی از کسب‌وکارها میان مردم جا افتاده است. اگرچه این ادعا تا حدی درست است، با این حال بررسی دقیق برندهای موفق در اینستاگرام خلاف آن را ثابت می‌کند. صنعت‌های پرطرفدار در اینستاگرام شامل مراقب از پوست، سبک زندگی، تحصیلات، تولید کفش، طراحی دکور داخلی، سرگرمی و لوازم دفترهای کار یا به عبارت بهتر کسب‌وکارهای B۲B (کسب‌وکارهایی که به جای مردم با کسب‌وکارهای دیگر به عنوان خریدار مواجه‌اند) است.

آیا شما آماده دریافت برخی از ایده‌های جذاب از برندهای بزرگ دنیا هستید؟ مطالعه فهرست این مقاله کمک شایانی به شما و برندتان در ادامه راه بازاریابی و تبلیغات آنلاین در اینستاگرام خواهد کرد. نکته مهم درخصوص نحوه گردآوری مطالب مقاله حاضر استفاده از مثال‌های کاربردی برای هر برند است. برای برخی از موفق‌ترین نمونه‌ها ما حتی به بررسی تکمیلی پست اینستاگرامی مربوطه نیز پرداخته‌ایم. این کار به لطف استفاده از ابزار آماری Iconosquare صورت گرفته است.

۱۷ برند برتر در اینستاگرام

۱. لگو

تعداد فالوورها: ۳٫۸ میلیون

اگر شما اکانت رسمی برند لگو در اینستاگرام را دنبال نمی‌کنید، در حال از دست دادن محتواهای سرگرم‌کننده بسیاری هستید. این محتواها فقط مربوط به اسباب بازی‌های ویژه کودکان نیست.

لگو به عنوان یک برند محبوب برای نسل‌های مختلف در زمینه تولید بلوک‌های پلاستیکی کوچک فضای اکانتش در اینستاگرام را پر از محتوای جذاب و خنده‌دار کرده است. نکته جالب اینکه آنها در راستای مدیریت اکانت‌شان فقط بر روی محتوای مرتبط با برندشان تمرکز ندارند. به این ترتیب مطالب روز و مرتبط با ترندهای برتر همیشه در صفحه اصلی لگو در اینستاگرام یافت می‌شود.

اگرچه شمار قابل توجهی از پست‌های لگو در اینستاگرام مربوط به رونمایی از شخصیت‌های تازه اسباب بازی‌های‌شان است، اما آنها همچنان به شیوه‌های قدیمی بازاریابی و تبلیغات خود پایبند مانده‌اند. شیوه سنتی لگو در بازاریابی و معرفی محصولات جدید مبتنی بر ساخت نمونه‌های مرتبط به شخصیت‌های داستانی و لوازم‌شان برای مخاطب هدف است. به عنوان مثال، این برند در زمان شهرت روزافزون مجموعه هری پاتر اقدام به ساخت انواع لگوی شخصیت‌های آن کرد. برخی از ایده‌های این برند بسیار جذاب از کار در آمده است. ماشین پرنده سری فیلم‌های هری پاتر یکی از آنهاست. تیم تولید لگو با بررسی ماشین پرنده مجموعه هری پاتر در داستان «هری پاتر و تالار اسرار» اقدام به ساخت نمونه‌ای در اندازه واقعی از آن ماشین کرد. بدون تردید هر فردی با خاطره‌های گوناگون از اسباب بازی‌های لگو از شنیدن خبر ساخت ماشین واقعی هری پاتر با لگو شگفت‌زده خواهد شد.

۲. مزارع کالیفیا

تعداد فالوورها: ۲۱۹ هزار کاربر

برند مزارع کالیفیا (Califia Farms) در زمینه تولید نوشیدنی‌های طبیعی فعالیت دارد. شهرت اصلی این برند به خاطر نوع خاص بسته‌بندی محصولاتش است. به این ترتیب آنها در سراسر دنیا به نوع ویژه بسته‌بندی محصولات و چشم‌نوازی‌اش شهرت دارند. مجله جهانی نوشیدنی در بررسی‌اش از برترین برندها در زمینه بسته‌بندی محصولات برند مزارع کالیفیا را به عنوان برنده اعلام کرده است. از همینجا می‌توان به کیفیت بالای کار این برند در زمینه بسته‌بندی محصولات پی برد.

وقتی صحبت از بسته‌بندی محصولات می‌شود، تولید محتوای بصری از آن بسیار جذاب خواهد بود. اینستاگرام نیز به عنوان بزرگترین پلتفرم عکس محور در دنیا گزینه نخست اغلب برندها به حساب می‌آید. متاسفانه بسیاری از برندها نوعی خجالت بی‌مورد به هنگام بارگذاری تصاویر مربوط به محصولات‌شان در اینستاگرام دارند. در مورد برند مزارع کالیفیا این نوع از خجالت‌ها هیچ جایی ندارد. آنها محتوای بصری گوناگونی برای مخاطب‌های خود در اینستاگرام تولید می‌کنند. محور اصلی اغلب آنها نیز بطری‌های نوشیدنی و سایر محصولات‌شان است. البته در همه موارد محصولات مزارع کالیفیا موضوع اصلی تصاویر نیست. به منظور جذابیت هرچه بیشتر محتوا گاهی اوقات از سایر المان‌ها نظیر شیرینی‌های خوشمزه نیز در کنار نوشیدنی‌های این برند استفاده می‌شود. این کار به طبیعی‌سازی فضای کلی پست‌ها کمک می‌کند. بدون تردید شیوه مزارع کالیفیا در توسعه محصولاتش از ثبت تصویر در آتلیه‌های حرفه‌ای مناسب‌تر به نظر می‌رسد.

یکی از کارهایی که برند مزارع کالیفیا به خوبی انجام می‌دهد، تولید انواع شوخی‌های سرگرم‌کننده است. آنها در این زمینه از فرمت ویدئو و گیف استفاده می‌کنند. به این ترتیب با مشاهده صفحه اصلی اکانت این برند شمار بالایی از پست‌های خنده‌دار را خواهید یافت. همچنین در زمینه آموزش تهیه انواع خوراکی‌های سالم نیز مزارع کالیفیا فعالیت چشمگیری دارد. یکی از پست‌های مشهور این برند در اینستاگرام مربوط به آموزش شیوه طبخ سوپ گوجه به صورت کاملا طبیعی است.

یکی از ویدئوهای جذاب و خنده‌دار برند مزارع کالیفیا مربوط به محصول شیرنارگیل‌اش است. آنها در یک ویدئوی کارتونی کوتاه توضیح جالبی در مورد شیوه تهیه شیرنارگیل داده‌اند به این ترتیب شیرنارگیل حاصل اسکی روی آب نارگیل‌های رسیده و پرش‌شان به درون بطری غول پیکر شیرنارگیل برند مزارع کالیفیا است. شاید در نگاه نخست این روش بیان موضوعات در قالب ویدئوهای خنده‌دار اندکی عجیب به نظر برسد. با این حال باید توجه داشت محیط اینستاگرام فضایی برای ایجاد ارتباطی عمیق و صمیمی‌تر با مخاطب هدف است. به همین دلیل باید از کلیشه‌های رایج دنیای واقعی کسب‌وکار و ارتباط با مخاطب تا جای ممکن فاصله گرفت.

۳. #FollowMeTo

تعداد فالوورها: ۴۹۹ هزار کاربر

آیا تا به حال تصاویر مربوط به زوج‌های کوهنورد در مناطق طبیعی مختلف دنیا را مشاهده کرده‌اید؟ به طور معمول در چنین تصاویری پس‌زمینه بسیار جذابی به چشم می‌خورد. شاید به نظرتان چنین شیوه عکاسی بسیار طبیعی جلوه کند. با این حال روش آن حاصل تلاش یک زوج عکاس به نام‌های مورواد و ناتالیا عثمان در پروژه #FollowMeTo (مرا به سوی آنجا دنبال کن) است. در این چالش زوج‌های مختلف از سراسر دنیا دعوت به ثبت تصاویر زیبا در طبیعت با محوریت یکی از مناظر زیبا دعوت می‌شوند. در طول سال‌های اخیر استفاده از هشتگ مخصوص این چالش رونق بسیار زیادی یافته است. شهرت این سبک از عکاسی باعث ورودش به صنعت سینما نیز شده است. به این ترتیب برخی از فیلم‌های سینمایی به این شیوه اقدام به ثبت سکانس‌های‌شان می‌کنند.

اکانت رسمی مورواد و ناتالیا در اینستاگرام پر از تصاویر مربوط به چالش‌شان است. هر زوجی امکان ارسال تصاویر خود به حساب کاربری آنها یا انتشارش با ذکر هشتگ #FollowMeTo را دارد. در این میان مورواد و ناتالیا زحمت ویرایش مناسب تصاویر را می‌کشند. به این ترتیب محصول نهایی شامل مناظر بسیار جذاب و چشم‌نواز از سراسر دنیا خواهد بود. بدون تردید هر فردی علاقه‌مند به طبیعت و کوهنوری از سوژه‌های صفحه رسمی مورواد و ناتالیا لذت خواهد برد. به نظر من نیازی به بررسی بیشتر نحوه موفقیت این زوج جوان نیست. همین که هشتگ پروژه آنها همیشه در میان ترندهای برتر دنیای آنلاین است، به خوبی گواه موفقیت آنهاست.

موفقیت در دنیای کسب‌وکار نیازمند کارهای عجیب و غریب نیست. با یک ایده جذاب و ساده نیز می‌توان شهرت و موفقیت زیادی به دست آورد. مشاهده تصاویر اکانت مورواد و ناتالیا ایده جالبی برای هر کارآفرینی به ارمغان می‌آورد.

ادامه دارد ...

منبع: hubspot

راهنمای جامع موسسه Hootsuite برای بازاریاب‌ها(۲)

چگونه از محتوای تولیدی کاربران در کمپین بازاریابی‌مان استفاده کنیم؟

به‌قلم: کریستینا نوبری نویسنده، ویراستار و بازاریاب دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

بهترین تمرین‌ها برای استفاده از محتوای تولیدی کاربران:

۱.همیشه اجازه بگیرید

همانطور که در بخش قبلی بیان شـد، خلق یک هشـتگ ویـژه برای برندمان راحت‌ترین شیوه برای دسترسی به محتوای تولیدی کاربران است. نکته مهم در این میان ضرورت اخذ اجازه بازنشر محتوا از کاربران است. حتی در مورد محتوای دارای هشتگ رسمی برندمان نیز باید نخست رضایت کاربر سازنده آن را جلب کنیم. این کار وجهه حرفه‌ای‌تری از برند ما را به نمایش می‌گذارد.

گاهی اوقات برخی از کاربران از وجود یک هشـتگ رسـمی برای برند ما مطلع نیستند. به همین دلیل بدون هرگونه اطلاعی از هشتگ برندمان استفاده می‌کنند. در این زمینه استفاده از محتوای کاربران ایده چندان جالبی نخواهد بود. همچنین در مورد محتوای تولیدی کاربران که از کمپین برندمان اطلاع دارند، ماجرا با اندکی تفاوت به همین صورت اسـت. استفاده از محتوای تولیدی کاربران بدون اطلاع به آنها تمام جذابیت کار را از بین می‌برد. در حقیقت شاید کاربر مورد نظر اصلا متوجه استفاده ما از محتوای‌اش نشود. درست به همین دلیل اخذ اجازه و اطلاع‌رسانی در مورد کاربرد چنین محتوایی ضروری به نظر می‌رسد.

در اینجا من قصد بررسی نحوه اخذ اجاره برندهای Whole Foods، بریتیش کلمبیا و کالِر اسـتریت را دارم. نخست به متن درخواست برند Whole Foods خواهیم پرداخت: «ما عاشق این تصویر هستیم. ما قصد استفاده از آن در شبکه‌های اجتماعی، سایت و کانال‌های رسمی‌مان تحت امتیاز شما را داریم. اگر شما با بازنشر محتوای‌تان موافق هسـتید، همین کامنت را با هشـتگ #KaleNit پاسخ دهید. سپاس». برند بریتیش کلمبیا نیز به شیوه‌ای تقریبا مشابه عمل کرده است: «عجب عکس زیبایی از تور ما. اگر علاقه‌مند به بازنشر آن از سوی ما هستید، لینک اکانت رسـمی‌مان رهنمای کامل ثبت اجازه رسـمی‌تان را نشان می‌دهد.» در نهایت نیز نوبت به بررسی شیوه اخذ رضایت کاربر استریت می‌رسد: «به خاطر اشتراک‌گذاری محتوای زیبای‌تان سپاسگزاریم. ما واقعا به این تصویر علاقه‌مندیم. اگر مایل هستید، ما قصد اسـتفاده از آن در کانال‌های اجتماعی مختلـف را داریم. در صورت تمایل همین کامنت را با هشـتگ #Yescolorstreet پاسـخ دهید. در این صورت ما نسبت به رضایت خاطر شما مطمئن خواهیم شد.»

وقتی ما برای بازنشر محتوای کاربران از آنها اجازه می‌گیریم، پیام کاملا واضحی را برای آنها مخابره خواهیم کرد. این پیام بیانگر وجه حرفه‌ای برند ماست. همچنین هیجان خاصی نیز به کاربر مورد نظر منتقل می‌شـود. بحث قوانین سفت و سخت کپی رایت هم با اخذ اجازه به طور کامل حل و فصل می‌شود. در نهایت نیز باید به الزام اخلاقی چنین کاری اشـاره کرد. بدون تردید استفاده بدون اطلاع از محتوای تولیدی دیگران هرگز کار قابل توجیهی نخواهد بود.

۲. اعتبار نهادن به خالق اصلی اثر

هنگامی که ما محتوای تولیدی کاربران را در کانال‌های اجتماعی مختلف بازنشر می‌دهیم، باید از ارجاع اعتبار اصلی اثر به خالق آن مطمئن شـویم. بهترین شـیوه برای این کار تگ مسـتقیم آنها در پسـت مورد نظر است. در این میان فرقی میان کاربرد انواع مختلف محتوا از قبیل تصویر، ویدئو و متن وجود ندارد. به عنوان یک اصل اساسی همیشه باید ارجاع اعتبار به خالق اثر را در ذهن داشته باشیم.

اگر شما برنامه خاصی برای اشتراک‌گذاری محتوای تولیدی کاربران در شبکه‌های اجتماعی دارید، باید یک مسـئله مهم را با خالق اثر در میان بگذارید. مسئله مورد نظر شیوه ارجاع اعتبار اصلی محتوا به وی است. به عنوان مثال، اگر شما قصد بازنشر محتوای اینسـتاگرامی یکی از کاربران‌تان در فیس‌بوک را دارید، از داشـتن اکانت فیس‌بوک وی اطمینان حاصل کنید. در غیر این صورت باید راهکارهای دیگری را برای اعلام خالق اثر پیدا کنید.

فراهم‌سـازی بستری برای اعلام رسمی اعتبار محتوای بازنشری برندمان راهکار تاثیرگذاری برای همکاری هرچه بیشـتر با خالق آن آثار است. به عنوان مثال، اگر کاربر مورد نظر تصاویر بسیار جذاب و هماهنگی با کسب‌وکار ما ثبت می‌کند، چرا نبایـد از وی در تیم بازاریابی‌مان اسـتفاده کنیم؟ همچنین همیشـه باید به وجه هیجان‌انگیز ذکر نام خالق‌های محتوا توجه داشـت. همه ما از ذکر نام‌مان در ذیل پست برندهای بزرگ هیجان‌زده می‌شویم. از آنجایی که چنین کاری هیچ هزینه‌ای برای برندها در پی ندارد، انجام آن باید در دستور کار هر برندی قرار داشته باشد.

۳. پیشنهاد مقوله‌ای ارزشمند در پاسخ به خالق اثر

اگر شما علاقه‌مند به استفاده از محتوای هرچه بیشتر و متنوع‌تر تولیدی کاربران هستید، باید در پاسخ به استفاده از محتوای آنها امری ارزشمند را پیشنهاد دهید. یکـی از ایده‌های جالب برای ارائه هدیه‌ای ارزشـمند بـه برترین محتوای تولیدی کاربران برگزاری مسـابقات آنلاین در شبکه‌های اجتماعی است. روند برگزاری این مسابقات شـامل انتشار اعلامیه‌ای رسمی اسـت. به این ترتیب کاربران علاقه‌مند محتوای تولیدی‌شـان را برای ما ارسـال خواهند کرد. در نهایت نیز پس از بررسی محتوای مختلف توسط تیم داوری برندمان یا رای‌گیری از سایر کاربران گزینه‌های برتر مشخص خواهد شد. در پاسخ به زحمت و تلاش کاربران برتر اهدای هدیه به آنها منطقی به نظر می‌رسـد. نکته مهم در خصوص هدیه‌های برندمان ارزشمندی آنهاسـت. به این ترتیب باید ایده‌مان را به مواردی بیشـتر از گل و تندیس یادبود گسـترش دهیم. اهدای یکی از محصـولات برندمان ایده جـذاب و در عین حال ارزشـمندی به نظر می‌رسـد. به این ترتیـب کاربران مورد نظر هرچه بیشـتر با محصولات برند ما آشنا خواهند شد.

نکته مهم در بحث کنونی عدم تمرکز بیش از اندازه بر روی هدیه دادن به کاربران است. براساس یک نظرخواهی از سوی سایت بیزینس وایر، فقط ۳۲درصد از کاربران شـبکه‌های اجتماعی با هدف دریافت جایزه اقـدام به تولید محتوا پیرامون برندها می‌کنند. به این ترتیب تقریبا ۶۰درصد از دیگر کاربران با هدف افزایش شـهرت و میزان دریافت لایک در شبکه‌های اجتماعی دست به تولید محتوا می‌زنند. توجه به نکات این نظرخواهی مسیر مناسب برای برندها را به خوبی روشن می‌سازد. اگرچه اختصاص هدایایی برای محتوای برتر ضروری به نظر می‌رسـد، اما تمرکز بیش از اندازه بر روی این مقوله می‌تواند موجب دلسردی کاربران شود.

خبـر خوش برای برندها امکان خلق هشـتگی ویژه بـرای خود و دریافت حجم وسیعی از محتوا بدون نیاز به صرف هزینه‌های سرسام‌آور است. اگر فقط تجربه‌ای کوچک در زمینه تبلیغات پولی در شبکه‌های اجتماعی و دنیای کسب‌وکار داشته باشید، به خوبی از اهمیت و کاربرد محتوای تولیدی کاربران آگاهی خواهید داشت. تنها هزینه ما در این میان اعلام نام خالق اصلی اثر اسـت. البته این کار بیشـتر از هزینه دارای منفعت است چراکه وجهه معتبر و حرفه‌ای از ما به نمایش می‌گذارد.

هرچه برند ما شمار بیشتری از محتوای تولیدی کاربرانش را بازنشر دهد، تعداد افراد علاقه‌مند به انتشـار محتوای تخصصی پیرامون آن برند افزایش خواهد یافت. این امر به دلیل افزایش عمق رابطه میان برند مورد نظر و کاربرانش روی می‌دهد. به هر حال همه ما علاقه بیشتری به برندی با روابط عمومی مطلوب خواهیم داشت.

۴. شفافیت در مورد نوع محتوای مورد علاقه‌مان

بـدون تردید کاربران خالق محتوا پیرامون برندها تمایل به بازنشـر آثارشـان از سـوی ما دارند. این امر در ظاهر بسیار بدیهی به نظر می‌رسد. پس چرا این بخش را اینگونه آغاز کردم؟ نکته مهم در این میان ضرورت ایجاد فهمی مشـترک میان ما و کاربران پیرامون نوع محتوای مورد علاقه‌مان است. متاسفانه بسیاری از برندها تعریف دقیقی از ماهیت محتوای مورد نیازشان ندارند. به همین دلیل شمار بالایی از محتوای تولیدی کاربران به هیچ وجه مورد استفاده آنها قرار نمی‌گیرد. به عنوان یک برند حرفه‌ای ما باید تعریف دقیقی از ماهیت محتوای مورد علاقه و نیاز برندمان داشته باشیم.

بدون تردید موفقیت در زمینه اسـتفاده از محتـوای تولیدی کاربران به صورت اتفاقی رخ نمی‌دهد. به مانند هر استراتژی بازاریابی، در اینجا نیز برنامه‌ریزی دقیق مورد نیاز اسـت. صرف مشـاهده پسـت‌های کاربران با تگ برندمان در شبکه‌های اجتماعی کافی نیسـت. بلکه ما باید محتوای مورد علاقه برندمان را در پسـت‌های کاربران مشاهده کنیم. همیشه هدف نهایی فرآیند بازنشر محتوای تولیدی کاربران را به عنوان شاخه‌ای از فعالیت بازاریابی مد نظر داشته باشید.

وقتی نوبت به انتخاب محتوای مناسـب برای بازنشـر می‌رسد، باید جلسه‌ای با حضور بازاریاب‌های برندمان تشکیل دهیم. نکته مهم در این جلسه بررسی اهداف بازاریابی برندمان در ماه‌های آتی و انتخاب محتوای هماهنگ با آن اهداف اسـت. انتخاب تصادفی تصاویر هیچ‌گاه نتیجه مطلوبی را به همراه نخواهد آورد.

وقتی ما تعریف دقیقی از محتوای مورد علاقه برندمان داشته باشیم، با انتشار آن مسـیر پیش روی کاربران را مشخص خواهیم کرد. در نتیجه دیگر خبری از سیل عظیمـی از محتوای بدون ارتباط با اهداف بازاریابی و کسـب‌وکار برند ما نخواهد بود. یک راهکار برای آگاهی‌بخشـی در زمینه نوع محتوای مورد علاقه ما اسـتفاده هوشمندانه از هشتگ‌هاسـت. بر این اساس نام هشتگ برند ما باید پیوند منطقی با سـنخ محتوای مدنظرمان داشته باشـد. همچنین نصب هشتگ در محیط‌های فیزیکی مناسب نیز اهمیت فراوانی دارد. به این ترتیب مخاطب به خوبی نسبت به کمپین برند ما آگاهی به دست می‌آورد.

۵. اسـتفاده از فرآیندهای جسـت‌وجوی پیشـرفته به منظور یافتن محتوای گمشده

اگر ما فقط بر روی ذخیره‌سـازی محتوای تولیدی کاربران به محض انتشارشان تمرکز کنیم، به احتمال زیاد شمار قابل توجهی از محتواهای مناسب برندمان را از دسـت خواهیم داد. به عنوان بخشی از برنامه مشاهده‌گری برندمان در شبکه‌های اجتماعی باید جست‌وجوی محتوای قدیمی مرتبط با برندمان را در دستور کار قرار دهیم. منظور من از مفهوم برنامه مشاهده‌گری تمام فعالیت‌های برند ما در راستای یافتن محتوای پیرامون کسـب‌وکارمان است، بنابراین ما باید برنامه‌ای دقیق برای یافتن محتوای تولیدی کاربران در مورد برندمان داشـته باشیم حتی اگر محتوای مورد نظر دارای تگ برند ما یا هشتگ‌مان هم نباشد.

اگر شما مطلبی مناسب برای اشتراک‌گذاری با مخاطب‌تان پیدا کردید، به سرعت با خالق آن ارتباط برقرار کنید. بدون تردید آنها تمایل کمتری به انتشـار عمومی محتوای‌شـان در مقایسـه با صاحبان محتوای دارای تگ رسمی برندتان خواهند داشـت. با این حال بدترین پاسخ ممکن به درخواست ما «نه» است، بنابراین باید شانس خودمان را آزمایش کنیم.

۶. اهمیت یادگیری از محتوای کاربران بدون توجه به بازنشرشان

همه برندها علاقه‌مند به ایفای نقش یک قدرت بزرگ در عرصه بازاریابی هستند. با این حال مزایای محتوای تولیدی کاربران فقط در زمینه افزایش شهرت و اعتبار برندمان نیست. یکی از نکات مهم یادگیری مسائل مهم از چنین محتواهایی است. بدون شـک هر کاربری با توجه به یکـی از مزیت‌ها یا نقاط ضعف برند ما اقدام به تولید محتوا می‌کند، بنابراین در نظر داشـتن دغدغه سـازنده اثر همیشه سودمند خواهـد بود. امروزه برندهای بزرگ هزینه‌های بسـیار زیادی برای یافتن ایرادهای کسب‌وکارشان انجام می‌دهند. برندهای کوچک از نظر مالی توانایی حرکت همسو با برندهای بزرگ در این مورد را ندارند. به همین دلیل باید به سراغ راهکار جایگزین ساده‌تری باشـند. راهکار پیشنهادی من در اینجا تحلیل محتوای تولیدی کاربران است.

به عنوان مثال، شـاید در حین بررسی نحوه استفاده مشتریان از محصولات‌مان با انواع کاربردهای پیش‌بینی نشـده آن آشـنا شویم. شاید هم مشتریان علاقه‌مند به اسـتفاده از محصول ما در کنار یک یا چند محصول مکمل دیگر داشته باشند. در این صورت برند ما فرصت مناسـبی برای همکاری سودمند با برندهای دیگر را خواهد داشت.

مزیت دیگر تحلیل محتوای تولیدی کاربران امکان مشاهده ناآگاهی مشتریان در مورد کاربرد درست محصول‌مان است. در این صورت ارائه دستور استفاده درست از محصول‌مان ضروری به نظر می‌رسد.

منبع: hootsuite

ایستگاه بازاریابی

۶ نکته که نباید در برنامه بازاریابی فراموش کرد

در گزارشی در سال ۲۰۱۸ گارتنر مشخص کرد که:

۵۲درصـد از بازاریابان در اسـتراتژی برنامه بازاریابـی خود، بودجه حوزه تجربه مشتری را ثابت و یا کاهش می‌دهند.

در حالی‌که امروزه اهمیت آن در حال افزایش است!

به نظر می‌رسد این تحقیق واقعیت روشنی را نشان می‌دهد:

اغلب صحبت در مورد یک موضوع ساده‌تر از انجام آن است.

به یاد دارم، چند سـال پیش جیمز گیلبرت مشاور فوربس از تجربه خود اینگونه گفت:

در یک شرکت مراقبت‌های بهداشتی مجبور بودیم انتخاب کنیم:

مقدار قابل‌توجهی از هزینه‌های فناوری بازاریابی‌مان را کاهش داد.

• بودجه بیشتری دریافت کنیم.

فکر می‌کنید کدام احتمال اتفاق افتاد؟

ماه‌ها کاوش کردیم تا متوجه شویم:

• چه قسمت‌های فناوری با هم همپوشانی داشتند.

• چه بخش‌هایی استفاده نمی‌شدند.

تا بتوانیم آنها را حذف کنیم.

با این حال نتوانستیم بازگشت سرمایه مناسبی را دنبال کنیم.

همه اینها تحقق این امر را روشن ساخت:

بنابرایـن، چگونه رهبران کسـب‌وکار یک اسـتراتژی تجربه مشـتری را توسعه می‌دهند؟

(در حالی که با موتور بازاریابی در کمترین مقدار اصطکاک باشد.)

پاسخ گیلبرت ساده است:

همچنیـن او می‌گویـد: من به اندازه کافی خوش‌شـانس هسـتم که در بازاریابی‌مان بر روی تجربه مشتری تمرکز داریم.

علت تمرکز به دلیل فعالیت شـرکت نیسـت. بلکه بـاور داریم باید روی تجربه مشتری تمرکز کنیم .

همیشه توجه داشته باشید که:

• می‌بایست در بازاریابی، تمرکز اصلی خود را بر تجربه انسانی قرار دهیم.

• برنامه بازاریابی برای بهبود تجربه مشتری داشته باشیم.

این نکات کمک می‌کند تا مشتری را از دست نداد.

چند راه برای کنترل تجربه مشتری

User Experience in Marketing

۱-تکنولوژی

با اسـتفاده از تکنولـوژی، تجربه بهتری برای مشـتریان فراهم کنید نه برای بازاریابی خود!

گاهی بودجه کافی برای بازاریابی نداریم با اسـتفاده از تکنولوژی می‌توان تجربه را بهینه کرد.

این کمک می‌کند تا ایجاد نقاط اصطکاک کمتری در حوزه تجربه مشتری و بازاریابی ایجاد شود.

برای مثال، قصد خروج از یک وب‌سایت دارید و صفحه پاپ آپ باز شود.

آیا وقتی این اتفاق برای شما می‌افتد آن را دوست دارید؟

من از آن متنفرم. وقتی که به سایت‌های B2B می‌روم.

در حالی که، وقتی به سـایتی برای خرید هدیه می‌روم، پیشـنهاد ارسال رایگان و تخفیف خوشحال‌کننده است.

۲. کانال OMNI

فقط به این دلیل که کانالی برای بازاریابی در دسترس وجود دارد، بدان معنا نیست که شما باید از آن استفاده کنید.

با مشـتریان خـود رابطه برقرار کنید تا ارزش واقعـی در تعامل با آنها به دست آورید.

اجازه دهید مثالی بزنم:

اتوماسـیون پسـت الکترونیکی را انتخاب می‌کنیم. ایـن عمل به معنای آن است:

کار برای شما و سایر بازاریابان آسان‌تر شود.

توجه داشته باشید:

• هرگز نباید مشتری بهای آن را بدهد.

• این ایمیل‌ها برای هزاران نفر همزمان ارسـال می‌شود (مهم نیست که محتوای شما چقدر عالی است).

• پـس تبلیغات بـدون هیچ ارزشـی و تماس‌ها با هیچ زمینـه‌ای انجام می‌شوند.

ضرب‌المثل قدیمی هسـت که می‌گوید: با دیگـران طوری رفتار کن که می‌خواهید با شما رفتار شود.

اگرچه کلیشه‌ای اما درست است.

هر کدام از ما چند ایمیل نخوانده بدون دلیلی برای باز کردن در Inbox داریـم! ما حتـی وقت نداریم روی آنهـا کلیک کنیم چه برسـد که آنها را بخوانیم!

۳. گوش دادن

در واقع اگر شـما سـعی نکنید به مشـتریان خود گـوش دهید چگونه می‌توانید:

به آنچه می‌گویند عمل کنید؟

• آنها را درک کنید و متوجه نیازشان شوید؟

• مشـتریان احتمالی خود را گوش دهید اگر شما جایی برای ذخیره این اطلاعات در هنگام تعامل با آنها نداشته باشید؟

از آنها بپرسید:

عملکرد ما در بازاریابی چگونه است؟

• تمایل دارید تا بیشتر چه مواردی به شما ارائه شود؟

• نظرتان در تجربه برند ما چگونه است؟

می‌توانید در تیم توسعه و فروش سوالاتی از این دست را از مردم پرسید و نمی‌توانم بگویم که چقدر بازخورد جالبی خواهید دید!

۴. محصول

همیشه تغییرات اتفاق میفتد و چاره‌ای جز همراهی نیست.

• توسـعه، طراحی، نوآوری و سـازگاری با تغییرات در برنامه خود داشته باشید.

• محصول خود را کنترل کنید.

• از ترندها برای خدمت بهتر به مشتریان استفاده کنید.

۵.اولویت‌دهی

آیا شـما صرفا فعالیت‌هـای بازاریابی که از دسـت‌تان برمی‌آید را انجام می‌دهید؟

بهتر است تمرکز بر اولویت‌بندی براساس بازخورد مشتریان داشته باشیم.

سوالی که می‌توان از آن استفاده کرد:

• چگونه می‌توانیم برای مشتریان خود سودمند باشیم؟

• هیچ‌وقت نشنیده‌ام که این سوال بی‌نتیجه و غیرمنصفانه باشد.

منبع: ibazaryabi

رهبری

افسانه‌های استارتاپی: نیاز به سرمایه ریسک‌پذیر

در میان تصورات اشـتباه درباره اسـتارتاپ‌ها، ایـده دنبال‌کردن یک مسـیر یا بنچمارک‌های پذیرفته‌شده برای تأمین مالی، یکی از مخرب‌ترین ایده‌ها است.

اهداف مشـخصی وجود دارد که هر اسـتارتاپی بایـد برای بقا و رشـد به آن دسـت یابد، اما راه‌های بسـیاری برای رسیدن به این اهداف پیش پای کارآفرینان قرار دارد. مسیرهای سنتی دیگر برای کارآفرینـان جوان امروز کارایی ندارد، زیرا دینامیک کسـب‌وکار و دنیای پیرامون، در طول این قرن بسیار تغییر کرده است.

این ایده که یک استارتاپ باید در برهه‌ای از فعالیت خود به‌دنبال تأمین سـرمایه از سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر (VCs) باشد، یکی از همـان «روش‌های قدیمی» انجام‌دادن کارها به‌شـمار می‌رود. یک اسـتارتاپ برای زنده‌ماندن و درنهایت رشد به پول نیاز دارد وVC ها این پول را در اختیار قرار می‌دهند و داشـتن سـرمایه VC در هنگام صحبت با مشـتریان بالقوه یا شرکا، تأیید اعتبار و پایایی آن کسـب‌وکار یا تفکراتی از این دست است. درواقع جذب VC به‌طور مختصر نشـان می‌دهد که شخص دیگری محصول و شرکت شما را بررسـی کرده و آن را به اندازه کافی ارزشمند دانسته تا مقدار قابل توجهی پول در این ایده سرمایه‌گذاری کند.

امـا پذیرش سـرمایه VC با چالش‌هـا، مصالح و خواسـته‌های خاص خود برای کارآفرینانی همراه اسـت که شـاید تمایل نداشته باشند در نقاط مشـخصی حرکت یا تغییر کنند. واگذاری سهام در شـرکت شـما و درواقع همکاری با کسـی که در ابتدا هرگز تصور نمی‌کردید مسیری نیست که بسـیاری از کارآفرینان برای شرکت خود پیش‌بینی کرده یا راضی به انجام آن باشند. برای این دسته از بنیانگذاران، راه‌های جایگزین رشـد کسب‌وکار، بهترین گزینه برای رسیدن به رویای‌شان هستند.

چگونـه کارآفرینان می‌توانند بدون اتکا به سـرمایه ریسـک‌پذیر به‌دنبال موفقیت باشند؟ چند راه مختلف وجود دارد:

بوت استرپینگ

بوت اسـترپینگ کسـب‌وکار، اولیـن روشِ تأمین مالی توسـط بنیانگذار اسـت کـه به ذهن می‌آیـد و کاملاً رایج اسـت؛ مطمئناً ایـن روش چالش‌هـای خاص خود را دارد: نداشـتن جریان زیادی از پول نقد می‌تواند جاه‌طلبی و اهداف اولیه شما را به سطحی قابل دسـتیابی‌تر در کوتاه مدت تقلیل دهد. در نتیجه، رشد شما ممکن است کندتر از انتظارتان باشد، به‌ویژه برای بنیانگذارانی با ایده‌های بزرگ و احساسات قوی در مورد آنچه می‌خواهند انجام دهند.

امـا درواقع بوت اسـترپینگ می‌تواند به‌عنوان یـک نکته مثبت برای کسـانی باشـد کـه آن را محدودیت نمی‌دانند یا ارزشـی که این محدودیت‌ها ارائـه می‌دهد، را درک می‌کنند. بودجه محدودتر می‌تواند شـما را مجبـور به اولویت‌بندی و تصمیم‌گیری براسـاس موارد ضروری کرده و از عواقب ولخرجی روی کسانی که می‌خواهند قدم‌های زیادی را به یک‌باره بردارند، جلوگیری کند. سرمایه‌گذاری بر رشـد خود مسـتلزم تمرکز بر فروش و مشارکت است که به‌نوبه خود نیاز به تلاش‌های بسـیار برای توسعه بهترین محصول ممکن، به‌جای ساختن یک شرکت دارد که روی کاغذ برای سرمایه‌گذاران بالقوه خوب به‌نظر می‌رسد.

روش‌های جایگزین افزایش سرمایه

توسـعه اینترنت در طول ربع قرن گذشته، هر تعداد کارکردی را که زمانـی در انحصار تعداد اندکی بـود، دموکراتیزه کرده و جذب سرمایه نیز به همین شکل تحت تاثیر قرار گرفته است. بنیانگذاران در حال حاضر می‌توانند درخواسـت تأمین مالی خود را مستقیماً از عموم تقاضا کنند، طرح‌های خود را در سایت‌هایی مانند ایندیگوگو بفرسـتند و به ذی‌نفعان علاقه‌مند اجـازه دهند در ازای پاداش، به مقادیـر کوچک در رسـیدن به اهداف آنها کمـک کنند. این راهی اسـت برای دورزدن واسطه‌های سنتی و پیدا کردن مخاطب و پایه مشـتری و جذب آنها نه‌تنها با هدف کسب سرمایه مورد نیاز، بلکه برای ایجاد طیفی از علاقه‌مندان محصول و شرکت خود.

عرضه‌های اولیه سـکه(ICOs) نیز روشـی برای جذب سـرمایه اسـت که طی سـال گذشته رایج‌تر شده اسـت - ترکیبی از جذب سـرمایه از طریق جمع‌سـپاری با تکنولـوژی بلاک‌چین و ارزهای دیجیتـال -اما شـرکت‌های علاقه‌منـد به‌دنبال‌کردن این مسـیر باید مراقب باشـند، زیرا متعاقب موج تلاش‌هـای فریبکارانه جذب سرمایه، SEC (کمیسیون‌های بورس اوراق بهادار) وارد کارزار شده و به‌شدت به تنظیم مقررات ICOها می‌پردازد.

هر کارآفرینی باید مسیر خودش را برای هدایت کسب‌وکار تعیین کند، چه این مسیر واگذاری و خروج زودهنگام، سلطه بر جهان، یا یک زندگی راحت به واسـطه رئیس خودبودن باشد. برای بعضی‌ها، به‌معنـای پیدا کردن سـرمایه VC برای کمک به رشـد شـرکت خود بوده که مسـیری عالی اسـت؛ آنچه در این مقالـه آمد نباید به‌عنوان حمله به سـرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر یا افرادی که به‌دنبال این نوع سـرمایه‌گذاری هستند، تلقی شود. بااین‌حال، افرادی که با محدودیت‌های نقشه راه سنتی استارتاپ احساس راحتی نمی‌کنند، نباید احسـاس اجبـار به‌دنبال‌کردن روش‌های تأمیـن منابع مالی ناخوشـایند یا مورد نیاز داشته باشند؛ به‌جای آن، آنها آزادند تا راه خودشان را بسازند.

منبع: FORBES/zoomit

۱۰ راز موفقیت از زبان کانر مک گرگور

به قلم: بیپلاب گوش نویسنده حوزه موفقیت، تکنولوژی و کسب‌وکار

مترجم: امیر آل‌علی

در زمینه ورزش‌های ترکیبی (به اختصار UFC) مک گرگور شناخته‌شده‌ترین فرد محسـوب می‌شود که موفق شده است تا در دو وزن مختلف به قهرمانی در این رقابت‌ها دسـت پیدا کند. وی همچنین رکورددار سـریع‌ترین ناک اوت در تاریخ فینال این مسـابقات نیز است. رقابت اخیر وی با حبیب نوراماگومدوف نیز به عنوان پربیننده‌ترین مبارزه معرفی شـد. وی در ماه گذشته خبر بازنشستگی خود را اعلام کرد که حیرت بسـیاری را برای علاقه‌مندان این رشـته به همراه داشـت. به این بهانه در ادامه به بررسـی ۱۰ راز موفقیت از زبان این ورزشـکار افسانه‌ای خواهیم پرداخت.

۱-نسبت به کار خود وسواس داشته باشید

اگرچه به عقیده بسـیاری مـک گرگور کمی دیر پا به مسـابقات ورزش‌های ترکیبی گذاشـت، با این حال وی در همین مدت زمان کم نیز موفق شده است تـا عملکردی خیره‌کننـده و فراتر از حد تصور را به نمایـش بگذارد. پیروزی بر خوزه آلدو که رکورد ۱۰ سـال پیروزی متوالی را در اختیار داشت، شروع مطرح شـدن وی در سـطح جهانی بود. نکته جالب این مسابقه ناک اوت کردن حریف تنها در ۱۳ ثانیه بوده است که در نوع خود یک رکورد جدید محسوب می-شود. وی در رابطـه با راز موفقیت خود عنوان کرده اسـت که او اعتماد به نفس خود را از عملکرد روزانه‌اش می‌گیرد و همواره تلاش کرده اسـت تا بیش از سـایرین برای کسـب موفقیت تلاش کند. همچنین وی از الزامات موفقیت را علاقه بیش از حدی دانسـته که منجر به نوعی وسـواس در کار شود. این امر به شما کمک خواهد کرد تا همواره به دنبال بالاترین سـطح ممکن باشـید. همچنین این امر که در مسـیر موفقیت خود درگیر حواشـی نشوید نیز از دیگر مواردی محسوب می‌شود که باعث خواهد شد تا بتوانید بر روی هدف و اقدامات لازم آن، متمرکز بمانید. درواقع برای رسـیدن به موفقیت لازم است تا تنها به هدف توجه داشته و سایر موارد نظیر اخبار پیرامون خود را نادیده بگیرید.

۲-از قدرت تجسم و ذهن خود غافل نشوید

مک گرگور همواره قبل از شـروع مسـابقه، خود را به عنوان فرد پیروز متصور شده و در تلاش برای ایجاد یک تصویر ذهنی دلخواه است. این امر به وی کمک می‌کند تا بر استرس خود غلبه کرده و موفقیت را امری دست‌یافتنی تصور کند. در این رابطه علم روانشناسی نیز عنوان کرده است که ریشه بسیاری از ناتوانی و شکسـت‌های انسان، ناشی از سدهای ذهنی است. به همین خاطر می‌توان گفت کـه ذهن هر چیزی را که بتواند باور کند، قدرت رسـیدن بـه آن را نیز در فرد ایجاد خواهد کرد. به همین خاطر نیز توصیه می‌شـود تا شرایط مطلوب خود را به صورت مکرر در ذهن متصور شـده و به دنبال یک تصویر ذهنی کاملا شفاف از آن باشید. با تمرین در این رابطه، به زودی شاهد تغییرات مثبتی به خصوص در میزان انگیزه و عملکرد خود، خواهید بود.

۳-محدودیت‌ها را کنار بگذارید

بدون شک هر فردی برای خود یک نقطه پایان را متصور می‌شود. با این حال مـک گرگور توصیه می‌کند که این اقدام را کنار گذاشـته و به دنبال شکسـتن رکوردها باشـید. این امر که خود را محدود به سـطح مشـخصی ندانید، باعث خواهد شـد تا به دنبال انجام کارهایی فراتر ار هرگونه مرز و محدوده‌ای باشـید. برای مثال رکورد سـریع‌ترین ناک اوت در فینال، اگرچه برای بسیاری یک رویا تلقی می‌شـود، بـا این حال وی به علت عدم محدود کـردن خود و تلاش برای نمایش تمامی قابلیت‌ها، موفق شد تا این رکورد جاودانه را در برابر حرفی که تا به آن زمان شکستی را متحمل نشده بود، به دست آورد.

۴-تمامی ترس‌های خود را کنار بگذارید

هر فردی از مجموعه‌ای از ترس‌ها برخوردار است که ترس از شکست، رایج‌ترین آن محسوب می‌شود. با این حال با نگاهی واقع‌بینانه به این نکته پی خواهید برد که حتی در صورت وقوع ترس‌های شـما نیز اتفـاق فاجعه‌باری رخ نخواهد داد. درواقع تمامی افراد حتی محتاط‌ترین‌ها نیز در طول زندگی خود با شکست‌هایی مواجه خواهند شـد. با این حـال تفاوت افراد شکسـت‌خورده و موفق، تنها در واکنش آنها خلاصه می‌شود. درواقع افراد موفق، شکست‌خورده‌هایی هستند که این امر را به عنوان یک رخداد طبیعی دانسته و در هیچ مرحله‌ای متوقف نشدند. با این حال در صورتی که تمایلی به شکسـت ندارید، توصیه می‌شـود تا غرور را کنار گذاشـته و همواره به دنبال بهبود خود باشید. فراموش نکنید که درخشش حال حاضر شما، در هیچ شـرایطی نمی‌تواند ضامن موفقیت‌های آتی نیز باشد. به همین خاطر نیز لازم اسـت تا افزایش مهارت و تلاش بیشـتر، همواره مدنظر شما باشد. در آخر به خاطر داشته باشید که لازم است تا جسارت قدم گذاشتن در مسـیر خواسته-ها و یا نمایش اسـتعداد و توانایی‌های خود را داشته باشید، در غیر این صورت زندگی شـما با حسـرت و فاصله‌ای بسیار نسبت به آنچه که می‌توانستید به آن برسید، سپری خواهد شد.

۵-منحصر به فرد باشید

بدون شـک تمامی افراد با یکدیگر تفاوت‌هایـی را دارند. همین امر نیز باعث می‌شـود تا تلاش برای شـبیه شدن به سـایرین، امری کاملا نادرست محسوب شود. همچنین فراموش نکنید که مردم در هر حرفه و کسب‌وکاری ضامن بقای شـما خواهند بود. به همین خاطر نیز باید تفاوتی با سـایرین داشـته باشید تا بتوانید نظر افراد را جلب کرده و طرفداران بیشتری را برای خود پیدا کنید. این امر درواقع همان ایجاد برند شـخصی محسوب می‌شود که مزیت‌های فراوانی را برای افراد به همراه خواهد داشت.

۶-برای تصمیم‌گیری‌های خود زمان کافی را اختصاص دهید

مـک گرگور از جمله ورزشـکارانی اسـت که هیچ‌گاه تحت فشـار رسـانه‌ای قرار نگرفته و پاسـخ‌های لحظه‌ای را نیز نداشـته اسـت. درواقع وی برای حتی کوچک‌ترین کنفرانس خبری و یا مصاحبه نیز از مدت‌ها قبل خود را آماده کرده و دقیقا می‌داند که چه واکنشـی باید به سـوالات احتمالی داشـته باشد. همین امر نیز وی را از بسـیاری از حاشـیه‌ها و مشکلات دور سـاخته است. به همین خاطر نیز توصیه می‌شـود تا همواره بـرای تصمیم‌گیری‌های خود زمان کافی را اختصاص دهید تا بتوانید همواره در مسـیری درسـت گام بردارید. جالب است بدانید که کانر مک گرگور در خانواده‌ای به شـدت فقیر متولد شـد و از جثه‌ای نحیف برخوردار بوده است. همین امر نیز باعث شد تا وی برای بهبود وضعیت و افزایش توان برای دفاع از خود به ورزش-های رزمی روی آورد. این امر در حالی بود که وی در ابتدا تصمیم داشـت تا در زمینه فوتبال فعالیت کند. وی در این رابطه عنوان کرده اسـت که این اقدام وی نخسـتین تصمیم حرفه‌ای او بوده که برای آن مدت زیادی را صرف کرده است.

۷-به تعادلی میان تواضع و غرور دست پیدا کنید

اگرچه کانر اخیرا در دو مسابقه با فلوید می‌ودر و حبیب نوراماگومدوف محتمل شکسـت شد، با این حال وی هیچ‌گاه خود را بازنده ندانسته و عنوان کرده است که هیچ شکستی برای وی نقطه پایان نیست. درواقع نمی‌توان انتظار داشت که فردی بتواند تا ابد پیروز از میدان خارج شود. همچنین وی عنوان کرده است که هیچ شکسـت واقعی وجود نداشـته و وی یا به پیروزی دست پیدا خواهد کرد و یـا چیزهای جدیدی را خواهد آموخت که به افزایش قدرت و مهارت وی کمک خواهد کرد. در آخر فراموش نکنید که غرور هنگامی که با تواضع همراه نباشـد، حالتی خارج از حد کنترل و مضر را به خود خواهد گرفت که باعث می‌شـود تا فرد با نخستین شکست خود، کاملا نابود شود.

۸-منتقدان خود را فراموش کنید

وی در جواب منتقدان خود عنوان کرده اسـت کـه برندگان بر روی موفقیت تمرکز کرده و بازنده‌ها تمرکز خود را معطوف به افراد برنده می‌کنند. درواقع این جمله اگرچه خشـم بسـیاری از منتقدان را به همراه داشته است، با این حال به خوبی نشـان می‌دهد که نباید اجازه داد تا صحبت‌های منفی بر روی شما تاثیر بدی را داشته باشد. وی در ادامه عنوان کرده است که تمامی افرادی که سایرین را مورد نقد قرار می‌دهند، ابدا در شـرایط آنها قرار نداشـته و نمی‌توانند خود را به جـای آنها تصور کنند. به همین خاطر نیز نقد نمی‌تواند کاملا واقعی باشـد. در این رابطه بهتر اسـت تا تمرکز خود را تنها بر روی گام بعدی خود قرار داده و در هیـچ مرحله‌ای اجازه ندهید کـه گفته‌های افراد منجر به ایجاد تردیدهایی نسـبت به توانایی‌های خودتان شـود. برای مثال هنگامی که وی تصمیم گرفت تا در یک مسـابقه بوکس با فلوید می‌ودر شرکت کند، بسیاری از افراد به انتقاد از وی پرداختـه و هیچ شانسـی را برای او قائل نبودنـد. علت این امر نیز به این خاطر است که وی در رشته بوکس فعالیت نکرده و نمی‌تواند با برترین ورزشکار آن، رقابت کند. با این حال وی فراتر از انتظار ظاهر شـد و علی رغم شکست در راند دهم، به ۱۰۰ میلیون پول از این مسابقه و مطرح کردن رشته ورزشی خود دسـت پیدا کرد. به همین خاطر نیز می‌توان گفت که این شکسـت در راستای اهدافـی مهم‌تر بوده که به خوبی تیزهوشـی و عدم ترس وی از شکسـت را به اثبات می‌رساند.

۹-هوشمندانه تلاش و تمرین کنید

برخی از افراد ممکن است تلاش و تمرین فوق‌العاده‌ای را انجام داده و حتی در این رابطه از افراد برتر حوزه خود نیز فراتر روند. با این حال هنوز هم نمی‌توانند به جایگاه مدنظر خود دست پیدا کنند. تحت این شرایط لازم است تا نحوه کار خود را مورد بازبینی قرار دهید تا نسبت به درست بودن روش‌های خود اطمینان کسـب کنید. برای مثال در زمینه ورزش، همواره وسـایل، رژیم‌ها و روش‌های جدید معرفی می‌شـود که کارآمدی بیش-تری را نسبت به روش‌های قدیمی‌تر خـود دارند. به همین خاطر نیز این موارد می-توانند به شـما کمک کنند تا به سـطح آمادگی بیش‌تری دسـت پیدا کنید. درواقع برای موفقیت لازم اسـت تا از امکانـات اطراف خود به خوبی اسـتفاده کنید که بدون شـک تکنولوژی‌های روز، از جمله آنها محسـوب می-شـود. در نهایت فراموش نکنید که بهترین نوع سـرمایه‌گذاری، سـرمایه‌گذاری بر روی خود اسـت. به همین خاطر نباید برای هزینه کردن برای خود واهمه‌ای داشته باشید.

۱۰-ذهن حریف خود را برهم بریزید

همان‌طور که در موارد گذشـته عنوان شد، یکی از مهم‌ترین الزامات موفقیت، تمرکز است. به همین خاطر در صورتی که بتوانید ذهن مخاطب خود را منحرف و مخدوش کنید، شـانس موفقیت خود را افزایـش خواهید داد. این امر درواقع عملیات روانی‌ای محسوب می‌شود که وی قبل از تمامی مسابقات خود در تلاش برای انجام آن اسـت. در این رابطه وی توصیـه می‌کند که هیچ‌گاه حریف خود را رها نکرده و اجازه ندهید که با تمام قوای خود پا به میدان مسابقه بگذارد.

منبع: knowstartup

اخبار

برای اولین بار تزریق داخل چشمی آواستین در بیمارستان شهدای خلیج فارس بوشهر با تعرفه دولتی آغاز شد

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز- متخصص و جراح چشم‌پزشکی بیمارستان گفت: تزریق داخل چشمی اواستین (داروی ضد نو رگ زایی) در مرکز آموزشی درمانی شهدای خلیج‌فارس بوشهر و با تعرفه دولتی آغاز شد. دکتر احمد یزدان‌پناه در این خصوص افزود: با عنایت و لطف خداوند بزرگ و حمایت بی‌دریغ دکتر سعید کشمیری رییس دانشگاه علوم پزشکی بوشـــهر جهت تجهیز و راه‌اندازی کمبودهای چشم‌پزشکی در استان بوشهر این تزریق برای اولین بار در سیستم دانشگاهی و با تعرفه دولتی در استان بوشهر آغاز شد. وی تصریح کرد: با توجه به سختی‌های عزیمت بیماران به استان‌های هم‌جوار جهت ارائه خدمات چشم‌پزشکی به خصوص در بیماران دیابتی جهت تزریق داخل چشمی که باعث جلوگیری از کاهش بینایی شدید خواهد شد، بعد از آموزش کادر درمانی اتاق عمل، این امر با تعرفه دولتی در استان محقق شد. دکتر احمد یزدان‌پناه بابیان اینکه یکی از عوامل مهم نابینایی در جهان، درگیری شبکیه چشم در بیماران دیابتی می‌باشد گفت: داروی آواستین به صورت ترکیبی با تریامسینولون در تورم شبکیه ناشی از دیابتیک رتینوپاتی و انسداد ورید شبکیه تزریق می‌گردد که مانع از رشد عروق جدید خواهد شد و این امر در حفظ بینایی بسیاری از بیماران مؤثر و موجب جلوگیری از کاهش بینایی شدید خواهد شد.

تحویل گاز به نیروگاه شهید رجایی رکورد زد

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین با اعلام تحویل بیش از ۲ میلیارد و ۶۰۰ میلیون مترمکعب گاز به نیروگاه تولید برق شهید رجایی در سال ۱۳۹۷ از ثبت بالاترین مقدار گاز تحویلی به این نیروگاه در سال گذشته خبر داد. به گزارش روابط عمومی شـــرکت گاز اســـتان قزوین، اسماعیل مفرد بوشهری در تشریح مقدار گاز مصرف شده در سطح استان قزوین در سال ۱۳۹۷ گفت: در سال گذشته در مجموع ۵ میلیارد و ۲۳۸ میلیون مترمکعب گاز در بخش های مختلف خانگی، تجاری، صنعتی و نیروگاهی استان مصرف شده است که از این مقدار، سهم نیروگاه شهید رجایی ۲ میلیارد و ۶۳۴ میلیون متر مکعب بوده است که معادل ۵۰ درصد مصرف کل استان می باشد. وی بیان داشت: ثبت این میزان تحویل گاز به نیروگاه بالاترین مقدار تحویل گاز به این مجتمع در طول یک سال در سنوات گذشته بوده است.

روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی :

آموزشهای اطفاء حریق رادرسال ۹۸ به جد دنبال خواهیم کرد

اراک- مینو رستمی- معاون فنی وعملیاتی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی آموزش های واحد HSE درحوزه اطفاء حریق را مهم خواند وخواستار تداوم آن شد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اســـتان مرکزی ، یوسف روشنی گفت:در روزهای پایانی ســـال ۹۷ آموزش اطفاء حریق برای تعدادی از کارکنان رانندگان خودروهای استیجاری توسط واحد HSE انجام گرفت که خود می تواند در مواجه شدن با حوادث احتمالی وجلوگیری از خسارات موثر باشد. ایشان به ترویج فرهنگ آموزش اشاره نمود وگفت با اشاعه این مقوله می توان رویکرد ،مهارت وتخصص کارکنان را بالا برد که نقش موثری در ارتقاءسلامتی ،بهبود ونگهداشت ایمن هرچه بیشتر تاسیسات ،فرایندهای کاری واجتماعی کارکنان وطرفهای ذی نفع دارد. این مقام مسئول به ارائه خدمات سوخت رسانی درایام نوروز اشاره کرد وگفت با یاری خداوند متعال در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی ،تلاش مدیریت وتعامل کلیه واحد ها با رعایت وکنترلهای اصول ایمنی به خوبی انجام گرفته وامید است با سرلوحه قرار دادن ایمنی بتوان برای آینده نیز گامهای موثری برداشت.معاون فنی وعملیاتی منطقه استان مرکزی ضمن تشکر از واحد HSE تداوم این گونه آموزشها برای سال ۹۸ را برای کلیه اقشار وکارکنان شرکت خواستار شد.

با اعتباری بالغ بر ۸۰۰ میلیون ریال ایستگاه پمپاژ صومعه سرا بازسازی شد

-رشت- زینب قلیپور- دیر امور آبفای صومعه سرا از بازسازی ایستگاه پمپاژ این شهرستان با اعتباری بالغ بر ۸۰۰ میلیون ریال خبر داد.علی روح الامین مدیر امور آبفای صومعه سرا با اشاره به اینکه ایستگاه پمپاژ مخزن ۲۰۰۰ مترمکعبی صومعه سرا ۴۰ درصد آب شهر را تأمین می کند افزود: ایستگاه پمپاژ در سال ۱۳۷۱ به بهره برداری رسید و باتوجه به قدمت بالای لوله ها ، فرسودگی و بروز نشتی نسبت به بازسازی ایستگاه پمپاژ و تعویض ۱۷ متر کلکتور مکش و رانش ۴۰۰ میلیمتری اقدام شد.مدیر امور آبفای صومعه سرا هزینه اجرای این پروژه را ۸۰۰ میلیون ریال از محل اعتبارات استانی اعلام کرد و افزود: با اجرای این پروژه و بازسازی ایستگاه پمپاژ از نشتی و هدررفت ۲ لیتر بر ثانیه آب جلوگیری شد.

ارشادی، مدیرکل بنیادمسکن استان لرستان عنوان نمود :

خسارت سیل به ۳۵هزار واحد در لرستان

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز- ۳۵ هزار واحدمســـکونی و تجاری در استان لرستان دچار خسارت گردیده است . ۵ استان معین کاربازسازی واحدهای آسیب دیده از سیل را آغاز نموده اند. بر اساس دستور العمل های ابلاغ شده، استان اصفهان کار بازسازی شهر پلدختر و بخش مرکزی، استان اردبیل شهر و روستاهای معمولان، استان همدان شهرستانهای دورود و ازنا و استان قزوین کار بازسازی و بهسازی واحد های تخریب شده در شهرستان دلفان را بر عهده دارند. بازسازی واحدهای آسیب دیده ازسیل در شهرستانهای خرم آباد،بروجرد، الیگودرز،کوهدشت و سلسله برعهده بنیادمسکن انقلاب اسلامی استان لرستان خواهد بود

مدیرعامل برق غرب در دومین جلسه ستادبحران شرکت:

شبکه برق غرب کشور از نظر فنی تحت کنترل قرار دارد

کرمانشاه - منیر دشتی - مدیرعامل برق غرب در دومین جلسه ستادبحران شرکت گفت: شبکه برق غرب کشور از نظر فنی تحت کنترل قرار دارد مهندس علی اسدی مدیرعامل شرکت برق منطقه ای غرب در دومین جلسه ستادبحران این شرکت؛ از تحت کنترل قرار داشتن شبکه برق غرب کشور از نظر فنی خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت برق منطقه ای غرب، مهندس علی اسدی مدیرعامل این شرکت در دومین جلسه ستاد بحران این شرکت که رأس ساعت ۸ صبح امروز دهم فروردین ماه ۹۸ برگزار شد، گفت: تصمیمات لازم در رابطه با مدیریت سیلاب و اقدامات پیشگیرانه در ایستگاه های برق اتخاذ گردیده و شبکه برق از نظر فنی کاملاً تحت کنترل است و مشکل خاصی وجود ندارد. وی از آمادگی لازم برق غرب در تمامی ایستگاه های برق حوزه استحفاظی در سطح سه استان کرمانشاه، کردست

به دلیل حفظ و پایداری شبکه در سیلاب اخیر

مدیرعامل شرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی از مدیرعامل برق منطقه ای خوزستان قدردانی کرد

اهواز- شبنم قجاوند- مدیرعامل شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی در دیدار با مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان از اقدامات مدیریتی اعمال شده برای حفظ پایداری شـــبکه برق استان در بحران سیلاب اخیر، تشکر و قدردانی کرد. محمود دشت بزرگ در این نشست گزارشی از اقدامات ایمن سازی پست ها در مقابله با سیل و تعداد پست ها و خطوط در معرض خطر ارائه کرد. وی در بخش دیگری از صحبت های خود بر لزوم توجه بیشتر به صنعت برق خوزستان و تامین اعتبارات کافی برای ارتقای شبکه برق اشاره کرد. مدیر عامل برق منطقه ای خوزستان تسریع در روند تکمیل نیروگاه هایی که دولت تعهد کرده آنها را به اتمام برساند را نیز خواستار شد. محسن طرز طلب نیر در این نشست از اقدامات برق منطقه ای خوزستان در مقابله با سیلاب و حفظ پایداری شبکه در این شرایط بحرانی تشکر و قدردانی کرد. وی همچنین ابراز امیدواری کرد که نیروگاه های حرارتی زودتر وارد مدار شده و وضعیت تولید برق در استان مساعد تر شود.

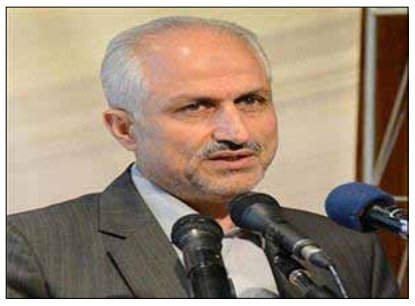
رئیس دادگستری استان بوشهر در دیدار با مدیر کل بانک مهر مطرح کرد :

عملکرد دقیق بانک مهر اقتصاد در تخصیص منابع مالی باید به الگویی برای سایر بانک ها تبدیل شود

بوشـــهر - خبرنگار فرصت امروز- ازســـری برنامه دیدار مدیرکل بانک مهر اقتصاد با مســـئولان اســـتان ،عبدالرحیم دشـــمن زیاری به همراه معاونان خود با علی جمادی رئیس دادگستری استان بوشهر دیدار و گفتگو کردند. دشمن زیاری - ضمن تبریک اعیاد شعبانیه، گزارشی از فعالیت بانک در سال ۹۷ و همچنین پرداخت تسهیلات بانکی به متقاضیان ارائه داد و گفت: این بانک در زمینه پیاده‌ســـازی طرح هـــای اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولید داخلی نیز جزو بانک‌های پیشرو است. دشمن زیاری در ادامه افزود: در سال گذشته ۱۴ هزار پرونده تسهیلات با اعتباری بالغ بر ۶۷۵ میلیارد تومان به متقاضیان در بخشهای مختلف، خدماتی و تولیدی پرداخت شده است. وی با مطلوب ارزیابی کردن فعالیت‌های بانک مهر اقتصاد در اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولید داخلی، اظهار داشت: امروزه ضرورت حمایت بانک‌ها از طرح‌های اشتغال زا، تولیدی، صنعتی و گردشگری به شدت احساس می‌شود. دشمن زیاری بیان کرد: عملیات درختکاری در ۱۸۰ هکتار از اراضی خوزستان و برگزاری اولین یادواره به یاد ۲۸۴ شهید بانکی در استان قم از جمله این اقدامات است.

رئیس HSE شرکت ملی گاز ایران در بازدید از پالایشگاه گاز ایلام عنوان کرد:

نمره عالی پالایشگاه گاز ایلام در پیشگیری از حوادث



ایـلام – هدی منصوری : رئیس HSE شـــرکت ملی گاز ایران گفت: شرکت پالایش گاز ایلام در پیشگیری از حوادث و آسیب های انسانی موفق عمل کرده و بطوریکه در چند سال گذشته تاکنون هیچ گونه مواردی مشاهده نشده است. به گزارش روابط عمومی، مهندس "محمدرضا یوســـفی پور" با اشاره به اینکه شرکت های تابعه شرکت ملی گاز ایران می بایســـت از این شـــرکت الگو بـــرداری کنند،افزود: نداشتن حوداث و آسیب های انسانی در پالایشگاه گاز ایلام یک گوهر تابناک اســـت که باید همکاران در ایلام از آن مراقبت ویژه کنند. وی اظهار داشـــت: جلوگیری از حوادث و آســـیب های انسانی سخت اما ممکن،پیچیده اما مقدور و نیازمند مشارکت عمومی و کوشش مدیران و امری بســـیار ارزشمند است. رئیس HSE شرکت ملی گاز ایران با اشاره به اینکه در سال گذشـــته ۱۰۰ درصد حوادث در شرکت ملی گاز ایران در حوزه پیمانکاران بوده است،خاطرنشان کرد: از این تعداد ۵۰ درصد مربوط به پیمانکاران شرکت مهندسی و توسعه،۲۵ درصد پیمانکاران شرکتهای گاز استانی،۱۲،۵ درصد پیمانکاران شرکت انتقال و ۱۲،۵ درصد مربوط به پیمانکاران شرکتهای پالایشی گاز در کشور بوده است. وی گفت : در شرکت ملی گاز ایران توجه به مسائل ایمنی بســـیار با اهمیت بوده و مرتب با تمرین های مختلف میزان آمادگی با حوادث احتمالی تمرین می شـــود به طوری با وجود گذشت مدت کوتاهی از سیل اخیر در کشور و مواجهه با مشکلات آن، در حال حاضر همزمان با حضور مسئولان کشوری پدافند غیر عامل و وزارت نفت در پارس جنوبی و مسئولین HSE شرکت ملی گاز در پالایشگاه گاز ایلام مانورهای مختلف با سناریوهای واقعی برگزار و نقاط قوت و قابل بهبود بررسی و ارزیابی می شود. رئیسHSE شرکت ملی گاز ایران در بخش دیگری از سخنانش به حوزه محیط زیست پالایشگاه های کشور اشاره کرد و گفت:شرکت ملی گاز ایران ذاتا ماهیتش دوستدار محیط زیســـت است به طوری که گاز شهری را به عنوان یک حامل انرژی از پاک ترین و تمیز ترین ســـوخت فسیلی به کل اقصی نقاط کشـــور رسانده است.مهندس یوسفی پور اظهار داشت:صنعت نفت و گاز تنها صنعتی است که دقیقا منطبق با اصول محیط زیست(EIE) است و در تمامی پروژه ها در سطح کشور ارزیابی محیط زیست باید بصورت اجبار انجام شود.

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان:

سیل بیش از سه هزار میلیارد ریال به برق منطقه ای خوزستان خسارت زد

اهواز- شـــبنم قجاوند- مدیرعامل شـــرکت بـــرق منطقه ای خوزســـتان گفت: ســـیل تاکنون ســـه هزار و ۳۶۰ میلیارد ریال به تاسیسات و زیرســـاخت های این شرکت خسارت وارد کرد. محمود دشـــت بزرگ اظهار داشـــت: یکهـــزار و ۶۹۵ دکل بـــرق منطقه ای خوزســـتان در معرض آبگرفتگی سیل قرار داشـــت که از این تعداد یکهـــزار و ۱۴۴ دکل در وضعیـــت بحرانی قرار دارنـــد و باید به آنها رسیدگی شود. وی با بیان اینکه ۶ دکل سقوط کرده در سیل نیاز به اصلاح و بازسازی دارند، تصریح کرد: جاده های دسترسی خطوط و فونداسیون دکل ها به دلیل شدت و ماندگاری سیل دچار آبشستگی شدند و باید در همه آنها ترمیم صورت گرفته و جاده های دسترسی بازســـازی شوند. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان افزود: از ۴۷ پست در معرض آبگرفتگی ۱۸ پست حالت بحرانی داشتند و ســـیل به بستر و دیوارهای محوطه های آنها نیز خساراتی زده است. دشت بزرگ انجام اقدامات مقابله ای برای سیل بندی و خاکریزی در اطراف این ۱۸ پست را یکی دیگر از خسارت های شرکت برق منطقه ای خوزســـتان در سیل اخیر اعلام کردوی با بیان اینکه همه تلاش برق منطقه ای خوزستان این بوده که خاموشی در شبکه رخ ندهد، تاکید کرد: در شـــبکه انتقال و فوق توزیع استان هیچگونه خاموشی ناشی از سیل رخ نداده و لازم است در این خصوص از دستگاه هایی که در استحکام بخشی پست ها با ما همکاری داشتند تشکر کنم.

از سوی شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان؛

نمایشگاه توانمندی‌های اقتصادی ایران در بغداد عراق برپا می‌شود

اصفهان - قاسم اسد- شـــرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان از دوم اردیبهشت‌ماه نمایشگاه توانمندی‌های اقتصادی جمهوری اســـلامی ایران را با عنوان «ایران پروژه» در بغداد، پایتخت کشور عراق برگـــزار خواهد کرد. به گزارش اداره رســـانه شـــرکت نمایشـــگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان، این نمایشگاه که به مدت چهار روز و تا پنجم اردیبهشت‌ماه در مرکز نمایشگاهی شهر بغداد برگزار خواهد شد، به ارائه توانمندی‌های شرکت‌های ایرانی در حوزه‌های سنگ، برق و الکترونیک، فولاد، آلومینیوم، ایزوگام، خدمات ســـاختمانی، کاشـــی و ســـرامیک و... می‌پردازد تا این شـــرکت‌ها بازار خود را در کشـــورهای همسایه نیز گسترش دهند. نمایشـــگاه توانمندی‌های جمهوری اسلامی ایران در بغداد ـ عراق در ۷۰۰ مترمربع فضای مفید نمایشـــگاهی با حضور ۲۸ شرکت از استان‌های اصفهان، تهران، خراسان رضوی و خوزستان برگزار می‌شود و فرصت‌های بی‌نظیری برای شرکت‌های حاضر ایجاد می‌کند تا با متقاضیان و مشـــتریان عراقی وارد مذاکره و عقد قرارداد شـــده و بازار خود را در منطقه توسعه دهند. در حاشیه برگزاری این نمایشگاه جلســـات تجاری B۲B پیش‌بینی شده تا شـــرکت‌های ایرانی بتوانند جزئیات محصولات و خدمات خود را به طرف‌های تجاری عراقی معرفی کنند؛ همچنین شـــرایطی فراهم آمده تا در این نمایشگاه قراردادهای اولیه تجاری میان شـــرکت‌های ایرانی و عراقی منعقد شـــود و پس از نمایشگاه به قرارداد تجاری نهایی تبدیل شود. نمایشگاه توانمندی‌های اقتصادی جمهوری اسلامی ایران (ایران پروژه) در حالی در عراق برگزار می‌شود که این کشور طی سال‌های اخیر شرایط سرمایه‌گذاری خارجی و روندهای مبادلات تجاری با کشورهای همسایه به ویژه ایران را تسهیل کرده است. کشور عراق به تازگی مجموعه‌ای شامل یکهزار و ۲۰۰ طرح و پروژه برای ســـرمایه‌گذاری و همکاری منتشـــر کرده که بستر خوبی برای ورود شـــرکت‌های ایرانی به بازار عراق است. موقعیت استراتژیک عراق، تعداد جمعیت آن و قیمتهای رقابتی از جمله دلایلی هستند که باعث می‌شـــود عراق مقصد صادراتی ممتازی در منطقه و جهان باشد. «امتیازات سرمایه‌گذاری قوی، معافیت از مالیات و ضمانت‌ها» از جمله دلایل اصلی جذابیت سرمایه‌گذاری در کشور عراق به شمار می‌رود به این صورت که در عراق سرمایه‌گذار تا ۱۰ سال از مالیات و عوارض معاف خواهند بود و این در حالی است که معافیت مالیاتی ممکن است تا ۱۵ سال نیز تمدید شود.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی ؛

ارائه خدمات مطلوب به تمام مشترکین و بهبود کیفیت خدمات

ارومیـــه- رونـــق - مدیرعامل شـــرکت پس از دیـــد و بازدید نوروزی، از زحمات بی دریغ همکاران طی ســـال گذشـــته تقدیر کـــرده و اعلام کرد با همفکری و آمادگی به پیشـــواز ســـال رونق تولیـــد خواهیم رفت. وی عنوان کرد بـــا همت و تلاش کارکنان این صنعت در ســـال جدید، ارائه خدمات مطلوب و درخور مردم شریف منطقه را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار داده‌ایم تا با برنامه ریزی‌های انجام شـــده بتوانیم به اهداف شرکت دست یابیم. وی با اشـــاره به نامگذاری سال جدید به نام «رونق تولید ملی» خاطر نشان کرد: ما در راستای تولید ملی دو وظیفه جدی داریم، اولین وظیفه خدمات رســـانی مطمئن برای تولید ملی و دومین وظیفه نیز افزایش سرعت در ارائه خدمات و افزایش کیفیت خدماتی که ارائه می دهیم.

کسب عنوان دستگاه برتر جشنواره شهید رجایی حاصل تلاش تمام همکاران در سال ۹۷ بود

وی افزود: تلاش‌های بی‌دریغ همکاران در ارزیابی سال ۹۷، عنوان دســـتگاه برتر بین تمام دستگاه‌ها در جشنواره رجایی را به مجموعه افتخارات این شـــرکت افزود. حســـن‌بکلو اظهار کرد: شرکت توزیع نیـــروی برق آذربایجان غربی دهمین شـــرکت توزیـــع از نظر تعداد مشترکین و طول شبکه در کشور بوده و باتوجه به پتانسیل نیروی انسانی، دومین شرکت از نظر نیروی رسمی کشور و نیز پنجمین رتبه از نظر نیروی رسمی، شرکتی و حجمی کشور را داراست که امیدوارم معاونین و مدیران شـــرکت توزیع نیروی برق اســـتان با به کارگیری پتانسیل نیروی انسانی در سال ۹۸ نیز همانند سال‌های گذشته در راستای بهبود شاخص‌های شرکت گام‌های موثری بردارند. لازم بذکر اســـت در پایان این مراســـم از تیم اعزامی شرکت توزیع نیروی برق استان به مسابقات سیمبانی و نخستین دوره مهارت شغلی کارکنان شرکت‌های توزیع برق کشور که رتبه برتر در رشته احداث شبکه کابل خودنگهدار فشار ضعیف را کسب کرده بودند تجلیل شد.

برنامه‌های روز فرهنگی کرج به نحو شایسته‌ای برگزار شد

کرج- خبرنـــگار فرصت امروز- رییس کمیســـیون فرهنگی شورای شهر کرج گفت: اعتقاد داریم کارکنانی که تلاش کمتری می کنند باید اضافه کار کمتری بگیرند و پرســـنلی که تلاش بیشتری دارند؛ اضافه کار بیشتری دریافت کنند. اکبر سلیم نژاد در صد و سی و ششمین جلسه رسمی شورا از شهردار و سازمان فرهنگی و سازمان ســـیما، منظر برای اجرای مطلوب برنامه های در روز فرهنگی کرج، قدردانی کرد. وی با اشاره به انجام تبلیغات مناسب برای روز فرهنگی، عنوان کرد: روز فرهنگی کرج به نحو مطلوبی به نمایش درآمد. رییس کمیســـیون فرهنگی در بخش دیگری به موضوع کاهش اضافه کار پرسنل اشاره کرد و گفت: در کمیسیون تحول اداری موضوع کاهش اضافه کارها مطرح شـــد؛ اما کاهش اضافه کار به این معنا نیست که تمامـــی اضافه کارها کاهش یابد. وی ادامه داد: هدف از مطرح کردن این موضوع جلوگیری از تضییع حق پرســـنل است. این عضو شورا یادآور شـــد: اعتقاد داریم کارکنانی که تلاش کمتری می کنند باید اضافه کار کمتری بگیرند و پرسنلی که تلاش بیشتری دارند؛ اضافه کار بیشتری دریافت کنند.

همایش «نظریه علم اسلامی و کاربست آن در نظام آموزش و پرورش» برگزار می شود

قـــم- خبرنگار فرصت امروز- رییس شـــورای سیاســـتگذاری همایـــش «نظریه علم اســـلامی و کاربســـت آن در نظـــام آموزش و پرورش» از رونمایی از ۱۳ اثر در حوزه علم دینی در این همایش خبر داد. به گزارش روابط عمومی دفتر تبلیغات اســـلامی، حجت الاسلام والمســـلمین نجف لک زایی در نشست خبری همایش «نظریه علم اســـلامی و کاربست آن در نظام آموزش و پرورش» در مرکز همایش های غدیر قم برگزار شد، با بیان این که سابقه این مسأله به ۱۰ سال پیش بر می گردد، گفت: در حقیقت جرقه های اولیه این کار با سخنان رهبر معظم انقلاب آغاز شد. وی افزود: در حقیقت یک دهه پیش وقتی گزارشی از شیوه تألیف کتب درسی آموزش و پرورش به رهبر معظم انقلاب داده شد، ایشان فرمودند: شما بر اساس کدام نظریه اسلامی این کار را می کنید؟ ارائه دهندگان گزارش گفتند که نظریه خاصی نداریم ولی تلاش می کنیم که کتب خارج از مبانی اسلامی نباشد که ایشان فرمودند: شما باید نظریه روشنی را در حوزه علم دینی به عنوان مبنای کار خود انتخاب کنید. رییس شورای سیاستگذاری همایش «نظریه علم اسلامی و کاربست آن در نظام آموزش و پرورش» عنوان کرد: این افراد بعدها در قم ســـراغ پژوهشـــگاه علوم و فرهنگ اسلامی آمدند و درخواست این کار را مطرح کردند؛ بحث علم اسلامی در نظام آموزش و پرورش بعدا تحولاتی پیدا کرد و کار قبلی به مجموعه مقالاتی ختم شـــد که با بررسی هایی دیدیم خواسته رهبر معظم انقلاب را تأمین نکرده اســـت و به همین جهت، در دوره جدید با اشـــراف علمی آیت الله اعرافی و حجت الاسلام والمسلمین پارسانیا وارد عرصه جدیدی شـــدیم. وی با تأکید بر این که این کار به پژوهشـــکده فلسفه و کلام سپرده شده است، گفت: بعد از شکل گیری میز آموزش و پرورش در قطب های فکری و فرهنگی دفتر تبلیغات اســـلامی و با بررسی های گوناگون، نظریه "علم اســـلامی" آیت الله جوادی‌آملی انتخاب شد و پیرامون این نظریه نشست های مختلفی برگزار و نظریات دیگری نیز مورد نقد و بررســـی قرار گرفت. حجت الاسلام والمسلمین لک زایی اضافه کرد: این همایش روز پنجشنبه، پنجم اردیبهشت ماه ۱۳۹۸ با پیام آیت الله جوادی‌آملی برگزار می شود و از ۱۳ اثر رونمایی می شود، یعنی همایش یک جلسه گزارش از کارهایی است که صورت گرفته و تمام شده و پنل های مختلفی نیز برای این همایش تعریف شده است. وی در پایان با تأکید بر رتبه علمی **Isc** این همایش خاطرنشان کرد: مراکز مختلفی از جمله بنیاد علوم وحیانی اسراء با پژوهشکده فلسفه و کلام پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی همکاری داشتند، اما همکاری مؤثر سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی وزارت آموزش و پرورش نیز نباید از نظر دور بماند.

۱۱ استراتژی بازاریابی شبکه‌های اجتماعی برای افزایش ترافیک سایت

بازاریابی شبکه‌های اجتماعی (Social Media Marketing) که به اختصار SMM نیز گفته می‌شود یکی از روش‌های بازاریابی دیجیتال یا دیجیتال مارکتینگ است که شما می‌توانید با استفاده از آن مخاطبان زیادی را به سمت کسب‌وکار خود هدایت کنید و به فروش بیشتر و افزایش نرخ تبدیل وب‌سایت‌تان کمک کنید. در این مقاله شما را با ۱۱ استراتژی بازاریابی شبکه‌های اجتماعی آشنا خواهیم کرد.

۱. اهدافی که در فضای مجازی دنبال می‌کنید را تعیین کنید

به منظور تعیین اهداف رسانه اجتماعی‌تان، در مورد نوع کاری که باید انجام دهید فکر کنید و هدفی را دنبال کنید که SMART باشد (اول کلمات خاص، قابل سنجش، قابل دستیابی، مربوط و زمان محدود). کسب و کارهای متفاوت، دارای هدف‌های متفاوتی‌اند، لذا گزینه‌های‌تان را مشخص کرده و اجازه دهید هدف‌های‌تان باقی استراتژی‌تان را هدایت کنند. در اینجا پنج هدف کلی در رسانه اجتماعی آورده شده است که می‌توانید از آنها به عنوان یک نقطه شروع استفاده کنید:

• افزایش آگاهی برند: این برای کسب‌وکارهای جدیدتری که در تلاشند برندشان را در فضای اجتماعی رو به رشد و متعامل‌تر معروف کنند، مناسب است.

• ایجاد سرنخ‌های جدید: اگر به دنبال سرنخ‌های جدیدی هستید، می‌توانید از رسانه اجتماعی به منظور گرفتن ایمیل مشترکین، ثبت‌کننده وقایع و سرنخ‌های جدید استفاده کنید.

• ایجاد ترافیک وب‌سایت: اکر کسب و کار شما به دنبال افزایش ترافیک به پست‌های بلاگ یا صفحات محصولات در وب‌سایت‌تان است، می‌توانید لینک‌ها را در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید تا ترافیک را به سایت خودتان برگردانید.

• افزایش فروش‌های آنلاین: اگر دارای کسب‌وکار تجاری الکترونیکی هستید، می‌توانید از رسانه اجتماعی به منظور تبلیغات و افزایش فروش استفاده کنید.

• استوار ساختن پشتیبانی از مشتری: اگر کسب‌وکار شما نیازمند یک جایگاه مرکزی برای پاسخ به سوالات و دغدغه‌های مشتری است، می‌توانید از رسانه اجتماعی به عنوان یک هاب استفاده کنید تا به صورت آنلاین با مشتریان‌تان تعامل داشته باشید.

۲. تعیین کنید که کدام مجراهای رسانه اجتماعی به درد شما می‌خورند

انتخاب مجراهای مناسب رسانه اجتماعی با درک مخاطبین هدف و اینکه دوست دارند بیشتر از کدام شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند، شروع می‌شود. مجراهای رسانه اجتماعی‌ای که برای تمرکز روی آنها انتخاب می‌کنید، باید برای اهداف شما نیز مناسب باشند. برای مثال، اگر شما یک B۲B هستید که می‌خواهید سرنخ‌های بیشتری به دست آورید، لینکدین یک مجرای به درد بخور برای شما به حساب می‌آید.

اگر تازه با رسانه اجتماعی آشنا شده‌اید، بهتر است که از ابتدا روی یک مجرا تمرکز کنید، و ابتدا حضورتان را آنجا پررنگ کرده و رشد کنید. فیس‌بوک و اینستاگرام اغلب بهترین گزینه برای شروع هستند. وقتی که بیشتر احساس راحتی کردید، می‌توانید در شبکه‌های بیشتری توسعه پیدا کنید تا در صورتی که مخاطبین‌تان از مجراهای بیشتری استفاده می‌کردند به آنها دسترسی بیشتری داشته باشد.

۳. ایجاد حساب‌های شبکه‌های اجتماعی

چند دقیقه را به ثبت نام برای حساب‌های‌تان اختصاص دهید. این ساده‌ترین مرحله در این لیست است. ثبت نام در تمام مجراهای اصلی رسانه‌های اجتماعی رایگان است و همه آنها نیز به راحتی در صفحه اصلی‌شان دارای لینک ثبت‌نام هستند. در بعضی از شبکه‌ها، همانند فیس‌بوک شما باید ابتدا یک حساب شخصی ایجاد کنید و سپس صفحه‌ای برای کسب‌وکارتان راه بیندازید.

در اینجا لینک‌هایی که به آنها نیاز پیدا خواهید کرد، آورده شده است:

• فیس‌بوک: به منظور ایجاد صفحه کسب‌وکاری در فیس‌بوک، باید ابتدا یک پروفایل شخصی ایجاد کنید. ایجاد یک حساب کسب‌وکاری منوط به ایجاد حساب شخصی است.

• توییتر: ایجاد یک حساب شما را ملزم به داشتن یک نام می‌کند، اما زیاد به این مرحله فکر نکنید. در صورتی که خواستید می‌توانید بعدا نام‌تان را تغییر دهید.

• اینستاگرام: اپ اینستاگرام را برای دستگاه موبایل‌تان دانلود کنید تا بتوانید حسابی را ایجاد کنید. برای تشخیص و تحلیل بهتر، حساب کسب‌وکاری را انتخاب کنید.

• لینکدین: ابتدا یک حساب شخصی ایجاد کنید، تا بتوانید به سادگی برای کسب‌وکارتان یک صفحه شرکتی باز کنید.

• پینترست: اطمینان حاصل کنید که حتما یک حساب کسب و کاری ایجاد کرده‌اید (یا حساب شخصی‌تان را به حساب کسب و کاری تغییر دهید) تا بتوانید در آینده تبلیغات پینترست را اجرا کنید.

• یوتیوب: گوگل مالک یوتیوب است، لذا ابتدا به یک حساب گوگل نیاز پیدا خواهید کرد. سپس می‌توانید یوتیوب را مشاهده کنید و صفحه‌تان را با اطلاعات کسب و کارتان شخصی‌سازی کنید.

• اسنپ چت: اپ اسنپ چت را برای دستگاه موبایل‌تان دانلود کنید. به یاد داشته باشید که نمی‌توانید نام کاربری‌تان را در اسنپ چت تغییر دهید، لذا نامی انتخاب کنید که به عنوان کننده کسب و کارتان باشد.

۴. رقابت را تحلیل کنید

پیش از اینکه وارد مبحث تولید محتوا پست کردن شوید، کمی از زمان‌تان را به تحقیق در مورد رقابت و تحلیل رویکردهایش اختصاص دهید. از اینکه رقبا چند تا لایک و فالوور دارند، چه محتوایی پست کرده‌اند، هرچند وقت یکبار پست می‌گذارند و به طور متوسط تعداد لایک‌ها و کامنت‌های‌شان چقدر است، یادداشت‌برداری کنید. به اینکه آنها کسب و کارشان را در رسانه اجتماعی چگونه نشان داده‌اند دقت کنید تا بتوانید مشابه همان کار را بکنید و یا عمدا خلاف آن عمل کنید تا بتوانید تمایز پیدا کنید.

چیزهایی که از حساب آنها دوست دارید و کارهایی که فکر می‌کردید بهتر نیز می‌توانستند انجام دهند را یادداشت کنید. این تحلیل می‌تواند در نحوه نزدیک شدن شما به رسانه اجتماعی‌تان و اینکه برای حساب‌تان از چه معیارهایی استفاده کنید، الهام‌بخش باشد.

۵. حضور اولیه‌ای برای خودتان به وجود آورید

ایجاد حضور اولیه به معنای کامل کردن اطلاعات کسب و کارتان، افزودن چند تصویر و ایجاد اولین پست شما است. سعی کنید تا زمانی که دارای پایه قوی نشدید و تمام اطلاعات پایه را در صفحه‌تان نیاورده‌اید، فالوینگ ایجاد نکنید. بیشتر مجراها شما را به سمت مراحلی که لازم است بپیمایید، سوق می‌دهند.

در اینجا مراحلی که باید طی کنید آورده شده است:

• اطلاعات کسب‌وکاری‌تان را وارد کنید: از کسب و کارتان چشم‌اندازی تهیه کنید، و جزییات تماس و لینکی به وب‌سایت‌تان را ذکر کنید.

• تصاویری را آپلود کنید. شاید شما بخواهید که تصویر پروفایل‌تان چیزی قابل تشخیص باشد، همانند لوگوی‌تان. اطمینان حاصل کنید که تصاویرتان دارای اندازه‌های مناسبی هستند و در موبایل و ویندوز درست دیده می‌شوند.

• اولین پست‌تان را ایجاد کنید: اطمینان حاصل کنید افرادی که وارد صفحه‌تان می‌شوند تاثیر اولیه خوبی بگیرند. اولین پست شما می‌تواند چیز ساده‌ای همانند موارد ذیل باشد: به صفحه فیس‌بوک [نام کسب و کار] خوش آمدید! صفحه ما را به دلیل [نوع محتوایی که تولید کرده‌اید] لایک کنید.

• مخاطبین خودتان را دنبال کنید: از مشتریان وفادارتان که می‌دانید اکانت جدیدتان را لایک و فالو می‌کنند شروع کنید. بیشتر مجراهای اجتماعی مخاطبینی را توصیه کرده که ارتباط اولیه‌ای خوبی ایجاد می‌کنند.

۶. ایجاد یک برنامه زمانی برای شبکه‌های اجتماعی

یک برنامه رسانه اجتماعی یک تقویم از ایده‌های محتوایی است که به شما کمک می‌کند به طور منسجم محتوایی باکیفیت را در رسانه اجتماعی پست کنید، که این در واقع کلید دستیابی به اهداف و افزایش فالوینگ‌تان است. رسانه اجتماعی تماما به انسجام ربط دارد، لذا شما باید ۱۵ تا ۲۰ دقیقه در روز را به رسانه اجتماعی‌تان اختصاص دهید تا با فالوورهای‌تان به طور منظم تعامل داشته باشید و پست کنید.

برای شروع، لیستی از انواع محتوایی که می‌خواهید به طور منظم پست کنید تهیه کنید. در ذهن داشته باشید که نیاز نیست تمام محتواهای‌تان خودخواهانه و یا تبلیغاتی باشد. یک روش رایج در رسانه‌های اجتماعی تبعیت از قانون ۸۰/۲۰ است، بدین معنا که ۸۰درصد از محتوا مفید، آموزشی و یا سرگرم‌کننده است و ۲۰درصد آن مربوط به فروش باشد.

برای مثال یک استودیوی یوگا ممکن است بخواهد ترکیبی از محتوا که شامل نقل‌قول‌های انگیزشی، نکاتی در قالب یک ویدئوی ۳۰ ثانیه از سازندگان‌شان، لینک به برنامه هفتگی، مقالات مفید، تخفیف‌ها برای اعضای جدید و عکس‌هایی از کلاس‌های اخیرشان را پست کند.

۷. تبلیغ کانال‌های شبکه‌های اجتماعی

تبلیغ مجراهای رسانه اجتماعی‌تان به معنای پخش کردن نام مجرای‌تان است تا مردم بیشتری شما را دنبال کنند. این بهترین راه برای رشد فالوینگ‌تان است تا تمام پست‌های‌تان تا حد امکان توسط مردم دیده شود. شاید شما جایگاه‌های بیشتری برای ارتقای مجراهای رسانه اجتماعی‌تان داشته باشید و تاثیرگذاری از طریق آنها هزینه‌ای نداشته باشد.

در اینجا جاهایی که می‌توانید مجرای‌تان را تبلیغ کنید آورده شده است:

• وب‌سایت‌تان: دکمه‌هایی را برای اتصال مجراهای اجتماعی‌تان ایجاد کنید، تا بازدیدکنندگان وب‌سایت‌تان بتوانند به سادگی حساب‌های اجتماعی‌تان را پیدا کنند.

• لیست ایمیل‌تان: زمانی که شما حساب اجتماعی‌تان را راه‌اندازی کردید، به لیست ایمیل‌تان اطلاع دهید. سپس دکمه‌هایی را در مجراهایی اجتماعی‌تان در پاورقی هر ایمیل بازاریابی‌تان قرار دهید.

• امضای ایمیل‌تان: لینک‌های رسانه اجتماعی را به امضای ایمیل کسب‌وکاری‌تان اضافه کنید.

• ایمیلی به کارمندان‌تان ارسال کنید: کارمندان خود را تشویق کنید که مجرای رسانه اجتماعی شما را فالو کنند و مخاطبین آنها را به انجام این کار دعوت کنید.

• نمادی در فروشگاه: نمادی را در فروشگاه‌تان با اسم یا URL رسانه اجتماعی‌تان قرار دهید.

• دیگر رسانه‌های اجتماعی‌تان: مخاطبین‌تان را تشویق کنید تا شما را در رسانه‌های متعددی فالو کنند.

• تبلیغات اجتماعی: می‌توانید تبلیغاتی را اجرا کنید تا به چشم اعضای مخاطب جدید بیایید.

۸. سنجش نتایج

نتایج شما نشان می‌دهند که تلاش‌های رسانه اجتماعی‌تان چه نتیجه‌ای داشته‌اند و چقدر برای رسیدن به اهداف‌تان جنگیده‌اید. شما قادر خواهید بود که ببینید چقدر فالوور به دست آورده‌اید، چقدر ترافیک به وب‌سایت‌تان روانه کرده‌اید، پست‌های‌تان چقدر تعامل دریافت کرده‌اند. تمام شبکه‌های اصلی رسانه اجتماعی به شما امکان دسترسی به معیارهایی را با وجود پلتفرم‌های تحلیلی‌شان می‌دهند. اگر تصمیم گرفتید که از ابزار مدیریت رسانه اجتماعی استفاده کنید، می‌توانید از بخش تحلیل نیز استفاده کنید.

بهتر است معیارهایی رایجی که به دردتان می‌خورد را مرور کنیم:

• فالوورها/ لایک‌ها- نشان‌دهنده مخاطبین رسانه اجتماعی‌تان

• بازدید-نشان‌دهنده اینکه چند نفر واقعا پست‌های رسانه‌های اجتماعی‌تان را می‌بینند.

• تعامل‌ها – تعداد لایک‌ها، کامنت‌ها و به اشتراک‌گذاری‌هایی که محتوای‌تان دریافت کرده

• کلیک‌ها- تعداد دفعاتی که روی پست‌تان کلیک شده.

۹. بهینه‌سازی برای بهترین عملکرد

زمانی که شما دارای داده‌هایی در جیب پشتی‌تان باشید قادر خواهید بود که بعضی از اطلاعات‌تان را در برنامه پست‌گذاری‌تان اعمال کنید و برای عملکرد بهتر بهینه‌سازی انجام دهید. به اینکه کسب و کارتان در چه زمینه‌ای بیشترین کلیک، بازدید و تعامل می‌گیرد دقت کنید و برنامه‌تان را بر مبنای محتواها و پست‌ها قرار دهید. برای مثال اگر استودیوی یوگا تعامل بیشتری را در ویدئوها مشاهده کند، شاید بخواهید که ویدئوهای بیشتری را در مجراهایی همانند لایو فیس‌بوک، استوری‌های اینستاگرام و یا یوتیوب ایجاد کنید.

بهینه‌سازی چیزی است که به شما کمک می‌کند به اهداف خودتان برسید. اگر در افزایش مخاطب یا تعاملی با مشکل مواجه هستید، شاید زمان آن باشد که تبلیغات پولی را امتحان کنید تا در برابر چشم مخاطب هدف جدیدی قرار بگیرید. هشتگ‌هایی را به پست‌های‌تان اضافه کنید تا بازدیدتان را افزایش دهید و یا سعی کنید یک نظرسنجی را پست کنید و از فالوورهای‌تان مستقیم بپرسید که دوست دارند از سمت کسب و کارتان چه مشاهده کنند.

۱۰. اجرای تبلیغات برای محصولات و خدمات‌تان

بعد از افزایش فالوینگ اولیه‌تان، تبلیغات رسانه اجتماعی راهی عالی برای قرار دادن محصولات و خدمات‌تان در مقابل چشم مخاطبین بزرگ‌تر و ایجاد فروش است. پیش از اینکه پول‌تان را در تبلیغات رسانه اجتماعی خرج کنید، سعی کنید که به صورت منظم پست بگذارید و در مجراهای‌تان آفری را ارائه دهید. اطمینان حاصل کنید که از یک تصویر متقاعدکننده برای جلب توجه مخاطبین‌تان استفاده کنید.

شرکت در کانتی کافی و تی، کار بسیار عالی‌ای در زمینه تبلیغ سالگرد ۲۵ سالگی‌شان انجام داده است. تبلیغات برای جشن این سالگرد است. آنها رونوشتی واضح و متقاعدکننده با تمام جزییات آفرها می‌نویسند. در آخر، آنها تصویری رنگی را با تخفیفی که لحاظ شده ضمیمه می‌کنند تا در فید کاربران ظاهر شود.

۱۱. اجرای تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی

تمام پلتفرم‌های اصلی رسانه اجتماعی (فیس‌بوک، توییتر، اینستاگرام، لینکدین، اسنپ چت و یوتیوب) دارای ویژگی‌های تبلیغی برای کمک به افزایش فروش و میزان مخاطبین‌تان است. شما لزوما نباید تبلیغات رسانه اجتماعی را برای کسب‌وکارتان اجرا کنید. با این حال، اگر به دنبال تبلیغ محصول یا خدمات‌تان برای دستیابی به مخاطبین جدید هستید، تبلیغات رسانه اجتماعی یک راه بسیار عالی برای افزایش بازدیدتان است. اگر محصول یا خدماتی دارید، دوباره تبلیغات موفق ارگانیکی که در گذشته اجرا کرده‌اید را ببینید و درباره اینکه چگونه می‌توانید از المان‌های موفقیت‌آمیز این آفر در تبلیغات پولی‌تان استفاده کنید اطلاعات کسب کنید.

در اینجا مثال‌های متفاوتی از تبلیغات رسانه اجتماعی جهت اجرا آورده شده است:

• تخفیف‌های فروشگاهی – به مخاطبین‌تان آزادی کامل دهید تا محصول یا خدماتی که می‌خواهند با قیمت‌تخفیف خورده بخرند را خریداری کنند.

• تبلیغات محصول جدید – ایجاد آگاهی و فروش برای محصولات جدید با ارائه آنها در تبلیغات

• سرنخ‌های مشتری جدید – کسانی که مشتری نیستند را با تبلیغات رسانه اجتماعی‌تان هدف قرار دهید و آنها را تشویق کنید تا اولین خریدشان را با شما انجام دهند.

• دانلودهای کتاب‌های الکترونیکی- خبرگی صنعت‌تان را نشان دهید و با تبلیغ کتابی الکترونیکی به مخاطبین هدف، فالوینگ‌های خود را افزایش دهید.

• تبلیغات وبیناری/ رویداد – حضور آنلاین را برای رویدادهای آنلاین و آفلاین‌تان با تبلیغ یک دعوتنامه به رویداد پیش روی‌تان افزایش دهید.

• پیشنهادات – با تبلیغ یک هدیه رایگان، توجهات را به خود جلب کنید. می‌توانید با یک صفحه فرود شرط‌بندی، جزییات مخاطب را جمع‌آوری کنید و برنده را انتخاب کنید.

منبع: fitsmallbusiness/webramz

مزایده اموال غیر منقول

حسب پرونده کلاسه ۹۲۰۲۵۴ اجرای احکام مدنی دادگستری ماسال به موجب دادنامه شماره ۱۳۸۹/۱۲/۱۹-۸۹۰۹۹۷۱۸۳۰۱۰۱۲۱۲ صادره از شعبه اول دادگاه حقوقی ماسال دایر بر دستور فروش اموال و ماترک مرحوم ذبیح اله خلیلی و تقسیم بهای حاصله بین وراث که در همین راستا ماترک مرحوم پس از تعرفه و شناسایی به حیطه توقیف درآمده و توسط کارشناس رسمی دادگستری به شرح ذیل ارزیابی و توصیف اجمالی گردیده است ۱- ششدانگ یک باب خانه متروکه با محوطه به مساحت ۲۸۹۰ مترمربع از ماترک مرحوم ذبیح اله خلیلی اولم واقع در شاندرمن روستای اولم خیابان امام خمینی بعد از کوچه رودکی فاقد سند ثبتی با حدود اربعه شمالا متصل به رودخانه فصلی و محلی و شرقا متصل به خانه و محوطه پرویز قاسمی و جنوبا متصل به جاده اسفالته محلی و غربا متصل به رودخانه فصلی محلی با تعدادی درختان مثمر و غیر مثمر محصور با سیم خاردار و پرچین که با توجه به موقعیت فعلی و جغرافیایی ارزش کل ملک ۱/۴۴۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال براورد شده است ۲- ششدانگ عرصه و محوطه یک باب خانه به مساحت ۴۰۰ متر مربع از ماترک مرحوم ذبیح اله خلیلی واقع در شاندرمن روستای اولم فاقد سند ثبتی با حدود اربعه شمالا متصل به جاده اسفالته محلی و شرقا متصل به کوچه خاکی عمومی و جنوبا متصل به کوچه خاکی عمومی و ماورا آن خانه و محوطه ارض رمضانی و غربا متصل به باقیمانده ملک مرحوم ذبیح اله خلیلی که با توجه به موقعیت فعلی ارزش هرمتر مربع از عرصه و محوطه ۸۰۰/۰۰۰ ریال و ارزش کل آن ۳۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال براورد شده است. و لازم به ذکر است در ملک مذکور اعیانی یک باب منزل مسکونی به مساحت ۷۰ متر متعلق به احد از ورثه جز مزایده نمی باشد. ۳- ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۱۰۰۰ متر مربع مشتمل بر یک باب انباری از ماترک مرحوم ذبیح اله خلیلی فاقد سند ثبتی واقع در شاندرمن روستای اولم با حدود اربعه شمالا متصل به جاده آسفالته محلی و شرقا متصل به باقیمانده ملک مرحوم ذبیح اله خلیلی و جنوبا متصل به خانه و محوطه بیژن خلیلی و غربا متصل به جاده آسفالته محلی و ماورای آن رودخانه فصلی و محلی محصور شده با سیم خاردار و پرچین که با توجه به موقعیت فعلی ارزش کل عرصه و اعیانی موجود در آن جمعا مبلغ ۶۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال براورده شده است. بنابراین مقرر شده ملک موصوف از طریق مزایده حضوری در روز چهارشنبه مورخه ۱۳۹۸/۰۲/۱۱ از ساعت ۱۰ الی ۱۱ در دفتر اجرای احکام مدنی دادگستری ماسال بفروش برسد. مزایده از قیمت پایه کارشناسی شروع به کسی که بالاترین قیمت پایه کارشناسی را شروع به کسی که بالاترین قیمت را پیشنهاد کند فروخته می شود. شخص خریدار ۱۰ درصد بهای مزایده را فی المجلس پرداخت و الباقی را تا یک ماه از تاریخ مزایده پرداخت نماید در غیر اینصورت ۱۰ درصد اولیه پس از کسر هزینه های اجرائی به نفع دولت ضبط و مزایده تجدید می گردد و کسانی هم که مایلند در مزایده شرکت کنند تا ۵ روز قبل از برگزاری مزایده در دفتر اجرا حاضر تا مقدمات بازدید فراهم آید. تاریخ انتشار: ۱۳۹۷/۰۲/۰۲

مدیر احکام اجرای احکام مدنی دادگستری ماسال

آگهی حصر وراثت

خانم سمانه کوهی دارای شناسنامه بشماره ۱۴۵۰۶۲۰۱۶۷ به شرح پرونده کلاسه ۱۳۸- ۹۸ این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان ولی کوهی شریف بیگلو به شماره شناسنامه ۱ در تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۱۳ در اردبیل اقامتگاه دائمی خود بدرود حیات گفته، ورثه آن مرحوم منحصر است به: ۱- سمانه کوهی فرزند ولی ش ش ۱۴۵۰۶۲۰۱۶۷ دختر متوفی ۲- مریم کوهی فرزند ولی ش ش ۸۲۲ دختر متوفی ۳- فیروزه کوهی فرزند ولی ش ش ۵۷۰ دختر متوفی ۴- رقیه کوهی فرزند ولی ش ش ۵۴۶۸ دختر متوفی ۵- رفیقه زینالی فرزند مرتضی ش ش ۶ همسر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید، هر کس اعتراض دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او باشد، از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به شورا تقدیم نماید والا گواهی صادر و هر وصیتنامه جز سری و رسمی که بعد از موعد ابراز شود از درجه اعتبار ساقط و بلااثر خواهد بود.

رئیس شعبه یازده شورای حل اختلاف اردبیل

۱۱۲

مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز پژو پارس TU۵ به شماره موتور ۰۱۳۶۷۰۴ B ۱۶۴ شماره پلاک ۳۴۱ و ۶۲ ایران ۷۲ بنام حسن احمدپور مفقود و از درجه اعتبارساقط است

مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز (سند سبز) پراید جی تی ایکس آی به شماره پلاک ۹۱۹ ه ۳۳ ایران ۷۸ و شماره موتور ۲۲۷۳۱۸۴ بنام سیدرضا باقری تنکابنی مفقود و از درجه اعتبار ساقط است.

آگهی فقدان مدرک تحصیلی

مدرک فارغ التحصیلی اینجانب کمیل مرادی فرزند علی محمد به شماره شناسنامه ۲۲۲۲صادره از ساری در مقطع کارشناسی رشته برق قدرت صادره از واحد دانشگاهی آزاد علی آباد کتول با شماره ۱۸۴۰۰۳۳۰۰ مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می باشد. از یابنده تقاضا می شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول به نشانی خیابان بلوار دانشگاه- کیلومتر ۱ جاده کردآباد- مجتمع دانشگاه آزاد اسلامی ارسال نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۱/۱۹تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۱/۲۶تاریخ انتشار نوبت سوم: ۹۸/۲/۲
۹

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ششدانگ تحت پلاک ۱۶ فرعی از ۲۲۶۵-اصلی بخش یک قزوین ذیل ثبت ۱۶۷۹۴ صفحه ۱۶۷ دفتر ۱۰۶ به شماره چاپی ۶۴۰۲۳۷به نام بانک سپه شعبه فلسطین صادر وتسلیم گردیده است .با قید بر اینکه مورد ثبت به موجب سند اجاره ۴۷۸۲ مورخ ۹۱/۱۲/۶ دفتر ۱۲۳ قزوین در اجاره خانم مریم شفیعی قرار گرفته است حالیه نامبرده به عنوان نماینده بلنک برابر معرفی نامه ۴۳۳/۹۷/۲۳۳۱۶ مورخ ۹۷/۸/۲۳ با ارائه دو برگ فرم شهادت شهودمدعی فقدان سند به علت سهل انگاری گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی خود را نموده که مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویامعاملاتی به نفع اوشده ویا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه با این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد. تاریخ انتشار: ۹۸/۲/۲

حسن غلامحسینی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک قزوین –۳۷/م الف

آگهی ابلاغ وقت دادرسی و دادخواست و ضمائم

وقت رسیدگی: ۹۸/۳/۸ ساعت ۱۰ خواهان: سعید آلاداغلو خوانده: امید شریفی خواسته: مطالبه خسارت خواهان دادخواستی تسلیم شورای حل اختلاف نموده که جهت رسیدگی به شعبه شورای اول رباط کریم ارجاع گردیده و وقت رسیدگی تعیین شده و به علت مجهول المکان بودن خوانده به درخواست خواهان و دستور دادگاه و به تجویز ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود تا خوانده از تاریخ نشر آخرین آگهی ظرف یک ماه به دفتر شورای حل اختلاف مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خوانده خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت نماید و در وقت مقرر بالا جهت رسیدگی حضور بهم رسانید چنانچه بعدا ابلاغی بوسیله آگهی لازم شود فقط یکنوبت منتشر و مدت آن ده روز خواهد بود.

مدیر دفتر شعبه یک شورای حل اختلاف رباط کریم

۱۰۳

آگهی نوبتی سه ماهه چهارم سال ۹۷

برابر ماده ۱۲ و۲۵ قانون ثبت و مواد ۵۴و۵۹ آیین نامه مذکور اینک املاکی که جزء حوزه ثبتی قزوین با مجهول المالک بوده و در سه ماهه چهارم سال ۹۷ اظهارنامه آنها برگشته و یا املاکی که آگهی نوبتی آنها اشتباه بوده و طبق رای هیات نظارت و یا طبق اختیارات تفویضی دستور اصلاح آنها صادر شده بل ذکر شماره ملک و نام نام خانوادگی مالک و محل وقوع ملک جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

بخش ۴ شمال شرق قزوین

۷۱۲۴فرعی از ۳۱۹۱اصلی –محمدرضایی دوست فرزند محمود نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین نهر متروکه به مساحت ۶۰۶۰ متر مربع لذابرابر ماده۱۶ قانون ثبت و تبصره ۲ ماده واحد هرکسی نسبت به آگهی فوق اعتراض دارد می تواند از تاریخ انتشار نوبت اول به مدت ۹۰ روز نسبت به آگهی اصلاحی به مدت یک ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و رسید عرض حال اعتراض را دریافت نماید. ضمنا اعتراض به تقاضای ثبت موضوع ماده ۱۶ و ۲۰ قانون ثبت می باید توسط معترض ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مراجع ثبتی با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح قضایی صورت پذیرد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۲/۲تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۲/۱

حسن غلامحسینی –رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک قزوین –۳۸/م الف

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۶۲۳۷ مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۱۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محمد نصرت پور فرزند معصوم بشماره شناسنامه ۱ صادره از ماسال در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۲۷۴/۰۶ متر مربع مشتمل بر بنای احداثی فاقد مجوز به مساحت ۲۰/۴ مترمربع پلاک ۲۵۵۶ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۸ فرعی از ۲ اصلی واقع در قریه لوحه سرا بخش ۲۶ گیلان خریداری از مالک رسمی مشهدی علی رضایی لیپایی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۸/۰۲/۰۲تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۸/۰۲/۱۷

آرمان کاظمی – رئیس ثبت اسناد و املاک

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

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۵۰۴۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم معصومه بابائی فرزند مرادعلی بشماره شناسنامه ۲۰۲ صادره از انگوران در- ششدانگ یک باب خانه –به مساحت ۱۰۸ متر مربع پلاک شماره ۷۲ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین- از مالکیت خانم کبری مایلی نودورقی- محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۲/۲تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۲/۱۶

۳۲ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررایني

۱۰۱

آگهی رونوشت حصر وراثت

سیدوهاب قاسمی دارای شماره شناسنامه ۹۰۹۷ فرزند سیداسمعیل متولد ۱۳۶۳/۷/۳ صادره از تهران بشرح دادخواست و به کلاسه ۹۸/ن/۴۹ از این شورا درخواست حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان شمسی اخترعی فرزند احمد به شماره شناسنامه ۲۳۲۸ در تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۲۳ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱- سیدرضا قاسمی نام پدر سیداسمعیل ش ش ۰۰۵۸۵۶۵۲۸۰ فرزند پسر ۲- سیدوهاب قاسمی فرزند سیداسمعیل ش ش ۹۰۹۸ فرزند پسر متوفی اینک به انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد و یا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یکماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی حصر وراثت صادر خواهد شد.

شعبه دهم شورای حل اختلاف مرکزی رباط کریم

۱۰۴

مفقودی

برگ سبز ماشین خودرو سواری پژو ۴۰۵ مدل ۱۳۹۶ نقره ای متالیک و شماره شاسی NAAM۳۱FE۵HK۰۸۳۷۹۱ و شماره موتور ۱۸۱B۰۲۸۵۷۴ و شماره پلاک ۸۴ ایران ۹۶۹ ص ۸۹ بنام سید مصطفی سیدی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

۱۱۴

اجراییه

مشخصات محکوم علیه : سعید حاصلی/نام پدر:بهرامعلی / نشانی : مجهول المکان مشخصات محکوم له : فاطمه رحیمی / نام پدر : عزیزاله / نشانی: فامنین –فیض آباد-منزل عزیزاله رحیمی محکوم به : بموجب رای شماره ۶۲۸ تاریخ ۹۷/۱۲/۱ حوزه ۱۱۲ شورای حل اختلاف که قطعیت یافته است،محکوم علیه محکوم است به : الزام خوانده به استرداد عین جهیزیه مندرج در سیاهه عادی (فقط انچه که از طرف زوجه تهیه شده است) و پرداخت مبلغ ۷۲۰/۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی و مبلغ ۱/۸۰۰/۰۰۰ ریال بابت حق الوکاله وکیل در حق خواهان. به استناد ماده ۲۹ قانون شورا های حل اختلاف مصوب سال ۱۳۹۴ محکوم علیه مکلف است:پس از ابلاغ این اجرائیه ظرف ده روز مفاد آن را به موقع اجرای بگذارد و یا ترتیبی برای پرداخت محکوم به و یا انجام تعهد و مفاد رای بدهد و الا اقدامات لازمه قانونی معمول خواهد گردید.

رئیس شعبه ۱۱۲ شورای حل اختلاف شهرستان فامنین م الف: ۲۶

آگهی نوبتی سه ماهه چهارم سال ۹۷

برابر ماده ۱۲ و۲۵ قانون ثبت و مواد ۵۴و۵۹ آیین نامه مذکور اینک املاکی که جزء حوزه ثبتی قزوین با مجهول المالک بوده و در سه ماهه چهارم سال ۹۷ اظهارنامه آنها برگشته و یا املاکی که آگهی نوبتی آنها اشتباه بوده و طبق رای هیات نظارت و یا طبق اختیارات تفویضی دستور اصلاح آنها صادر شده بل ذکر شماره ملک و نام نام خانوادگی مالک و محل وقوع ملک جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

بخش ۴ شمال شرق قزوین

۷۱۲۴ فرعی از ۳۱۹۱ اصلی –محمد رضایی دوست فرزند محمود نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین نهر متروکه به مساحت ۶۰۶۰ متر مربع.لذا برابر ماده ۱۶ قانون ثبت و تبصره ۲ ماده واحد هرکسی نسبت به آگهی فوق اعتراض دارد می تواند از تاریخ انتشار نوبت اول به مدت ۹۰ روز نسبت به آگهی اصلاحی به مدت یک ماه از تاریخ تسلیم و رسید عرض حال اعتراض را دریافت نماید. ضمنا اعتراض به تقاضای ثبت موضوع ماده ۱۶ و ۲۰ قانون ثبت می باید توسط معترض ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مراجع ثبتی با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح قضایی صورت پذیرد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۲/۲تاریخ انتشار نوبت دوم:۹۸/۳/۱

حسن غلامحسینی –رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک قزوین –۳۸/م الف

آگهی تحدید حدود اختصاصی

نظر بر اینکه تحدید حدود ششدانگ پلاکهای مشروحه ذیل که باستناد آراء صادره از هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در ثبت خلخال بنام متصرفین فعلی تائید مالکیت گردیده و تحدید حدود آنها قبلا بعمل نیامده لذا تحدید حدود املاک ذیل، بشرح زیر بعمل خواهد آمد:

از بخش ۷ خانندبیل خلخال:

۲۸۱۸ /۱۹۵۳- اصلی، آقای ابراهیم سیف اله زاده ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ومحوطه ، واقع دراراضی روستای خوجین .

۲۸۱۹ /۱۹۵۳- اصلی، آقای فیروزرحمان زاده ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ، واقع دراراضی روستای خوجین .

روز تحدید حدود: چهارشنبه ۹۸/۲/۲۵

۲۸۲۰ /۱۹۵۳- اصلی، خانم سمیه رضایی برندق ، ششدانگ یکباب انباری ومحوطه، واقع دراراضی روستای خوجین .

۲۸۲۱ /۱۹۵۳- اصلی، آقای نصرت اله فرح پور ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی، واقع دراراضی روستای خوجین .

روز تحدید حدود: پنجشنبه ۹۸/۲/۲۶

ازبخش ۱۷ خورشرستم خلخال:

۲۰/۲۰۷۹- اصلی خانم شرافت آقایی ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی واقع در هشجین .

۲۰/۲۰۸۰- اصلی آقای محمدباقر حق گو ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی واقع در هشجین .

۲۰/۲۰۸۱- اصلی آقای علیرضاپاک نفس ، ششدانگ یکباب ساختمان تجاری و مسکونی واقع در هشجین .

روز تحدید حدود: شنبه ۹۸/۲/۲۸

۷۳/۲۵۴- اصلی آقای ثروت روه‌فی ، ششدانگ یکقطعه باغ واقع درروستای سوسهاب .

روز تحدید حدود: یکشنبه ۹۸/۲/۲۹

از بخش ۱۸ شاهرود خلخال:

۱/۷- اصلی، آقای محمدرضا وخانمهاثریا ، پریوش وحمیرا همگی نظیری ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی واقع در روستای طهرستان .

روز تحدید حدود: دو شنبه ۹۸/۲/۳۰

۴/۲۴۷- اصلی، آقای نایب ملکی ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ومحوطه واقع در روستای اسبو .

روز تحدید حدود: سه شنبه ۹۸/۲/۳۱

لذابدینوسیله به مالک و مجاورین آگهی می شود که در روز تعیین شده در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند واخواهی بر حدود و حقوق ارتفاقی مطابق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود بمدت ۳۰ روز پذیرفته خواهد شد و متقاضی باید کتبا اعتراض خود را به ثبت محل ارائه نماید. تاریخ انتشار یک نوبت: روز دو شنبه ۹۸/۲/۲

رییس ثبت خلخال –بدیهی

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ششدانگ یک باب خانه قطعه چهارم تفکیکی تحت پلاک باقیمانده ۱۶۸-اصلی بخش یک قزوین ذیل ثبت ۱۱۶ صفحه ۶۹۴ دفتر یک به شماره چاپی ۱۷۲۲۶۲ بنام بانو معصومه هاشمی سیمیاری صادر وتسلیم گردیده است .سپس تمامی آن مع الواسطه برابر سند قطعی به شماره ۸۳۴۴۲ مورخ ۸۶/۸/۳۰ دفتر ۳۶ قزوین به آقای علی خدا خواه واگذار شده سپس نامبرده برابرسند قطعی به شماره ۸۴۲۹۶ مورخ ۸۶/۱۰/۲ دفتر ۳۶ قزوین مقدار دودانگ از مالکیت خود را به خانم عصمت توکلی واگذار نموده که بنامش صفحه ۲۳۳ دفتر ۱۰۶ سند مالکیت صادر گردیده سپس آقای علی خدا خواه چهاردانگ باقیمانده پلاک موصوف را برابر سند قطعی به شماره ۸۹۵۶۵ مورخ ۹۱/۴/۶ دفتر ۳۴ قزوین به آقای محمد خدا خواه نسبت به ۲.۵ دانگ مشاع و نازی خدا خواه نسبت به ۱.۵ دانگ واگذار نموده که سند موصوف در سهمی آقای محمد خدا خواه قرار گرفته و حال ایشان با ارائه دو برگ فرم شهادت شهودمدعی فقدان سند به علت سهل انگاری گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی خود را نموده که مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویا معاملاتی به نفع اوشده ویا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه با این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد. تاریخ انتشار: ۹۸/۲/۲

حسن غلامحسینی –رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک قزوین-۴۴/م الف

۷ راز جذب مخاطب در اینستاگرام

به قلم: شرمن استندبری کارشناس شبکه‌های اجتماعی
مترجم: امیر آل‌علی

امروزه اینستاگرام با سرعتی فوق‌العاده در حال تبدیل شدن به پرطرفدارترین شبکه اجتماعی جهان است. همین امر نیز توجه بسیاری از برندها را به آن معطوف کرده است. درواقع جهان پیش رو در تسخیر شبکه‌های اجتماعی خواهد بود و در این میان تنها برندهایی قادر به بقا و رشد هستند که بتوانند خود را با تغییرات جدید همگام سازند. با این حال تنها حضور در شبکه‌های اجتماعی مطرح نبوده و لازم است تا بتوانید به اهداف تجاری خود دست پیدا کنید. بدون شک دیده شدن هدف اصلی هر شرکت و برندی در این رابطه محسوب می‌شود. به همین خاطر در ادامه به معرفی و بررسی هفت راهکاری خواهیم پرداخت که در این زمینه جذب مخاطب کاملا کارساز خواهد بود.

۱-به دنبال مخاطبان واقعی باشید

بسیاری از برندها برای بهتر دیده شدن به خرید دنبال‌کننده برای خود می-پردازند. اگرچه این امر در ظاهر شما را به اهداف‌تان خواهد رساند، با این حال توجه داشته باشید که اکثر این اکانت‌ها غیرواقعی بوده و تنها جنبه نمایشی دارند. در این رابطه لازم است تا در ابتدا مشهور شدن سریع را کنار گذاشته و به دنبال شناسایی مخاطبان مدنظر خود باشید. برای مثال برای یک برند تولیدکننده وسایل ورزش فوتبال، بدون شک ورزشکاران و جوانان از اولویت بالاتری برخوردار هستند که ضروری است تا با شناسایی درست آنها، برنامه‌ای را برای جلب نگاه‌شان داشته باشید. درواقع با این اقدام شما می‌توانید هزینه‌ای را که برای یک کار غیر حرفه‌ای صرف خواهد شد، به اقدامی اصولی اختصاص دهید. با این حال در این رابطه تنها شناسایی مخاطبان کافی نبوده و لازم است تا برنامه‌های متنوعی را برای جذب آنها داشته باشید. برای مثال ارسال پیام مستقیم به حساب‌های کاربری افراد و یا استفاده از چهره‌های مشهور و مرتبط با حرفه شما، دو راهکار رایج و کاربردی محسوب می‌شود. در آخر توجه داشته باشید که هدف شما باید شناخته‌تر شدن برند و محصولات و در نهایت افزایش فروش باشد که تنها با مخاطبانی واقعی میسر خواهد بود. به همین خاطر بهتر است تا از همان ابتدا به دنبال روش‌های اصولی و مخاطبانی مناسب و باکیفیت باشید.

۲-بر روی کیفیت مطالب ارسالی تمرکز کنید

اولین نکته‌ای که در رابطه با اینستاگرام لازم است تا به آن توجه کنید این است که محوریت اصلی این شبکه بر روی ارسال تصویر بوده و به همین خاطر لازم است تا در رابطه با کیفیت آن به دنبال تجهیزات و افراد ماهر باشید. با این حال به صورت کلی چند قانون در این زمینه مانند انتخاب تم و استفاده درست از نرم‌افزارهای ویرایشی، از جمله مواردی محسوب می‌شود که رعایت آنها به بهبود کار شما کمک خواهد کرد. در رابطه با تم، ذکر این نکته ضروری است که عدم نظم و شباهت قالب کار، از جمله مواردی است که مخاطب را آزار خواهد داد. به همین خاطر ضروری است تا به دنبال ایجاد نظمی در نحوه کار خود باشید. برای مثال این امر که تصاویر محصولات همواره به یکدیگر شبیه باشند، از جمله مواردی است که در درازمدت باعث خواهد شد تا مخاطب با روش کار شما ارتباط برقرار کرده و از مشاهده مطالب شما لذت لازم را ببرد. همچنین فراموش نکنید که تنها تهیه تصاویر حرفه‌ای و با کیفیت کافی نبوده و در بسیاری از موارد شما نیاز به اعمال تغییراتی در آن خواهید داشت. در این رابطه آشنایی با تمامی آپلیکیشن‌ها و نرم‌افزارهای ویرایشی می‌تواند نیازهای شما را در این زمینه به صورت کامل پاسخگو باشد. در آخر نیز فراموش نکنید که اینستاگرام امکانات متنوعی را برای ارسال ویدئو نیز دارد، به همین خاطر ضروری است تا از این امکان نیز به خوبی استفاده کنید. درواقع تنوع بالاتر، شانس استقبال بیش‌تر را نیز به همراه خواهد داشت.

۳-برنامه زمانی درستی برای ارسال مطالب خود داشته باشید

از دیگر عواملی که می‌تواند به افزایش شانس دیده شدن مطالب شما کمک کند، در اختیار داشتن یک برنامه زمانی درست برای ارسال مطالب است. در ابتدا لازم است تا توجه داشته باشید که ارسال به اصطلاح رگباری و مداوم مطالب اگرچه مزیت‌هایی را به همراه خواهد داشت، با این حال این امر در درازمدت مخاطب را به شدت خسته خواهد کرد. به همین خاطر این سیاست تنها باید در زمان‌های خاص مانند زمان معرفی محصول جدید و یا یک همایش مهم صورت گیرد. با این حال روند ارسال مطالب شما نباید بیش از یک تا دو روز متوقف شود. این امر به سادگی می‌تواند باعث ریزش شدید مخاطب شود. در آخر نیز توجه داشته باشید که ضروری است تا با شناسایی رده سنی و محل اقامت اکثریت دنبال‌کننده‌های خود، بهترین زمان را برای ارسال مطالب خود پیدا کنید. برای مثال به طور میانگین برای کارمندان، بهترین زمان ممکن در ساعات اولیه صبح و اوایل شب خواهد بود. در این رابطه ارسال انواع نظرسنجی‌ها نیز می‌تواند به بهبود ضعف‌ها و ارزیابی میزان موفقیت اقدامات شما، کمک بسیاری کند.

۴- با مخاطبان ارتباط نزدیکی را برقرار سازید

بدون شک یک ارتباط یک طرفه، بدترین اتفاقی است که می‌تواند برای یک صفحه تجاری اتفاق بیفتد. درواقع شما باید افراد را با خود درگیر کرده و نسبت به حتی کوچک‌ترین واکنش آنها، پاسخی مناسب را داشته باشید. این امر که در مدت زمان کوتاهی دایرکت‌های خود را پاسخ داده و یا در بحث‌های شکل گرفته در قسمت ارسال نظر مطالب خود شرکت کنید، از جمله اقدامات رایج در این زمینه محسوب می‌شود. به همین خاطر نیز ضروری است تا برای مدیریت صفحه خود، تیمی مناسب را داشته باشید. درواقع تنها یک نفر نمی‌تواند تمامی نیازهای شما در این رابطه را برطرف کند. با این حال با توجه به این امر که نرخ رشد حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی خصوصا اینستاگرام روندی فوق‌العاده را تجربه می‌کند، بدون شک هزینه‌های شما در این رابطه بدون جواب نخواهد ماند.

۵-از سایرین یاد بگیرید

این امر که انتظار داشته باشید که بهترین ایده‌ها تنها به ذهن شما و تیم-تان خطور کند، تنها باعث خواهد شد تا از اقدامات مفید و ایده‌های مناسب دور بمانید. در راقع اگرچه بهتر است تا به دنبال روش‌های منحصر به فرد خود باشید و تلاش کنید تا تفاوت‌هایی را با سایرین رقم بزنید، با این حال بررسی اقدامات سایر برندها نیز می‌تواند به شما در راستای افزایش سطح کار، کمک کند. در این رابطه ایجاد دوره‌های آموزشی و همکاری و تعامل با سایر برندها نیز می-تواند به افزایش توان شما کمک کند.

۶-از جادوی هشتگ‌ها غافل نشوید

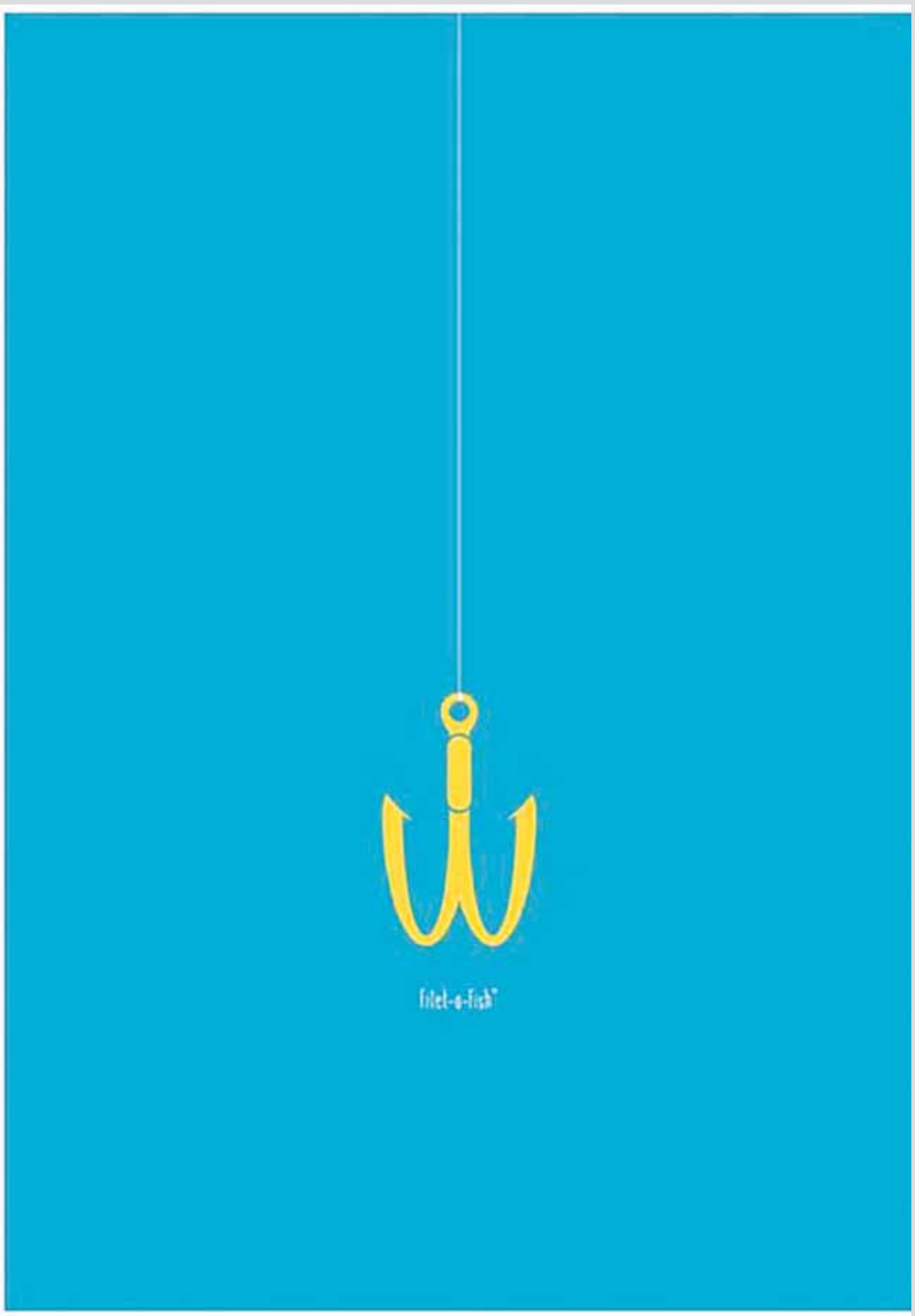
هشتگ‌ها به صورت عمده دو کاربرد بسیار مهم را دارند. نخست این که مطالب شما را در دسته‌بندی‌های مختلف قرار می‌دهند که این امر شانس دیده شدن شما را به شدت افزایش خواهد داد. همچنین هشتگ‌ها تکمیل‌کننده پیام مطالب شما خواهند بود. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود تا ضمن استفاده حداکثری از آنها، تنها به دنبال مواردی باشید که ارتباطی را با حرفه شما داشته باشد. درواقع استفاده از هشتگ‌های غیرمرتبط، تنها غیرحرفه‌ای بودن شما را نشان خواهد داد و این امر مخاطب را نیز نسبت به برند شما بدبین خواهد کرد. در این رابطه بهتر است تا اولویت را بر روی هشتگ‌های پرطرفدار قرار دهید. این امر شما را در دسته‌بندی‌های پرطرفدارتری قرار خواهد داد. در آخر نیز توجه داشته باشید که استفاده درست از هشتگ‌ها، نیازمند بررسی مداوم هشتگ‌های پرطرفدار و مرتبط با کسب‌وکار شما دارد و فراموش نکنید که استفاده از این امر حتی در زمینه سئو سایت نیز تاثیرگذار خواهد بود.

۷-از محتواهای ایجادشده توسط سایر افراد نیز حمایت کنید

بدون شک ایجاد مطالب هزینه‌بر بوده و زمان زیادی را از شما اشغال خواهد کرد. این امر توانایی پرداختن به کارهای متنوع دیگر را از بین خواهد برد. با این حال شما می‌توانید از برخی از راهکارها برای کاهش فشار در این زمینه استفاده کنید. برای مثال این امر که مطالب مفید دیگران را با ذکر مرجع در صفحه خود قرار دهید و یا سایرین را به ایجاد محتوا برای خود تشویق کنید، از جمله راهکارهایی محسوب می‌شود که ضمن درگیر کردن بیشتر افراد با برند شما، امکان انجام فعالیت‌های بیش‌تری را ایجاد خواهد کرد. در این رابطه ایجاد مسابقات و چالش‌های متنوع نیز می‌تواند مشارکت حداکثری افراد را به همراه داشته باشد. با این حال این اقدام‌ها لازم است تا همراه با جوایز مناسبی باشد تا به انگیزه‌ای برای فعالیت افراد تبدیل شود.

منبع: lyfemarketing

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
دوشنبه | ۲ اردیبهشت ۱۳۹۸ | شماره ۱۲۹۵ | 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، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM



استعداد بیش از حد می‌تواند قاتل بهره‌وری تیم شود

اثر موسوم به «بیش‌استعدادی» به این موضوع می‌پردازد که چرا فوق‌ستاره‌ها نمی‌توانند در کنار یکدیگر تیم‌های ستاره بسازند.

فرض کنید ایده بزرگی داشتید که اکنون در عرصه عمل به شکوفایی رسیده است. پس از جذب سرمایه کافی، حالا وقتش رسیده که برای تحقق اهداف خود تیمی کارآمد و متشکل از افراد مناسب استخدام کنید. در این حالت فکر می‌کنید که باید به‌دنبال جذب چه نوع افرادی باشید؟ عقل سلیم حکم می‌کند که در پی استخدام باهوش‌ترین‌ها باشید، اما به نظر برخی متخصصان در این‌صورت در «دام هوش» گرفتار خواهید شد.

دیوید رابسون، در کتاب خود با عنوان «تله هوش»، به بررسی پدیده استعداد زیادی می‌پردازد. او در این کتاب بر نکته‌ای فراموش‌شده اما فراگیر تأکید می‌کند:

بیش‌استعدادی در یک تیم همیشه معادل عملکرد بهتر نیست. برعکس، استعداد بیش از حد گاهی اوقات می‌تواند موجب شکست یک پروژه شود!

مالکوم گلادول، نویسنده کتاب «در یک چشم به‌هم زدن» نیز در مقاله‌ای در نشریه نیویورکر که در سال ۲۰۰۲ به چاپ رسیده است، به تشریح اثرات قابل‌توجه پدیده «استعداد زیادی» در فروپاشی شرکت انرون در سال ۲۰۰۱ می‌پردازد. به‌گفته گلادول، تاکید بیش از حد بر استعداد، موجب پرورش فرهنگی در این سازمان شد که در آن توهم استعداد بر مواردی چون تعامل و اعتراف به اشتباه سایه می‌انداخت.

بااین‌حال، رابسون تاکید دارد که استعداد زیادی یا همان بیش‌استعدادی در تمام زمینه‌ها هم تعیین‌کننده و اثربخش نیست. به‌طور مثال، نتایج مطالعه مشترک محققان دانشگاه‌های اینسید، کلمبیا و وریجه هلند در سال ۲۰۱۴ نشان داد زمانی یک تیم بیشتر نسبت به آثار «بیش‌استعدادی» آسیب‌پذیر است، که پویایی و شالوده آن تیم بر مبنای تعامل و تشریک‌مساعی باشد.

شاید مسابقات قهرمانی فوتبال یورو ۲۰۱۶ را به‌خاطر بیاورید. در جریان این مسابقات، تیم انگلیس در کمال ناباوری و با بیست و یک ستاره، بازی را به تیم تک‌ستاره ایسلند واگذار و از جام حذف شد، اما اثر بیش‌استعدادی در ورزشی مثل بیسبال که به نسبت فوتبال نیاز به مشارکت کمتری دارد، نسبتا نادر و ناچیز است.

رابسون در کتاب تله هوش، به بررسی برخی از استراتژی‌های استخدامی می‌پردازد که می‌توانند مانع از بروز تناقض «بیش‌استعدادی» شوند.

بیش‌استعدادی، آتش جنگ قدرت را شعله‌ور می‌کند

یک تیم پرستاره، بیشتر از تیمی متشکل از افرادی عادی که به زیردست‌بودن خو گرفته‌اند، در معرض دعوا بر سر قدرت قرار دارد.

در تیم‌های پرستاره، هر کدام از پرچمداران نیازمند حفظ موقعیت و محکم کردن جای پای خود به‌عنوان رهبر تیم هستند. این خواسته‌های موازی عموما باعث ایجاد تنش و اصطکاک در میان نقش‌های کاری شده و پویایی تیم را تهدید می‌کند.

نسبت به تعریف ساختار تیم و نقش هر فرد و نیز اختصاص قلمروی عملکرد به هر یک از اعضای تیم توجه کنید. تعیین یک استراتژی تصمیم‌گیری قبل از اتخاذ تصمیم می‌تواند تعارض‌های خودخواهانه را در طول فرآیند تصمیم‌گیری به حداقل برساند.

بیش‌استعدادی، رقابت را بر مشارکت مقدم می‌داند

چنانچه یکی از اعضای تیم احساس کند که موقعیت او توسط همکاران بلندپروازش تهدید می‌شود، ممکن است در واکنش به آن و به‌جای همکاری تیمی، اولویت را بر حفظ موقعیت شخصی خود بگذارد. تهدید موقعیت موجب از میان رفتن اعتماد و کمرنگ‌شدن فضای همکاری در تیم می‌شود.

استخدام نیروی کار ماهر در ارتباطات اجتماعی که به ارتقای تعامل و مشارکت در تیم کمک می‌کند، تاثیر مثبت بیشتری بر بهره‌وری تیم خواهد داشت تا اینکه تنها به جذب استعدادها اکتفا کنیم.

رابسون پیشنهاد می‌کند: «در مورد درک عاطفی افراد قضاوت کنید و افرادی را در تیم به‌کار بگیرید که در همدلی و برقراری ارتباطات مهارت داشته باشند. آیا آنها گاه‌وبی‌گاه همکاران‌شان را به گوشه‌ای می‌کشند و به صحبت‌های او گوش می‌دهند، یا اینکه تمایل دارند مکالمه را قطع و بر آن مسلط شوند؟»

بیش‌استعدادی منجر به هدررفت ظرفیت‌ها می‌شود

رهبران سلطه‌جویی که مانع از ایده‌پردازی افراد مستعد می‌شوند، باعث اتلاف بخش قابل‌توجهی از استعداد و ظرفیت بالقوه تیم می‌شوند. درعین‌حال، افراد مستعدی که به نقش‌ها و جایگاه‌های رهبری و مدیریت عادت کرده‌اند، از عزت نفس پایین، بدبینی و کاهش انگیزه رنج می‌برند.

می‌توان از طریق تخصیص مرتب زمان به هر یک از اعضا برای مشارکت در جلسات تیمی و به اشتراک‌گذاری شفاف تصمیم‌ها از اتلاف ظرفیت‌ها اجتناب کرد. تضمین موقعیت افراد در تیم نیز ارزش کارکنان بااستعداد را به آنها نشان می‌دهد.

رابسون اشاره می‌کند که اگرچه نسبت مطلوب حضور فوق‌ستاره‌ها در یک تیم مشارکتی طبق برخی مطالعات عددی بین ۵۰ تا ۶۰درصد است، اما این ارقام می‌تواند با وجود مدیریت بهینه تغییر کند. منظور از مدیریت بهینه، وجود یک رهبر استراتژیک است که نقشی شفاف در تیم ایفا می‌کند، تهدیدات متوجه موقعیت افراد را حذف و موانع همکاری را برطرف می‌سازد. به‌این‌ترتیب، او قادر است تیم خود را از اثرات و پیامدهای منفی بیش‌استعدادی محافظت کند.

منبع: INC/zoomit