

برنده افزایش قیمت زمین
چه کسانی هستند؟

حامد قدوسی

کارشناس اقتصادی

طبقات متوسط و ثروتمند که صاحب منزل یا زمین شهری بزرگ‌تر در مناطق شهری ایران بودند، در ۲۵سال گذشته برنده اصلی افزایش قیمت زمین در کشور بوده‌اند. داده‌های آمریکا را که نگاه می‌کنیم، رابطه بین «درآمد»، «اندازه خانوار» و «قیمت منزل خانوار» را نشان می‌دهد. وقتی دقت می‌کنیم الگوی قابل توجهی ظهور می‌کند: * برای خانواده‌های با درآمد بالا، هر قدر تعداد اعضای خانواده بیشتر می‌شود، قیمت مسکن بالاتر می‌رود که یعنی خانوار، خانه بزرگ‌تری تهیه کرده است. علت معکوس از این زاویه که خانواده‌های با جمعیت بیشتر در مناطق گران‌تر ساکن هستند در اینجا مطرح نیست و اتفاق به نفع این فرض عمل می‌کند، خانواده‌های با جمعیت بیشتر محتمل‌تر است که در شهرهای ارزان‌تر ساکن باشند.

* اما برای خانواده‌های با درآمد پایین، رابطه تعداد اعضا و قیمت منزل شکل Uمعکوس دارد. وقتی تعداد اعضا از یک به دو یا سه می‌رسد، قیمت مسکن بالاتر می‌رود که خب طبیعی است چون احتمالا...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

۷۱درصد ارز صادراتی برگشت

«نیما» سر به راه شد

با وجود اینکه به نظر می‌رسید سامانه نیما به دلیل عدم موفقیت در سیاست‌های ارزی خیلی زودتر از اینها تعطیل می‌شود، اکنون این سامانه نقش موثری در تأمین ارز مورد نیاز واردات کشور بازی می‌کند. بانک مرکزی از اوایل سال گذشته با ابلاغ سیاست‌های جدید ارزی...

درآمدهای مالیاتی دولت در بهار امسال ۲۸درصد رشد کرد

دستورات جدید مالیاتی رئیس‌جمهور

فرصت امروز: رئیس‌جمهور بر ضرورت الکترونیکی کردن نظام مالیاتی کشور به منظور جلوگیری از فرار مالیاتی تأکید کرد و همزمان مراقبت از بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای کوچک را ضروری خواند. حسن روحانی روز گذشته در جلسه بررسی اجرای سیاست‌های مالیاتی، با تأکید بر اینکه اخذ مالیات باید همراه با شفافیت باشد، گفت: مردم در یک فرآیند شفاف‌سازی، باید بدانند که سهم مالیات در بودجه، برای خدمات و توسعه کشور هزینه می‌شود و فرهنگ‌سازی و تعامل بیشتر با مردم، روند پرداخت مالیات را تسهیل می‌کند. او مراقبت از بنگاه‌ها و کسب و کارهای کوچک را ضروری خواند و افزود: باید به گونه‌ای عمل شود که این مجموعه‌ها تحت فشار مالیاتی قرار نگیرند و همزمان لازم است به گونه‌ای برنامه‌ریزی شود که بنگاه‌های بزرگ فرار مالیاتی نداشته...

مقایسه رشد اقتصادی و رشد نقدینگی در اقتصاد ایران در ۵ سال گذشته

کنترل نقدینگی در گرو اصلاح نظام بانکی

مدیریت و کسب‌وکار



بی‌تفاوتی دوباره ایل به اعتراضات هنگ‌کنگ

تیم کوک به دانشگاه دولتی چین پیوست

- ۵ روش کاربردی برای مقابله با مدیر بد و محیط کار سمی
- آیا مدیر خوبی هستید؟
- الگوی تولید محتوای بازاریابی جذاب در فضای آنلاین
- بهترین تکنیک‌های بازاریابی دیجیتال در سال ۲۰۱۹
- تبلیغات تاثیر گذار؛ پیمان پالاو
- ترندها در فعل و انفعالات اجتماعی

شاخص بورس تهران در آخرین روز مهرماه بیش از ۶ هزار واحد رشد کرد

پایان سبز مهر برای بورس



جهانگیری با اشاره به تصویب FATF و CFT در جلسه سران قوا و تأیید رهبری:

مجمع تشخیص مصلحت نظام هر چه سریع‌تر لوایح را تصویب کند

دولت منابع کشور را به باد داده همان کسانی هستند که در مقطعی ۲۲ میلیارد دلار منابع کشور را به استانبول و دوی بی بردند تا به گفته خودشان قیمت ارز را در کشور کاهش دهند در حالی که نه قیمت دلار کاهش پیدا کرد و نه مشخص شد که ۲۲ میلیارد دلار چه شد؟ او سپس به تشریح و تبیین برخی دستاوردهای دولت در زمینه‌های مختلف پرداخت و گفت: برداشت گاز ایران در سال ۸۴ از میدان مشترک گازی با قطر برابر بود اما سال ۹۲ که دولت تدبیر و امید کار خود را آغاز کرد، برداشت روزانه قطر ۵۵۰ میلیون متر مکعب و برداشت ایران ۲۵۰ میلیون متر مکعب بود که این عقب‌ماندگی حتما ناشی از خیانت بوده زیرا چند ده میلیارد دلار پول ملت ایران از دست رفته است.

به گفته وی، کسانی که می‌گویند مدیران دولت ناکارآمد هستند باید بدانند که امروز با وجود آنکه ۴۵ سال از شش سال دولت تدبیر و امید تحت تحریم بوده‌ایم و حتی یک دلار منابع مالی خارجی برای سرمایه‌گذاری به کشور وارد نشده، میزان برداشت ایران به ۶۰۰ میلیون متر مکعب رسیده و از قطر پیشی گرفته‌ایم.

جهانگیری با اشاره به افزایش تولید بنزین کشور و رسیدن آن به ۱۱۰ میلیون لیتر در روز خاطرنشان کرد: امروز بنزین کشور نه‌تنها قابل تحریم نیست بلکه بنزین و فرآورده‌های نفتی به یکی از اقلام مهم صادراتی کشور تبدیل شده است.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به این مراسم با اشاره به موضوعات مطرح شده در سخنان تعدادی از حاضران، گفت: فروش نفت کشور با وجود تلاش آمریکایی‌ها برای به صفر رساندن آن متوقف نشده است اما بخشی از درآمدهای ناشی از صادرات نفت که در بودجه پیش‌بینی شده بود محقق نخواهد شد که با برنامه‌ریزی به دنبال راه‌های جایگزین هستیم. او با تأکید بر اینکه دولت از وضعیت معیشت و دشواری‌های پیش آمده در زندگی مردم آگاه است، گفت: عده‌ای در این شرایط به طور شایعه‌روزی دولت را راجع به پرداخت ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی برای کالاهای اساسی نکوهش می‌کنند، اما ما نمی‌توانیم نسبت به زندگی مردم بی‌توجه باشیم و نمی‌گذاریم که با رها شدن قیمت‌ها فشار مضاعفی به زندگی مردم برای تأمین دارو و تجهیزات پزشکی و کالاهای اساسی وارد شود.

وی درخصوص سکوت دولت نسبت به انتقادهای روزافزون گفت: سیاست دولت حفظ آرامش در کشور به عنوان یک ضرورت است و بنابراین از کنار تخریب‌ها عبور می‌کند. جهانگیری درباره کسانی که تلاش کردند تا برجام به شکست منجر شود نیز گفت: این موضوع بر کسی پوشیده نیست اما در برهه کنونی باید با اجتناب از سخنان اختلاف‌انگیز روی موضوع اصلی یعنی دشمنی آمریکا و عبور کشور از وضعیت کنونی تمرکز کنیم. او درباره مبارزه با فساد نیز تصریح کرد: دولت با فساد به معنای واقع کلمه مخالف است و از تمام توان برای مبارزه با مفاسد بهره خواهد جست ولی این مبارزه باید با روش‌های منطقی و عقلایی باشد که منجر به تکثیر فساد نشود.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به ارائه لایحه شفافیت از سوی دولت به مجلس شورای اسلامی و تأکید به ضرورت ایجاد اتاق شیشه‌ای برای تصمیم‌گیران کشور، گفت: خوب است مردم در جریان همه امور از جمله مذاکرات درون دولت، مجلس، شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصلحت نظام قرار گیرند و مطلع شوند. با توجه به تصویب لوایح FATF و CFT در جلسه سران سه قوه و تأیید مقام معظم رهبری، مجمع تشخیص مصلحت نظام هر چه سریع‌تر این لوایح را تصویب کند. وی ادامه داد: نمی‌توانیم دست و پای فردی را بست و از او خواست تا در دریا شنا کند، اما آنها می‌دانند که مدیران کشور با وجود تنگناها این کار ناممکن را شدنی می‌کنند زیرا یکی از دستاوردهای نظام جمهوری اسلامی تربیت مدیرانی در بخش‌های مختلف است که دل در گرو کشور دارند مدیرانی که اگر می‌خواستند می‌توانستند با چندین برابر حقوق و دستمزد در کشورهای اروپایی و آمریکا فعالیت کنند.

جهانگیری از لوایح تعارض منافع و نیز مبارزه با فساد و ارتقای سلامت اداری کشور به عنوان دو ضلع دیگر از تلاش‌های دولت برای مبارزه با فساد یاد کرد و خاطرنشان ساخت: در کنار اینها ما نیازمند آزادی رسانه‌ها در بیان و پیشگیری از مفاسد هستیم و از قوه قضائیه در برخورد با متخلفان و مفسدان حمایت می‌کنیم.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به ارائه لایحه شفافیت از سوی دولت به مجلس و تأکید به ضرورت ایجاد اتاق شیشه‌ای برای تصمیم‌گیران کشور، گفت: خوب است مردم در جریان همه امور از جمله مذاکرات درون دولت، مجلس، شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصلحت نظام قرار گیرند و مطلع شوند. با توجه به تصویب لوایح FATF و CFT در جلسه سران قوا و تأیید مقام معظم رهبری، مجمع تشخیص مصلحت نظام هر چه سریع‌تر این لوایح را تصویب کند. به گزارش ایسنا، اسحاق جهانگیری روز گذشته در جلسه هم‌اندیشی با علما و روحانیون که در نهار ریاست جمهوری برگزار شد با تأکید بر اینکه حل مسائل کشور راهکار بیرونی ندارد و راه حل همه مشکلات در داخل کشور است، گفت: راه برون‌رفت از مسائل اقتصادی ایران این است که از ظرفیت‌های داخلی کشور حداکثر استفاده را داشته باشیم و این همان چیزی است که در اقتصاد مقاومتی نیز بر آن تأکید شده است. البته اقتصاد کشور حتما باید بتواند با جهان تعامل داشته باشد وگرنه اقتصادی که نتواند با جهان تعامل داشته باشد حبس می‌شود و دچار شکست و فروپاشی خواهد شد.

او با اشاره به شرایط خطیر و پیچیده کشور ادامه داد: مکرر گفته‌ام شرایط خطیر کشور به معنای بن‌بست نیست چراکه ایران کشوری قوی، پرظرفیت و ثروتمند است که از ذخایر سرشار نفت و گاز و منابع معدنی متعدد و موقعیت جغرافیایی استثنایی برخوردار است و می‌تواند با اتکا به این ظرفیت‌ها مسائل خود را حل و فصل کند.

وی با تأکید بر اینکه حل مسائل اقتصادی و سیاسی کشور به انسجام، وحدت و یکپارچگی نیاز دارد، خاطرنشان کرد: نمی‌توان انتظار داشت در شرایطی که همه‌های گسترده علیه دولت وجود دارد، دولت بتواند مسائل اقتصادی کشور را حل و فصل کند. نمی‌توان انتظار داشت بخش خصوصی میدان‌دار اقتصاد کشور باشد اما عده‌ای چوب لای چرخ فعالیت این بخش بگذارند.

به گفته جهانگیری، سال ۹۲ که دولت تدبیر و امید کار خود را آغاز کرد، شرایط کشور سخت و ویژه بود اما مردم احساس کردند که دولتی که بر سر کار آمده قادر است مسائل آنها را حل و فصل کند و این باعث شد با وجود آنکه هنوز تحریم‌ها وجود داشت و برجام شکل نگرفته و سیاست‌گذاری و اقدام خاصی نیز انجام نشده بود، اما قیمت دلار نزولی شد و وضعیت بازار به ثبات رسید و بخش خصوصی وارد میدان شد که همه این دستاوردها به دلیل امید مردم به آینده کشور و اعتماد به تیم مدیریتی دولت بود.

معاون اول رئیس‌جمهور افزود: امروز مهمترین هدف‌گذاری آمریکا این است که اعتماد مردم نسبت به توانمندی مدیران کشور و امید آنها به آینده را از بین ببرد و برای تحقق این هدف تلاش می‌کند با تولید و انتشار اخبار جعلی، به مردم القا کند که اقدام و کالاهای ضروری به میزان کافی وجود ندارد تا مردم به بازار هجوم برده و به دنبال خرید کالا بیش از نیاز معمول خود باشند.

جهانگیری تصریح کرد: معتقدم که نظام، دولت و مجموعه مدیریتی کشور در سال ۹۷ و ۹۸ برای مقابله با جنگ اقتصادی آمریکا عاقلانه‌ترین و مهمترین تدابیر را به کار گرفتند و همین باعث شد که محاسبات و پیش‌بینی‌های آمریکا مبنی بر اینکه ایران قادر نخواهد بود جشن چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب خود را برگزار کند، نقش بر آب شد. او در ادامه سخنان خود با اشاره به انتقادهای گسترده به ارز ۴۲۰۰ تومانی برای برخی اقلام و کالاهای ضروری خاطرنشان کرد: تصمیمی که در این خصوص اتخاذ شد مورد تأیید همه ارکان نظام بود اما عده‌ای که به دنبال جعل خبر و ناامیدکردن مردم هستند بارها در رسانه‌ها تیر زدن که ۱۸ میلیارد دلار از منابع کشور با این تصمیم به باد رفت و یک بار هم توضیح ندادند که استدلال‌شان چیست؟

معاون اول رئیس‌جمهور ادامه داد: ۱۸ میلیارد دلاری که از آن سخن می‌گویند صرف واردات کالاهای اساسی، ماشین‌آلات، مواد اولیه تولید و مواردی از این دست شده است. البته ممکن است که عده‌ای در این میان ارز دولتی دریافت کرده اما کالا وارد کشور نکرده باشند که این کار حتما خیانت است و باید با فرد خائن به خصوص در شرایط جنگی با اشد مجازات برخورد شود.

جهانگیری تصریح کرد: کسانی که ارز ۴۲۰۰ تومانی را زیر سوال می‌برند و می‌گویند که

آیا رکود اقتصادی سال ۲۰۰۸ تکرار می‌شود؟

هر رکودی بحران نیست

پیش‌بینی‌های صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی بیشتر از یک سال است که نسبت به رکود اقتصادی در جهان هشدار می‌دهند، اما برخی از تحلیل‌ها نشان می‌دهد که آنچه اتفاق افتاده، نه یک رکود فنی بلکه تنها رکود رشد بوده است.

در همین زمینه، «سی‌ان‌ان بیزنس» در گزارشی با عنوان «هر رکودی بحران نیست» نوشت: «ترس از رکود در آمریکا در حال گسترش است. خاطرات رکود قبلی این نگرانی را تشدید می‌کند: آخرین مواجهه آمریکا با رکود در سال ۲۰۰۸ و هم زمان با شروع بحران مالی بود؛ میلیون‌ها نفر از مردم شغل‌شان را از دست دادند، رشد تولید ناخالص داخلی کاهش یافت و کسب‌وکارها تعطیل شدند.»

به گزارش «سی‌ان‌ان بیزنس» از سال گذشته تاکنون تمام گزارش‌های جهانی به درگیر شدن جهان در رکودی بزرگ هشدار می‌دهند. آخرین هشدار نیز مربوط به گزارش جدید صندوق بین‌المللی پول می‌شود. این نهاد بین‌المللی در گزارش چشم‌انداز اقتصادی ۲۰۱۹ می‌نویسد: «اقتصاد جهانی در حال شدن است. رشد اقتصادی در سال ۲۰۱۹ در ۳ درصد، پایین‌ترین میزان رشد بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۸ تا به حال رسیده است. این یک نزول جدی از رشد ۳۸ درصدی از سال ۲۰۱۷ است. در آن دوره زمانی، جهان در حال رشد هماهنگ بود. این کاهش رشد، پیامد افزایش موانع تجاری، بالا رفتن نااطمینانی و بی‌ثباتی ژئوپلیتیکی و تجاری، فشارهای کلان اقتصادی در برخی از اقتصادهای نوظهور و عوامل ساختاری مانند رشد پایین بهره‌وری و جمعیت سالخورده در اقتصادهای توسعه‌یافته است.»

پیش از این، دیوید مالاس، رئیس بانک جهانی نیز گفته بود: «رشد اقتصادی قوی‌تر برای کاهش فقر و بهبود استانداردهای زندگی ضروری است. نیروی محرک فعلی اقتصاد، ضعیف باقی‌مانده، در حالی که میزان بدهی افزایش یافت و رشد سرمایه‌گذاری کاهش یافته است. این شرایط به خصوص در کشورهای در حال توسعه، کشورها را از رسیدن به آنچه که ظرفیتش را دارند، دور نگه می‌دارد. به همین خاطر انجام اصلاحات ساختاری در بسیاری از کشورها ضروری و حتی اورژانسی است. تنها راه پیشرفت کشورهای در حال توسعه، بهبود محیط کسب‌وکار و جذب سرمایه‌گذاری است. آنها همچنین نیاز به مدیریت بدهی‌های‌شان دارند که به رقم بسیار بالایی رسیده است.»

اما تحلیلگران «سی‌ان‌ان» معتقدند که این رکود، چندان عجیب و بحرانی نیست. «سی‌ان‌ان بیزنس» می‌نویسد: «اقتصاد جهان به استهزاترین سرعت رشد خود در سه سال اخیر رسیده است. اقتصاد، در مسیر ثبات قرار دارد اما نیروی محرک آن شکننده و با ریسک‌های حیاتی مواجه است. تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی ضعیف‌تر از آن چیزی است که برای امسال پیش‌بینی می‌شود. فعالیت‌های اقتصادی در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته به خصوص در منطقه یورو و اقتصادهای بزرگ نوظهور، از سال قبل کمتر و آهسته‌تر شده است، اما همه رکودها شبیه به این نیستند. گاهی اقتصاد می‌تواند از میان همین رکود هم رشد کند. در حقیقت، برخی از اقتصاددان‌ها باور دارند که اکنون جهان در رکود فرو رفته است و بسیاری از مردم حتی متوجه این مسئله هم نشده‌اند.» «آلسو لاجیز» مدیر ارشد در اینوسکو به «سی‌ان‌ان بیزنس» می‌گوید: «جهان در رکود تولید قرار دارد.»

رکود اخیر تولید در آمریکا به خاطر جنگ تجاری، چشم‌انداز اقتصادی جهان را تحت‌الشعاع قرار داده است. اوضاع اقتصادی این کشور به عنوان بزرگترین اقتصاد، به اقتصاد همه جهان سرایت می‌کند، اما رکود کنونی که همه از آن صحبت می‌کنند، اصلا شبیه به رکود ۱۰ سال پیش نیست. «سی‌ان‌ان» می‌نویسد: «برای آمریکا رکود رشد از هیچ نظر شبیه به سال ۲۰۰۸ نخواهد بود. آن زمان آمریکا وارد دوره رکود فنی شد، اما حالا با این وضعیت فاصله زیادی دارد.» وضعیت اقتصادی ایران هم به آنچه که در بیشتر کشورهای جهان می‌گذرد، شباهت دارد. صندوق بین‌المللی پول در جدیدترین گزارش خود، پیش‌بینی کرده است که رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۹، منفی ۹۵درصد خواهد بود اما در سال ۲۰۲۰، به صفر می‌رسد. صندوق بین‌المللی پول در تحلیل خود از بهبود اوضاع اقتصادی جهان در سال ۲۰۲۰ نیز از ایران نام می‌برد و می‌نویسد: «پیش‌بینی می‌شود که رشد اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۰، بهبود یابد و ۳۴درصد برسد. پیش‌بینی می‌شود که رشد اقتصادهای توسعه‌یافته از ۳۹٫۹درصد در سال ۲۰۱۹ به ۴۶درصد در سال ۲۰۲۰ برسد. حدود نیمی از این رشد در سال ۲۰۲۰، به خاطر بهبود اوضاع با کم عمق شدن رکود در بازارهای نوظهوری مانند ترکیه، آرژانتین و ایران است. بخش دیگر نیز بر اثر بهبود وضعیت در اقتصادهای مانند برزیل، مکزیک، هند، روسیه و عربستان است که رشد آنها در سال ۲۰۱۹ نسبت به ۲۰۱۸، کند شده بود.»

نگاه

فناوری بلاک چین چه تأثیری بر حوزه بازاریابی دارد؟

کاربردهای بلاک چین در بازاریابی دیجیتال

بازاریابی در طول یک دهه اخیر تغییرات زیادی به خود دیده است. شاید بسیاری اکنون تغییرات این حوزه را پایان یافته تلقی کنند، با این حال انقلاب اصلی در این حوزه هنوز اتفاق نیفتاده است. در این انقلاب تازه، فناوری بلاک چین نقش اصلی را بازی می کند. امروزه اغلب ما حوزه بازاریابی دیجیتال را در پیوند با تکنولوژی‌هایی نظیر هوش مصنوعی و توانایی تحلیل سریع اطلاعات از سوی آن ارزیابی می‌کنیم. در این بین، فناوری بلاک‌چین به آرامی در حال تأثیرگذاری عمیق بر روی عرصه کسب و کار و قواعد بازاریابی است.

مزیت مرکزی بلاک‌چین، فراهم‌سازی امکان انتقال اطلاعات میان دو طرف بدون نیاز به نرم‌افزارهای رابط است. بیشترین کاربرد بلاک‌چین در کسب و کار مربوط به معاملات مالی و تبادل ارزهای دیجیتال است. به این ترتیب، امنیت این حوزه‌ها در دنیای آنلاین بیش از هر زمان دیگری تأمین خواهد شد و این امر تأثیر شگفت‌انگیزی بر روی دنیای بازاریابی خواهد گذاشت.

تغییرات بلاک چین در عرصه بازاریابی دیجیتال

در حالی که هوش مصنوعی کسب و کارها را بیش از مشتریان بهره‌مند ساخته است، فناوری بلاک‌چین بیشتر به سود مشتریان خواهد بود. به این ترتیب، مشتریان نظارت بیشتری بر روی اطلاعات‌شان خواهند داشت. به موازات این امر دسترسی برندها به اطلاعات موردنیاز برای ساخت کمپین‌های بازاریابی مناسب با سلیقه مشتریان دشوار خواهد شد. بی‌تردید به عنوان مدیر یک شرکت یا بازاریابی باید درک عمیقی از فناوری بلاک‌چین و به ویژه تأثیر آن بر روی دنیای کسب و کار داشته باشیم. این امر به ما کمک زیادی برای انطباق‌پذیری هرچه سریع‌تر با این تحولات خواهد کرد.

یکی از هیجان‌انگیزترین ویژگی‌های فناوری بلاک‌چین افزایش قدرت و اختیارات مشتریان بر روی اطلاعات‌شان است. تا همین امروز یکی از مزیت‌های اصلی شرکت‌ها امکان دسترسی ساده به اطلاعات مشتریان‌شان و بهبود عملکرد خود در زمینه بازاریابی و تولید محصول بود. نکته مهم در این زمینه تغییر بنیادی حوزه کسب و کار است. به این ترتیب دیگر خبری از ماجراهای مشابه نخواهد بود. اکنون مشتریان امکان محدودسازی اساسی دسترسی شرکت‌ها به اطلاعات خود را دارند.

مزیت اصلی دسترسی به اطلاعات مشتریان فقط محدود به برندها نیست. وقتی برندها اطلاعات مربوط به مشتریان را داشته باشند، توانایی ایجاد کمپین‌های شخصی‌سازی‌شده برای آنها را خواهند داشت. این امر مورد پسند بسیاری از مشتریان واقع می‌شود. ایراد اصلی این امر در سودجویی برخی از شرکت‌ها نهفته است. به این ترتیب در عمل برخی از شرکت‌ها اطلاعات مشتریان‌شان را به فروش می‌رسانند. بررسی رسوایی اخیر فیس‌بوک در زمینه فروش اطلاعات کاربرانش به دیگران به خوبی ما را به درک مناسب از خطر چنین دسترسی به اطلاعات کاربران می‌رساند.

فناوری بلاک‌چین با قطع دسترسی شرکت‌ها به اطلاعات شخصی مشتریان در حال ایجاد تحول عظیم در دنیای کسب و کار و بازاریابی است. به عنوان مثال، مرورگر Brave در حال تغییر دسترسی سایت‌ها به اطلاعات کاربرانش است. به این ترتیب دیگر سایت‌ها امکان نمایش تبلیغات هدفمند برای کاربران براساس بررسی سابقه جست وجوی آنلاین‌شان را ندارند. بدون تردید این امر به معنای طرح دوباره تبلیغات توده‌ای خواهد بود. این امر برای هیچ شرکتی مناسب نیست. مشتریان نیز از مشاهده چنین تبلیغاتی احساس ناراحتایی عمیق خواهند داشت. گزینه مدنظر بسیاری از شرکت‌ها مانند مرورگر Brave ایجاد دسترسی بسیار محدود شرکت‌ها همراه با تایید کاربران به اطلاعات مورد نیازشان است. نکته مهم در این زمینه انحصار دسترسی شرکت‌ها به اطلاعات بسیار ضروری است. دیگر خبری از دسترسی به تمام اطلاعات کاربران نخواهد بود. هدف اصلی از چنین کاری کاهش احتمال فروش اطلاعات اساسی کاربران و سوءاستفاده از آن است. همچنین از دیگر نوآوری‌های فناوری بلاک‌چین، ایجاد حریم شخصی دیجیتال برای کاربران است.

تحول در فرآیند احراز هویت و شفافیت دیجیتال

در گذشته مردم تقریباً همه محصولات موردنیازشان را از فروشگاه‌های آنلاین تهیه می‌کردند. فرآیند ترغیب مشتریان به خرید در فروشگاه‌های آنلاین براساس تولید تبلیغات تأثیرگذار صورت می‌گرفت. فناوری بلاک‌چین در این زمینه نیز به سود مشتریان عمل می‌کند. به این ترتیب امکان دسترسی شرکت‌ها به اطلاعات خرید آنلاین مشتریان محدود خواهد شد. این امر احراز هویت سایت‌های علاقه‌مند به استفاده از اطلاعات خرید کاربران را ضروری می‌سازد. اغلب مشتریان آنلاین مشکلی با دسترسی سایت‌های فروش آنلاین به اطلاعات خریدشان ندارند. چالش اصلی سوءاستفاده‌های آنلاین و تلاش برای دسترسی به اطلاعاتی بسیار بیشتر نظیر محل سکونت، شماره تماس و شماره حساب‌های مشتریان است. در این زمینه فناوری بلاک‌چین احراز هویت شرکت‌ها و فرآیند شفافیت دیجیتال را ضروری می‌سازد. به این ترتیب دیگر امکان سوءاستفاده از اطلاعات کاربران برای برندهای بزرگ وجود نخواهد داشت. این امر با توجه به رسوایی اخیر فیس‌بوک ابعاد گسترده‌تری به خود گرفته است. امروزه کاربران نسبت به اطلاعات‌شان حساسیت زیادی نشان می‌دهند. این امر به دلیل توسعه دنیای آنلاین و بارگذاری اطلاعات بسیار مهم کاربران در آن است، بنابراین اگر ما به دنبال ایجاد ثبات و پایداری در کسب و کار برندمان هستیم، باید به شفافیت در فعالیت آنلاین احترام بگذاریم.

بدون تردید تأثیر اصلی بلاک‌چین بر روی حوزه کسب و کار و بازاریابی هنوز نهایی نشده است، با این حال اکنون نیز امکان مشاهده تأثیر انکارناپذیر این فناوری بر روی سرنوشت برندها وجود دارد. سرعت عمل برندها در زمینه بهبود وضعیت بازاریابی‌شان و هماهنگی هرچه بیشتر با فناوری موردنظر امکان پیشی گرفتن از رقیبا را فراهم می‌سازد. به هر حال آینده دنیای کسب و کار و بازاریابی با بلاک چین معنا می‌شود. در این مسیر هر برندی که سریع‌تر با این فناوری هماهنگ شود، فرصت بهتری برای کسب موفقیت خواهد داشت.

گزارش اندیشکده آمریکایی از جنبش مقاومت بیت کوینی علیه دلار

بلاک‌چین علیه تحریم



با هشت کشور دیگر برای استفاده از ارزهای دیجیتال است تا بتواند تحریم‌های آمریکا را بی‌اثر کند. «بنیاد دفاع از دموکراسی‌ها» در دنباله گزارشش ابزار نگرانی کرده که بانک مرکزی ایران با انگیزه بالایی به دنبال توسعه یک سیستم پرداخت بین‌المللی بانک به بانک، احتمالاً بر پایه بلاک‌چین است تا بتواند سیستم سوئیفت را دور بزند. سال گذشته، سوئیفت به خاطر تحریم‌های آمریکا تعدادی از بانک‌های ایرانی را مورد تحریم قرار داد. طبق گزارش FDD، روسیه متحد سرسخت ایران در این مقاومت بلاک‌چینی خواهد بود.

هراس آمریکا از بلندپروازی بلاک‌چینی چین

وضعیت چین با سه کشور دیگر عضو گروه متفاوت است. به دو دلیل، اول اینکه چین کمتر از بقیه مورد تحریم‌های آمریکا قرار گرفته و دوم اینکه سران پکن اصولاً کمتر درباره بلندپروازی‌های بلاک‌چینی‌شان حرف می‌زنند. با این حال «بنیاد دفاع از دموکراسی‌ها» در گزارشش بیشتر از همه از چین هراس دارد: «تضعیف نفوذ آمریکا در سیستم مالی جهانی، اولویت ملی چین است. در میان رقبای آمریکا، این چین است که باقوه قدرت رقابت با سیستم مالی دلاری را به کمک ایجاد سیستم مبتنی بر بلاک‌چین دارد.» از دید آنها اگر چین پویان دیجیتال را منتشر کند می‌تواند آن را به کمک شرکت‌های چینی بین‌المللی و شرکای فراوانش در پروژه جاده ابریشم جدید به سرعت تقویت کند. این پروژه یک استراتژی بین‌المللی برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های تجاری در کشورهای مختلف جهان است که حدود ۶۰درصد جمعیت زمین را تحت پوشش خود می‌گیرد.

طبق گزارش‌ها، بانک خلق چین (PBOC) دست‌کم از سال ۲۰۱۴ روی ارزهای دیجیتال تحقیق می‌کرده و در سال ۲۰۱۶، رئیسش اعلام کرد که هم‌رزستی ارزهای دیجیتال در کنار پول‌های فیزیکی امری اجتناب‌ناپذیر است. در سال ۲۰۱۷ دولت چین با اعلام خبر تأسیس «سازمان تحقیق روی ارزهای دیجیتال» توضیح داد که توسعه بلاک‌چین را جزئی از برنامه پنج‌ساله اقتصادی‌اش خواهد کرد. دولت و بانک مرکزی چین در حال حاضر درگیر چندین پروژه مربوط به بلاک‌چین هستند. اخیراً وانگ شین، مدیر بخش پژوهش بانک خلق چین نگرانی خود را از انتظار واحد پولی دیجیتال فیس‌بوک (لیبرا) در سال ۲۰۲۰ اعلام کرده و به این احتمال دامن زده که چینی‌ها می‌توانند در واکنش به فیس‌بوک واحد پولی دیجیتال خودشان را راه بیندازند.

از پیش‌بینی آینده دلار تا آینده آمریکا

در این میان، سوال این است که آینده دلار آمریکا چگونه خواهد بود؟ اگر یک واحد پولی قدرتمند دیجیتال بتواند دلار را به چالش بکشد چه اتفاقی می‌افتد؟ آیا امکان دارد که این واحد پولی دیجیتال، دلار را به زیر بکشد و تبدیل به ارز ذخیره دنیا شود؟ برای پاسخ به این سوال‌ها باید توجه داشت که بلاک‌چین تکنولوژی جدیدی است و هنوز زود است که بتوان درباره تبعات این واقعه دست به گمانه‌زنی زد. البته «بنیاد دفاع از دموکراسی‌ها» متوجه بزرگی این تهدید شده و از وزارت خزانه‌داری آمریکا خواسته «سناریوهای تهدید» را بررسی کند و ببیند چه می‌شود اگر یک کشور دیگر بتواند با موفقیت سیستم مالی جایگزینی را برقرار کند که به کاهش نفوذ آمریکا منجر شود. از دید این اندیشکده آمریکایی، دولت آمریکا برای آمادگی در برابر چنین تهدیدی نیاز به متخصصان بیشتر در حوزه بلاک‌چین دارد: «دولتی‌هایی که می‌دانند پول بطور کار می‌کند حالا نیاز دارد که بفهمند که ساز و کار بلاک‌چین و اکوسیستم آن چیست. آنها باید بفهمند که در سناریوهای مختلف تقویت سیستم مالی جایگزین، اقتصاد آمریکا دچار چه شرایطی خواهد شد.»

شده است این یعنی دولت‌های خارجی دلار را ذخیره و از آن در تجارت بین‌الملل استفاده می‌کنند. این یعنی بخش عمده تجارت جهانی باید از طریق بانک‌های آمریکایی انجام شود و دولت آمریکا هم به طور فزاینده‌ای از این اهرم در مقابله با رقبایش بهره می‌گیرد. اصولاً تحریم به معنای تلاش برای قطع دسترسی رقبای آمریکا به دلار است.

«بنیاد دفاع از دموکراسی‌ها» در ادامه گزارشش نوشته است: «تاکتوَن راه خوبی برای انجام مبادلات جدی بین‌المللی بدون عبور از کانال سیستم مالی آمریکایی وجود نداشت، اما حالا به کمک تکنولوژی بلاک‌چین، کانال‌های جدیدی ساخته شده‌اند.» احتمالاً در کوتاه‌مدت، شاهد عملیات‌هایی در مقیاس کوچک برای دور زدن تحریم‌ها خواهیم بود که از ارزهای دیجیتال کنونی و صرافی‌های مخصوص این ارزها استفاده می‌کنند؛ چیزی شبیه کاری که ونزوئلا انجام می‌دهد. در واقع، کره شمالی هم همین راه را می‌رود. در ماه مارس، تیمی از متخصصان به سازمان ملل گزارش دادند که بین سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ هک‌های دولتی کره شمالی بیش از نیم میلیارد دلار ارز دیجیتال را از پلتفرم‌های تجارت آنلاین به سرقت برده‌اند.

«بنیاد دفاع از دموکراسی‌ها» اما مدعی است که روسیه، ایران، چین و ونزوئلا به سه عنوان «چهار بلاک‌چینی سرکش» در حال توسعه راه‌هایی هستند که از پتانسیل‌های بلندمدت بلاک‌چین برای انجام معامله بدون نیاز به دلار آمریکا استفاده می‌کند. امروز زیرساخت‌های ارزهای دیجیتال بسیار ضعیف‌تر و ناکارآمدتر از آن است که بتواند رقیبی جدی برای سیستم مالی آمریکایی کنونی باشد، اما اگر این کشورها بتوانند راه‌ایی را برای غلبه بر مشکلات تکنیکی پیدا کنند، بازی عوض خواهد شد. اما روسیه، ایران و چین بطور از بلاک‌چین علیه تحریم‌ها استفاده خواهند کرد؟

مقاومت بلاک‌چینی در سرزمین تزارها

روسیه توسعه تکنولوژی بلاک‌چین را به عنوان هدف بلندمدت اقتصادی و امنیت ملی در اولویت قرار داده تا بتواند هم از تأثیر تحریم‌های آمریکا کم کند و هم ذخایر ارزهای خارجی‌اش را تنوع ببخشد. طبق گزارش نیویورک تایمز در سال ۲۰۱۷، یک مقام امنیتی روس به حاضران در یک کنفرانس بین‌المللی بلاک‌چین گفته که «اینترنت متعلق به آمریکایی‌ها بود. بلاک‌چین به روس‌ها تعلق خواهد داشت.» ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهور روسیه هم گفته روسیه باید روش‌های استفاده از تکنولوژی بلاک‌چین را بررسی کند تا «از محدودیت‌های فراوان در تجارت مالی بین‌المللی عبور کند.»

در حال حاضر تعدادی از بانک‌های دولتی روسیه و حتی سازمان بورس این کشور آزمایش طرح‌ها و اب‌هایی مرتبط با بلاک‌چین را آغاز کرده‌اند. مقامات بانک مرکزی روسیه هم درباره احتمال استفاده از شبکه بلاک‌چین و شاید استفاده از ارزی دیجیتال برای انجام معاملات بین اعضای اتحادیه اقتصادی اوراسیا صحبت کرده‌اند. (این اتحادیه کشورهای مختلفی در آسیای شمالی و اروپای شرقی را کنار هم جمع کرده است). سال گذشته چندین بانک توسعه روسی در بیانیه‌ای مشترک با بانک‌های مشابه برزیلی، هندی، چینی و آفریقای جنوبی اعلام کردند که راه‌های استفاده از تکنولوژی امن و غیرمتمرکز اطلاعاتی بلاک‌چین را بررسی خواهند کرد.

تلاش بانک مرکزی ایران برای دور زدن تحریم

طبق گزارش «نیویورک تایمز» بانک مرکزی ایران با جدیت در حال بررسی راه‌هایی است که با به وجود آوردن یک ارز رمزنگاری‌شده دولتی بتواند تحریم‌ها را دور بزند. در ماه ژانویه سازمان توسعه تجارت ایران گفت که تهران در حال مذاکره

چگونه با کمک بلاک‌چین، دموکراسی اقتصادی به وجود می‌آید؟

تحول دموکراسی با فناوری بلاک‌چین

عمومی هستند، هر کاربری می‌تواند داده‌های تراکنشی را مشاهده کند. در حقیقت، بلاک‌چین (Blockchain) همان پلتفرمی است که بیت‌کوین (Bitcoin) را پدید آورده و بیت‌کوین روی فناوری بلاک‌چین سوار شده است. بلاک‌چین یک بستر توزیع تراکنش است که در آن هر تراکنش به دیگر تراکنش‌های اطراف آن از طریق رمزگذاری متصل است. برای هک کردن آن نیز شما باید تمام تراکنش‌های وابسته به آن و تمام تراکنش‌های رونوشت‌شده را هک کنید که امری غیرممکن است. به عبارت بهتر، هر جا برای ایجاد اعتماد بین افراد به شخص سومی نیاز باشد که بتواند با تجمیم انتصاری اختیار، قدرت و اطلاعات، مشکل اعتماد افراد به یکدیگر را حل کند، بلاک‌چین راه‌حلی برای آن است. مثال متداول این موضوع، نقل و انتقالات مالی است. در سیستم سنتی، بانک‌ها به عنوان شخص سوم مورد اعتماد، نقش واسطه تبادلات مالی را بازی می‌کنند؛ نقشی که می‌توان آن را به بلاک‌چین واگذار کرد. مثال دیگر، سیستم رأی‌گیری است؛ مکانیزم سنتی یک انتخابات براساس اعتماد به یک سیستم رأی‌گیری متمرکز است. در اینجا هم می‌توان این سیستم را بر پایه بلاک‌چین

طراحی و بدون نیاز به یک سیستم متمرکز، اطمینانی حتی فراتر را برای رأی‌دهندگان تضمین کرد، اما اساس این تکنولوژی چیست و چگونه کارمی‌کند؟

پایه تکنولوژی بلاک‌چین بر «توزیع» پایه‌گذاری شده است. بلاک‌چین چیزی نیست جز توزیع دموکراتیک اطلاعات، اختیار و قدرت بین ذی‌نفعان یک شبکه. از جهت عملیاتی، یعنی پردازش اطلاعات به منظور صحت‌سنجی و سپس ذخیره اطلاعات در شبکه به صورت غیرمتمرکز انجام می‌شود. برای نمونه، تصور کنید به جای اینکه تراکنش‌های افراد به صورت متمرکز در مرکز شتاب ارزیابی و ذخیره شود، این کار در شبکه گسترده‌ای از سرورها انجام پذیرد، یعنی به جای یک مرکز شتاب، صدها و هزاران مرکز شتاب براساس یک پروتکل مشخص نسبت به بررسی، صحت‌سنجی، ذخیره و به‌روزرسانی پایگاه داده‌های خود اقدام کنند. در یک کلام، هدف غایی فناوری بلاک‌چین، ایجاد دموکراسی اقتصادی است و پس از دستیابی به دموکراسی دانشی، دموکراسی در توزیع منابع، دموکراسی در توزیع اطلاعات، اکنون فناوری بلاک‌چین به دنبال آن است تا دموکراسی اقتصادی را پیاده کند.

یادداشت

برنده افزایش قیمت زمین

چه کسانی هستند؟

حامد قدوسی
کارشناس اقتصادی

طبقات متوسط و ثروتمند که صاحب منزل یا زمین شهری بزرگ‌تر در مناطق شهری ایران بودند، در ۲۵ سال گذشته برنده اصلی افزایش قیمت زمین در کشور بوده‌اند. داده‌های آمریکا را که نگاه می‌کنیم، رابطه بین «درآمد»، «اندازه خانوار»، و «قیمت منزل خانوار» را نشان می‌دهد. وقتی دقت می‌کنیم الگوی قابل توجهی ظهور می‌کند:

✱ برای خانواده‌های با درآمد بالا، هر قدر تعداد اعضای خانواده بیشتر می‌شود، قیمت مسکن بالاتر می‌رود که یعنی خانوار خانه بزرگ‌تری تهیه کرده است. علت معکوس از این زاویه که خانواده‌های با جمعیت بیشتر در مناطق گران‌تر ساکن هستند در اینجا مطرح نیست و اتفاقا به نفع این فرض عمل می‌کند، خانواده‌های با جمعیت بیشتر محتمل‌تر است که در شهرهای ارزان‌تر ساکن باشند.

✱ اما برای خانواده‌های با درآمد پایین، رابطه تعداد اعضا و قیمت منزل شکل Lمعکوس دارد. وقتی تعداد اعضا از یک به دو یا سه می‌رسد، قیمت مسکن بالاتر می‌رود که خب طبیعی است چون احتمالا نشان‌دهنده ازدواج و بچه‌دار شدن است. ولی وقتی تعداد اعضا از سه بیشتر می‌شود، قیمت مسکن شروع به «پایین» رفتن می‌کند. یعنی خانواده‌های پرجمعیت با درآمد کم در خانه‌های ارزان‌تری ساکن هستند.

چون درآمد را کنترل کردیم، فرض اصلی می‌تواند این باشد که در سطوح پایین درآمد، خانوار مجبور است سهم بزرگ‌تری از درآمد خود را صرف تامین نیازهای پایه اعضا (مثل تغذیه و بهداشت و آموزش) کند و در نتیجه مبلغ کمتری برای خرید مسکن باقی می‌ماند. چون هزینه‌های پایه از یک جایی به بعد نسبتاً به سقف می‌رسند، در درآمد بالا این اثر قوی نیست ولی برای درآمدهای پایین می‌تواند جدی باشد.

در بیشتر کشورهای دنیا، مسکن به خصوص در شهرهای بزرگ، نرخ رشد بلندمدت قابل قبولی داشته است. ضمن اینکه در کشورهایی که وام مسکن سهم قابل توجهی از هزینه مسکن را تامین می‌کند، خانوارها به اصطلاح خرید اهرمی (Leverage) روی مسکن دارند و ممکن است از هر ۱۰ واحد ارزش مسکن، فقط یک واحد را از پس‌انداز پرداخت کرده باشند. به خاطر خرید اهرمی، وقتی قیمت مسکن در منطقه رشد می‌کند، سودی که نصیب صاحب‌خانه‌ها می‌شود ممکن است خیلی بزرگ‌تر از سرمایه‌گذاری اولیه باشد (چون همه افزایش قیمت به جیب صاحب منزل می‌رود و چیزی نصیب بانک صادرکننده وام مسکن نمی‌شود)

ترکیب این دو مکانیسم (سرمایه‌گذاری نسبی بزرگ‌تر روی مسکن توسط خانواده‌های ثروتمندتر + رشد قیمت مسکن) بخشی از نابرابری درآمد و گسترش آن را توضیح می‌دهد که فکر می‌کنم در ایران هم کمابیش صادق است. طبقا متوسط و ثروتمند که صاحب منزل یا زمین شهری بزرگ‌تر در مناطق شهری ایران بودند، در ۲۵ سال گذشته برنده اصلی افزایش قیمت زمین در کشور بوده‌اند، تا جایی که حتی جابه‌جایی طبقاتی اقتصادی مهمی برای بعضی از خانوارها رخ داده است. این نوع منسلاکات بعضی‌ها را به این جمع‌بندی می‌رساند که منافع ناشی از رشد قیمت زمین شهری را تحت مقررات در بیابورند، مثلا مالیات سسگینی روی آن وضع کنند. بعضی دیگر هم البته استدلال می‌کنند که سرمایه‌گذاری روی زمین و مسکن، مثل هر سرمایه‌گذاری ریسک دیگری است و نباید در آن مداخله کرد. به هر حال، موضوعی است که همچنان باز و داغ است.

جزئیات وام ۲۰۰ میلیونی بانک مسکن اعلام شد

بانک مسکن با تصویب یک طرح، امکان جدید برای سپرده‌گذاری کوتاه‌مدت عادی به همراه دریافت تسهیلات حداکثر ۲۰۰ میلیون تومانی را فراهم کرد. به منظور تجهیز بهینه منابع و تخصیص هدفمند اعتبارات، طرحی تحت عنوان طرح «۱و۲» در بانک مسکن تصویب شد که براساس آن، همزمان با سپرده‌گذاری با حداقل سپرده مشخص، در ازای درصدی از مبلغ سپرده، تسهیلات میان‌مدت (حداکثر پنج ساله) به فرد سپرده‌گذار پرداخت می‌شود.

براساس جزئیات طرح «۱و۲»، حداقل مبلغ لازم برای سپرده‌گذاری در این طرح ۱۰ میلیون تومان تعیین شده است و سقف تسهیلاتی که یک فرد با تشکیل حساب در قالب طرح «۱و۲» می‌تواند همزمان با سپرده‌گذاری، از بانک مسکن دریافت کند نیز معادل ۸۵درصد میزان سپرده و تا حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان است؛ به این معنا که اگر مبلغ سپرده هر چقدر از ۲۳۵ میلیون تومان بیشتر باشد، آن فرد بیش از ۲۰۰ میلیون تومان نمی‌تواند دریافت کند.

به گزارش ایسنا، محمدحسن مرادی، مدیر امور طرح و برنامه بانک مسکن ضمن تشریح ابعاد مختلف شرایط سپرده‌گذاری و تسهیلاتی طرح «۱و۲»، اعلام کرد: در این طرح، نرخ سود سپرده‌گذاری به شکل نرخ سود علی‌الحساب سالانه معادل ۴درصد است که همانند سایر سپرده‌های کوتاه‌مدت عادی محاسبه و به حساب مشتریان پرداخت می‌شود. همچنین نرخ سود تسهیلات نیز رقمی برابر با یک درصد سالانه است.

مرادی با بیان اینکه در طرح «۱و۲»، یک سپرده‌گذار می‌تواند نرخ سود سپرده‌گذاری و تسهیلات مربوطه را همزمان دریافت کند، افزود: تسهیلاتی که در چارچوب طرح «۱و۲» به مشتریان پرداخت می‌شود، تسهیلات مرابحه است؛ به این معنا که یک کالا یا خدمات با قیمت مشخص فروخته می‌شود و اقساط آن از خریدار دریافت خواهد شد.

مرادی تصریح کرد: تسهیلات مرابحه برای خرید کالا همچون مسکن، خودرو و … و همچنین خرید خدمات همچون سفرهای زیارتی و سیاحتی، شهریه مدرسه یا دانشگاه و مواردی از این دست پرداخت می‌شود که تسهیلات‌گیرنده لازم است در هر ماه نسبت به پرداخت اقساط معین تسهیلات اقدام کند.

طبق اعلام بانک مسکن، حداکثر مدت بازپرداخت تسهیلات طرح «۱و۲»، ۶۰ ماهه تعیین شده است و تسهیلات‌گیرنده در عین حال می‌تواند در قرارداد خود، مدت‌زمان کمتری را برای بازپرداخت کامل تسهیلات، اعلام کند. در طرح «۱و۲» بانک مسکن، سپرده فرد سپرده‌گذار به عنوان وثیقه تسهیلات توسط بانک پذیرفته می‌شود و در مدت بازپرداخت تسهیلات، نسبتی از سپرده به تسهیلات، به عنوان سپرده مسدودی نزد بانک به عنوان وثیقه قرار می‌گیرد. این نسبت به شکل ۱۰۰ به ۸۵ است؛ به این معنا که اگر فرد سپرده‌گذار در ازای ۱۵۰ میلیون تومان سپرده‌گذاری ۸۵ میلیون تومان تسهیلات مرابحه در قالب این طرح از بانک مسکن دریافت کرده است، ۱۰۰ میلیون از کل ۱۵۰ میلیون تومان سپرده آن فرد، به عنوان وثیقه تسهیلات تا انتهای مراحل بازپرداخت کامل تسهیلات نزد بانک مسدود خواهد ماند. تسهیلات طرح «۱و۲» هم به سپرده‌گذار و هم به بستگان درجه یک و همچون پدر، مادر، همسر و فرزند قابل پرداخت است.

درآمدهای مالیاتی دولت در بهار امسال ۲۸درصد رشد کرد

دستورات جدید مالیاتی رئیس‌جمهور



رشد ۲۸درصدی درآمدهای مالیاتی در بهار امسال

دستورات جدید مالیاتی رئیس‌جمهور درحالی است که بررسی‌ها نشان می‌دهد کارنامه دولت در زمینه رشد درآمدهای مالیاتی مثبت بوده و درآمد مالیاتی دولت در بهار امسال ۲۸درصد رشد کرده است. همچنین میزان مالیات‌های مستقیم در بهار امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۴۳درصدی را ثبت کرده که این رقم در بهار سال قبل منفی ۵درصد ثبت شده بود. افزایش سهم مالیات می‌تواند ریشه در دو نکته داشته باشد، نخست اینکه وضعیت شرکت‌ها و فعالان اقتصادی در بهار امسال بهتر شده و دولت توانسته از این طریق درآمدهای مالیاتی کسب کند. نکته دوم نیز می‌تواند شناسایی و کاهش یخشی از فرارهای مالیاتی در اقتصاد ایران باشد. این آمارها برگرفته از گزارش فصلی اقتصاد ایران است که از سوی مرکز آمار ایران منتشر شده است.
انتظور که مرکز آمار گفته، این گزارش برآمده از آخرین اطلاعات اقتصادی کشور است که به منظور رفع نیازهای آماری تصمیم‌گیران، برنامه‌ریزان و پژوهشگران تهیه و انتشار آن از سال ۱۳۹۶ آغاز شده است. این آمار توسط مرکز آمار ایران و دستگاه‌های اجرایی در ۱۱ بخش تنظیم شده است. در این گزارش، ابتدا تصویری از اقتصاد ایران به همراه بررسی روند متغیرهای آن ارائه شده است. البته بسیاری از آمارهای ارائه شده در این گزارش پیش از این نیز منتشر شده و در اختیار مخاطبان قرار گرفته، اما در این گزارش آمارها به‌صورت تجمیعی آورده شده تا یک تصویر اقتصادی از بهار سال ۹۸ ارائه کند.

یکی از آمارهای مورد بررسی در این گزارش، درخصوص عملکرد درآمدهای مالیاتی دولت است که مآخذ آن سازمان امور مالیاتی است. عمدتا آمارهای مالیات در سال‌های گذشته از سوی سازمان برنامه و بودجه منتشر می‌شد، اما به نظر می‌رسد این آمارها از مالیات بهار سال جاری مقدماتی بوده و در اختیار

۶۱درصد بترین توسط خودروهای سواری مصرف می‌شود

حمل و نقل چقدر بنزین می‌خورد؟

افزایش قیمت حامل‌ها از جمله بنزین، مدنظر تصمیم‌گیران قرار گیرد. قاچاق سوخت یکی از چالش‌های کشور بوده و علت آن اختلاف قیمت با کشورهای همسایه است به‌طوری‌که قیمت بنزین در ترکیه حدود ۱۴ برابر ایران، در عراق ۷ برابر، در امارات متحده عربی ۶٫۵ برابر، در قطر ۵٫۴ برابر، در پاکستان ۸ برابر، در افغانستان ۷٫۲ برابر، در ترکمنستان و آذربایجان هم حدود ۵ برابر ایران است. طبق آمار موجود، حدود ۶۱درصد بنزین توسط خودروهای سواری، ۲۱درصد توسط وانت‌ها، ۸درصد توسط تاکسی‌ها، ۴درصد توسط موتورسیکلت‌ها و ۴درصد توسط کامیون و کامیونت‌ها مصرف می‌شود. حدود ۶۰درصد گازوئیل مصرفی کشور در بخش حمل‌ونقل استفاده می‌شود (۷۵درصد جاده‌ای، ۱۰٫۸درصد دریایی و ۱٫۲درصد ریلی). میانگین سنی ناوگان دریایی بالاست که خود یکی از عوامل افزایش مصرف سوخت است. در حال حاضر میانگین سنی کامیون‌ها، اتوبوس‌ها و مینی‌بوس‌های برون‌شهری به ترتیب شاخص، رتبه ایران با ۱۰ درجه کاهش به ۹۹ رسیده است.

خونسازی افزود: در سال ۹۰ رتبه ایران ۶۲ بوده اما اکنون ۳۷ کشور از جا ملوتر آمده‌اند ضمن اینکه ضعیف‌ترین رتبه‌ها در حوزه کارایی بازار کار، وضعیت اقتصاد کلان، بازار محصولات و پویایی نهاده‌ها بوده است که رتبه ما در این شاخص‌ها ۱۳۰ تا ۱۴۰ به ثبت رسیده است. وی با بیان اینکه در صورت تداوم محدودیت‌های می‌دهد تورم برای سال ۹۸ معادل ۲۸درصد، سال ۹۹ معادل ۲۹درصد و سال ۱۴۰۰ معادل ۲۲٫۷درصد خواهد بود.
وی با بیان اینکه طبق قانون برنامه ششم قرار بر این بود که وزارت امور اقتصادی و دارایی در پایان شهریورماه گزارشی از شاخص رقابت‌پذیری در اقتصاد ایران را ارائه دهد اما هنوز این کار صورت نگرفته است، گفت: هنوز ما مطلع نیستیم که آیا این گزارش آماده شده یا خیر، اما هفته گذشته مجمع جهانی اقتصاد، گزارش رقابت‌پذیری را برای سال ۲۰۱۹ اعلام کرده که براساس آن از ۱۱۲ مضمون و ۱۰۳ شاخص، رتبه ایران با ۱۰ درجه کاهش به ۹۹ رسیده است.

خونسازی افزود: در سال ۹۰ رتبه ایران ۶۲ بوده اما اکنون ۳۷ کشور از جا ملوتر آمده‌اند ضمن اینکه ضعیف‌ترین رتبه‌ها در حوزه کارایی بازار کار، وضعیت اقتصاد کلان، بازار محصولات و پویایی نهاده‌ها بوده است که رتبه ما در این شاخص‌ها ۱۳۰ تا ۱۴۰ به ثبت رسیده است. وی با بیان اینکه در صورت تداوم محدودیت‌های

فرصت امروز: رئیس‌جمهور بر ضرورت الکترونیکی‌کردن نظام مالیاتی کشور به منظور جلوگیری از فرار مالیاتی تاکید کرد و همزمان مراقبت از بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای کوچک را ضروری خواند.

حسن روحانی روز گذشته در جلسه بررسی اجرای سیاست‌های مالیاتی، با تاکید بر اینکه اخذ مالیات باید همراه با شفافیت باشد، گفت: مردم در یک فرآیند شفاف‌سازی، باید بدانند که سهم مالیات در بودجه، برای خدمات و توسعه کشور هزینه می‌شود و فرهنگ‌سازی و تعامل بیشتر با مردم، روند پرداخت مالیات را تسهیل می‌کند.

او مراقبت از بنگاه‌ها و کسب و کارهای کوچک را ضروری خواند و افزود: باید به گونه‌ای عمل شود که این مجموعه‌ها تحت فشار مالیاتی قرار نگیرند و همزمان لازم است به گونه‌ای برنامه‌ریزی شود که بنگاه‌های بزرگ فرار مالیاتی نداشته باشند. روحانی در این جلسه که با حضور فرهاد دژبسن، وزیر اقتصاد و امیدعلی پارسا، رئیس سازمان امور مالیاتی برگزار شد، گفت: این مهم نیز تنها از طریق الکترونیکی کردن نظام مالیاتی کشور محقق خواهد شد.

رئیس‌جمهور با بیان اینکه «رضایت مردم زمانی بیشتر حاصل می‌شود که هر کس بدون تبعیض و براساس کسب سهم درآمدها، مالیات پرداخت کنند» تاکید کرد: هدف‌گذاری سازمان مالیاتی باید اجرای کامل قانون و کاستن از دخالت‌های مامورین و محاسبه مالیاتی از طریق الکترونیکی و با روش‌های هوشمند، باشد. به گفته روحانی، مبارزه با فساد باید در درون سازمان مالیاتی با جدیت پیگیری شده و تلاش شود با هوشمندسازی، ارتباط مراجعات حضوری قطع شود. همچنین تمامی دستگاه‌ها به منظور هوشمندسازی و عدالت مالیاتی باید با سازمان امور مالیاتی کشور همکاری نزدیک داشته باشند.

بخش حمل‌ونقل بعد از بخش خانگی، عمومی و تجاری، در رتبه دوم مصرف انرژی قرار دارد و حدود یک‌چهارم یعنی ۴درصد مصرف کل انرژی را در ایران به خود اختصاص می‌دهد. با افزایش جمعیت و رشد تعداد خودروها مصرف بنزین همواره سیر صعودی داشته، اما در دو مقطع زمانی، مصرف بنزین سیر نزولی داشته است؛ یکی در سال ۱۳۸۶ با اجرای طرح کارت هوشمند سوخت و سهمیه‌بندی و دیگری در سال ۱۳۸۸ با اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها، علت اصلی کاهش مصرف بنزین بوده است. در همین زمینه، نهاد پژوهشی مجلس در جدیدترین گزارش خود به موضوع یارانه انرژی در ایران و مصرف حامل‌های انرژی در بخش حمل و نقل پرداخته و از مصرف ۶۱درصدی بنزین توسط خودروهای سواری خبر داده است. به گفته مرکز پژوهش‌ها، بعد از کشور ونزوئلا، ایران پایین‌ترین قیمت عرضه بنزین را در دنیا دارد، اما با در نظر گرفتن سهم هزینه بنزین از متوسط درآمد، برای یک ایرانی بنزین گران‌تر از برخی کشورهاست و این موضوع مهم باید در بحث آزادسازی و یا

پیدا و ناپیدای یارانه پنهان در ایران

هر ایرانی سالی ۱۶ میلیون تومان یارانه پنهان می‌گیرد

ناشی از صادرات نفت کماکان رکود تورمی استمرار خواهد داشت، اضافه کرد: محدودشدن توان بانک‌ها در تشکیل فعالیت‌های اقتصادی قطعا بیکاری را افزایش

داده و نرخ فقر نیز بالاتر خواهد رفت ضمن اینکه دولت امسال با کسری بودجه بالایی بر خوردار بوده و برای تامین کسری‌ها باید یا از افزایش درآمدهای مالیاتی بهره گیرد یا توزیع اوراق مشارکت و قرضه را ادامه دهد.

وی گفت: افزایش درآمدهای مالیاتی راهکار خوبی است اما عمدتا فشار بر روی بنگاه‌ها و شرکت‌های شناسنامه وارد خواهد آمد همانطور که در نیمه اول امسال نیز چنین شرایطی حاکم شده است.

رئیس اتاق بازرگانی ایران خاطر‌نشان کرد: هم‌اکنون فصل تدوین بودجه بوده و انتظار ما از دولت آن است که دست در جیب بانک مرکزی نکند بلکه از طریق کاهش هزینه دولت، اصلاح یارانه‌ها و اصلاح بودجه شرکت‌های دولتی این منابع را تامین کند.

بانک نامه



بازار ارز در انتظار گشایش

سکه ارزان تر شد

قیمت دلار در بازار ارز دیروز بدون تغییر نسبت به روز گذشته همچنان ۱۱ هزار و ۲۵۰ تومان ماند. بر این اساس، هر دلار آمریکا در بازار به قیمت ۱۱ هزار ۲۴۰ تومان فروخته می‌شود که قیمتی پایین‌تر از صرافی‌های بانکی است. هر دلار از سوی صرافی‌های بانکی به قیمت ۱۱ هزار و ۲۵۰ تومان خریداری می‌شود.

بسیاری از صرافان معتقدند بازار ارز با گشایشی آشکار در روزهای اخیر مواجه شده است. تغییر رویکرد کشور امارات در قبال ایران یکی از مهمترین دلایل اتفاقات اخیر در بازار ارز است چراکه امارات از یک سو شرایط را برای از سرگیری فعالیت صرافی‌ها برای معامله با ایران تسهیل کرد و از سوی دیگر نسبت به آزادسازی بخشی از منابع بلوکه شده ایران اقدام کرد. همچنین هر پیورو در صرافی‌های بانکی ۱۲ هزار و ۶۰۰ تومان قیمت خورد که تغییری را نسبت به دو روز قبل نشان نمی‌دهد. قیمت خرید پیورو در صرافی‌های بانکی نیز ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان است. قیمت سکه و طلا نیز در بازار کاهش یافت، به طوری که قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران ۱۳ هزار تومان کاهش یافت و با قیمت ۳ میلیون و ۹۴۸ هزار تومان به فروش رفت. نیم‌سکه نیز ۸ هزار تومان و ربع‌سکه ۸ هزار تومان کاهش قیمت داشت. به این ترتیب نیم‌سکه با قیمت ۲ میلیون و ۱۸ هزار تومان، ربع‌سکه یک میلیون و ۲۱۹ هزار تومان و سکه گرمی ۸۳۹ هزار تومان فروخته شد. گزارش‌ها نشان می‌دهد در حال حاضر حباب سکه در بازار ۲۶ هزار تومان است. در همین حال، هر گرم طلای ۱۸عیار با یک هزار و ۶۰۰ تومان کاهش قیمت روبه‌رو شد و ۴۰۱ هزار و ۵۰۰ تومان قیمت پیدا کرد. هر مثقال طلا نیز یک میلیون و ۷۳۷ هزار تومان بود.

خوراکی‌ها ۵۶درصد تورم داشتند

تورم ۳۷درصدی در بهار امسال

طبق اعلام مرکز آمار، در فصل بهار امسال نرخ تورم ۳۷٫۶درصد و تورم خوراکی‌ها ۵۶٫۴درصد بوده است که در میان خوراکی‌ها سیب‌زمینی با ۹۰٫۶درصد بیشترین افزایش قیمت و تخم‌مرغ با منفی ۱۸٫۲درصد بیشترین کاهش قیمت را داشته‌اند.

به گزارش ایسنا، براساس اطلاعات منتشرشده در گزارش فصلی اقتصاد ایران توسط مرکز آمار در فصل بهار ۱۳۹۸ شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی کل کشور (به مبنای سال ۱۳۹۵) رقم ۱۷۳۰٫۱ را نشان می‌دهد؛ به طوری که درصد تغییرات ۱۴ ماه منتهی به خرداد ۱۳۹۸ نسبت به ۱۲ ماه قبل برای این شاخص ۳۷٫۶درصد بوده است. همچنین در این فصل نرخ تورم برای خانوارهای شهری ۳۶٫۹درصد و برای خانوارهای روستایی ۴۱درصد بوده است. نرخ تورم گروه‌های «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» و «کالاهای غیر خوراکی و خدمات» به ترتیب ۵۶٫۴ و ۳۰٫۱درصد بوده است.

در فصل بهار امسال درصد تغییرات شاخص کل قیمت کالاها و خدمات مصرفی مربوط به دهک دوم به میزان ۴۰٫۲درصد بوده است. همچنین شاخص نرخ تورم گروه «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» برای این دهک ۵۶درصد و نرخ تورم «کالاهای غیر خوراکی و خدمات» ۳۶٫۳درصد ثبت شده است.

کمترین میزان تغییرات شاخص کل قیمت کالاها و خدمات مصرفی هم مربوط به دهک اول با ۳۷٫۱درصد بوده و همچنین شاخص نرخ تورم گروه «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» برای این دهک ۵۲٫۲درصد و نرخ تورم «کالاهای غیر خوراکی و خدمات» ۲۵٫۲درصد برآورد شده است. شاخص کل قیمت تولیدکننده (برمبنای سال ۱۳۹۰) رقم ۴۷۱٫۴ را نشان می‌دهد؛ به طوری که درصد تغییرات ۱۲ ماه منتهی به خرداد ۱۳۹۸ نسبت به ۱۲ ماه مشابه قبل برای این شاخص ۵۸٫۶درصد بوده است. در این فصل گروه اصلی صنعت با ۷۷٫۲درصد بالاترین نرخ تورم را داشته است. شاخص کل قیمت کالاهای صادراتی برحسب ریالی رقم ۴۴۱٫۴ و دلاری رقم ۱۴۰۰٫۲ را نشان می‌دهد؛ به طوری که درصد تغییرات ۱۲ ماه منتهی به خرداد ۱۳۹۸ نسبت به ۱۲ ماه مشابه قبل برحسب ریالی ۷۸۴ و دلاری ۱۹۰۳درصد بوده است. نرخ تورم ریالی و دلاری کالاهای وارداتی نیز به ترتیب ۱۴۹٫۷ و ۲۵۰٫۱درصد بوده است.

بررسی درصد تغییرات متوسط قیمت اقلام خوراکی منتخب در مناطق شهری کل کشور نسبت به دوره قبل نیز بیانگر آن است که در بهار سال جاری سیب زمینی با ۹۰٫۶درصد بیشترین افزایش قیمت و تخم مرغ با منفی ۱۸٫۲درصد بیشترین کاهش قیمت را داشته‌اند.

برای مقابله با سرقت‌های سایبری

دریافت رمز دوم برای گوشی‌های غیرهوشمند فراهم شد

با راه‌اندازی سامانه‌ای جدید، از این پس دارندگان گوشی‌های تلفن همراه غیرهوشمند نیز امکان دریافت رمز دوم یکبار مصرف برای کارت‌های بانکی را خواهند داشت. با توجه به رواج فیشینگ و سرقت‌های سایبری از حساب‌های بانکی، استفاده از رمز دوم یکبار مصرف در دستور کار نظام بانکی کشور قرار گرفته است. از جمله انتقاداتی که نسبت به طرح استفاده از رمز دوم یکبار مصرف وارد شده، بی‌توجهی بانک‌ها به گوشی‌های غیرهوشمند بوده است به طوری که تاکنون برای استفاده از رمز دوم یکبار مصرف، بانک‌ها، اپلیکیشن‌ها و نرم‌افزارهایی را ارائه کرده بودند که قابلیت استفاده در گوشی‌های هوشمند را دارد. به گزارش بانک ملی ایران، پیش از این تنها اپلیکیشن ۶۰۰ رمز یکبار مصرف را در اختیار دارندگان گوشی‌های هوشمند قرار می‌داد، اما اکنون سامانه USSD طراحی شده، شرایطی ساده‌تر را برای دریافت رمز توسط گوشی‌های غیرهوشمند فراهم کرده است. در این روش، مشتری می‌تواند ابتدا با وارد کردن کد دستوری *۳۷۲*۶۰۰ در سامانه ثبت نام کرده و پس از دریافت کد فعالسازی، مراحل ثبت نام را ادامه دهد. سپس تنها با یک بار مراجعه به دستگاه خودپرداز و انتخاب عملیات رمز، وارد منوی فعالسازی رمز یکبار مصرف دوم شده و مشخصات لازم را وارد کند.

از این پس، دارندة گوشی تلفن همراه غیرهوشمند می‌تواند به سادگی از طریق همین کد دستوری، هر بار یک رمز دوم یکبار مصرف دریافت کند. استفاده از کد دستوری برای دریافت رمز دوم یکبار مصرف منحصر به گوشی‌های غیرهوشمند نیست، اما دارندگان گوشی‌های هوشمند باید توجه کنند که اگر پیش از این اپلیکیشن ۶۰۰ و رمزبان را نصب کرده باشند، با استفاده از کد دستوری، رمز دریافتی پیشین آنها نامعتبر خواهد شد.

مقایسه رشد اقتصادی و رشد نقدینگی در اقتصاد ایران در ۵ سال گذشته

کنترل نقدینگی در گرو اصلاح نظام بانکی



که تعیین دستوری نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات این قدرت را از بانک‌ها می‌گیرد که متناسب با شرایط اقتصاد کلان و اعتبارسنجی متقاضیان، نرخ سود تسهیلات را تعیین کنند. به علاوه، موضوع تورم نیز عملکرد بانک‌ها را در رابطه با تولید تحت تأثیر قرار می‌دهد. درواقع، به دلیل بالا بودن نرخ تورم و نوسان‌های گاه شدید آن، بانک‌ها برای حفظ سرمایه‌ها و دارایی‌های خود به ناچار به بنگاهداری روی می‌آورند. البته این امکان نیز وجود دارد که برخی از بانک‌ها و موسسه‌های مالی نیز با هدایت نقدینگی خود به بازارهای مختلفی همچون، مسکن، طلا، ارز و... موجب افزایش تورم، رکود و در نتیجه تضعیف تولید شوند.

به طورکل، صاحب‌نظران اقتصادی معتقدند که کنترل نقدینگی و هدایت آن در مسیر درست، بستگی به سیاست‌گذاری دولت در حوزه بانکداری دارد. تقریباً، می‌توان گفت در این مورد همه چیز از بانک‌ها شروع می‌شود. در حالت عادی، بانک‌ها اعتبار در اختیار بنگاه‌های متقاضی قرار می‌دهند؛ لذا با افزایش عرضه پول(حجم نقدینگی) در اقتصاد، دسترسی بنگاه‌ها نیز به منابع نقد بهبود می‌یابد، اما اگر بانک‌ها نتوانند وظیفه خود را به درستی انجام دهند، جریان نقدینگی به سمت بنگاه‌ها دچار اختلال می‌شود و نقدینگی به بازارهای مختلف سرازیر شد و آنچه نباید رخ دهد، اتفاق می‌افتد.

سال	رشد رشد نقدینگی	درصد رشد اقتصادی
۱۳۹۳	۲۲	۳
۱۳۹۴	۳۰	۱٫۶ -
۱۳۹۵	۲۳٫۲	۱۲٫۵
۱۳۹۶	۲۲٫۱	۳٫۷
۱۳۹۷	۲۳٫۱	۴٫۹ -
۱۳۹۸	۲۵٫۱	-

نام کشور	درصد رشد نقدینگی
ایران	۲۳٫۱
انگلستان	۸
چین	۷
کره جنوبی	۶٫۷
آمریکا	۴٫۱
منطقه یورو	۴
ژاپن	۲٫۴

گزارش‌ها از رشد اقتصادی منفی خبر می‌دهند. البته، طبق گفته عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی رشد بدون نفت مثبت، ولی مقدار آن بسیار پایین است. بنابراین، می‌توان گفت که اقتصاد کشور حاوی «تناقض نقدینگی» است. این در حالی است، که کشورهای توسعه‌یافته، از جمله آمریکا، چین، ژاپن، کره جنوبی و انگلستان همگی دارای رشد نقدینگی زیر ۱۰درصد هستند. حتی، در برخی کشورها مانند ژاپن کمتر از ۳درصد است. مقایسه این داده‌ها نشان می‌دهد که ارتباط مستقیمی بین رشد نقدینگی و توسعه جوامع وجود دارد. به اعتقاد کارشناسان نرخ بالای رشد نقدینگی از ویژگی‌های اقتصادی کشورهای در حال توسعه و یا توسعه‌نیافته است. اکثر کشورهای توسعه‌یافته در کنترل نرخ رشد نقدینگی و پایین نگه داشتن آن موفق عمل کرده‌اند.

در این میان، کارشناسان اقتصادی، سه راه حل را برای مدیریت، کنترل و هدایت رشد نقدینگی در نظر می‌گیرند: ابتدا باید بر رشد نرزانمه بانک‌ها به ویژه بانک‌های مشکل‌دار محدودیت‌های لازم اعمال شود. به عبارت دیگر، جلوگیری از بالاتر رفتن بدهی بانک‌ها از دارایی و سرمایه آنها.

دومین اقدام به مشکلات نظام بانکی کشور مربوط می‌شود. اصلاح نظام بانکی، همواره یکی از خواسته‌های اصلی کارشناسان و حتی خود میران اقتصادی بوده است. به اعتقاد آنها، بسیاری از بانک‌ها، از طریق شرکت‌های زیرمجموعه خود وارد فعالیت‌های سفته‌بازانه می‌شوند. بانک‌ها به جای تأمین سرمایه موردنیاز بنگاه‌های اقتصادی و کمک به تولید، به دلایلی جهت جبران بدهی‌های و یا پرداخت سود سپرده‌گذاران خود وارد بازارهای مختلف مانند ارز، سکه و مسکن می‌شوند. این امر نوسانات شدید و نابسامانی‌های قابل توجهی را در بازارهای مذکور موجب می‌شود. از این رو، نظارت بر عملکرد نظام بانکی و جلوگیری از انحراف آن از مسیر و وظیفه اصلی‌شان جزو ضرورت‌های انکارناپذیر سیاست‌گذاری‌های پولی و بانکی است؛ کنترل اعطای تسهیلات کلان توسط مقام ناظر نیز سومین راهکار به شمار می‌رود. در برخی موارد بانک‌ها به افراد و نهادهای خاصی تسهیلات کلانی اعطا می‌کنند که ضرورتاً در تولید سرمایه‌گذاری نکرده و اشتغالی ایجاد نمی‌کنند.

حاکمیت شر کتی بانک‌ها را نقض نکنیم

یکی از ویژگی‌های خاص اقتصاد دولتی این است که در خیلی از موارد دولت وارد حیطه تصمیم‌گیری‌های اقتصادی شده و به صورت دستوری عمل می‌کند. سیاست‌گذاری‌های پولی و بانکی نیز از این قاعده مستثنی نیست. ممکن اصت دولت در مواقعی دستورهایی صادر کند و تکالیفی برعهده بانک‌ها قرار دهد که کاهش سوددهی آنها را در پی داشته باشد. کارشناسان این اقدام را نقض حاکمیت شر کتی بانک‌ها می‌نامند. در این حالت بانک‌ها به جای هدایت نقدینگی به سمت تولید راه‌هایی را می‌روند که این کاهش سود را جبران کنند. برای مثال، پژوهشگران اقتصادی نشان داده‌اند

۷۱درصد ارز صادراتی برگشت

«نیما» سر به راه شد

صادراتی به کشور بازگشته است.

بر این اساس در مدت یادشده، صادرکنندگان کشور ۴۵ میلیارد پیورو ارز وارد کشور کرده‌اند و با این حال طبق توافق با کمیته بازگشت ارز صادراتی، گمرک ۲۰درصد پایه‌های صادراتی را پایین‌تر محاسبه کرده که در نتیجه صادرات یادشده به ۲۵میلیارد پیورو کاهش می‌یابد. با در نظر گرفتن ۲میلیارد پیورو دیگر که در حقیقت صادرات ریالی است، ۷۱درصد از ارز صادراتی در مدت یادشده به کشور بازگشته است. این در حالی است که عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی در روزهای گذشته نیز اعلام کرده بود که عرضه ارز در سامانه نیما بر نقاضای آن پیشی گرفته و به این ترتیب روند تأمین ارز واردکنندگان از طریق نیما تسهیل خواهد شد. البته هنوز بخشی از صادرکنندگان ارز صادراتی خود را به چرخه اقتصاد بازنگردانده‌اند که این موضوع نیز باید توسط بانک مرکزی پیگیری شود و با وجود اینکه بخش عمده‌ای از ارز صادراتی به کشور بازگشته، اما بانک مرکزی باید در پی این باشد که تمام ارز صادراتی به کشور برگردد.

رئیس کل بیمه مرکزی:

حساب‌های بانکی در مقابل حملات سایبری بیمه می‌شوند

ارائه بیمه ریسک‌های فضای سایبری، نقش بیمه ریسک‌های فضای سایبر در تأمین امنیت تجارت الکترونیک، بررسی موانع حقوقی و کاربردی ارائه بیمه‌نامه ریسک‌های فضای سایبری، بررسی چالش‌های ورود شرکت‌های بیمه‌گر به عرصه بیمه ریسک‌های فضای سایبری و تاثیر متقابل بیمه ریسک‌های فضای سایبر در نظام بانکداری الکترونیک بود.

وی با اشاره به پیچیدگی این نوع بیمه، اظهار داشت: جزئیات این پوشش، شناسایی خسارت‌های مربوط به این حوزه، مخاطرات و چالش‌های مشترک بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار، نرخ‌گذاری آن و فاکتورهای موثر بر نرخ، حدود تعهدات بیمه‌گر، بازاریابی خاص این رشته و نحوه نظارت بر این بیمه‌نامه نیازمند بررسی‌های دقیق و با اخذ آمار و اطلاعات مربوطه از پلیس فتا خواهد بود.

رئیس کل بیمه مرکزی به ویژگی‌های حملات فیشینگ اشاره کرد و ادامه داد: پس از انجام مطالعات لازم، در حال طراحی مدل پوشش بیمه‌ای حساب‌های بانکی در مقابل این نوع حملات هستیم.

سلیمانی گفت: به نظر می‌رسد تا آخر امسال، طرح و مدل مربوط به بیمه حساب‌های بانکی در مقابل فیشینگ به تأیید برسد و احتمال دارد که سال آینده اجرایی شود.

بیمه با بانک‌ها قرارداد امضا می‌کنند که از طریق آن مشتریان بانک‌ها تحت پوشش بیمه خدمات بانکی قرار می‌گیرند.

در همین زمینه، رئیس کل بیمه مرکزی ایران از طراحی مدلی برای پوشش بیمه‌ای حساب‌های بانکی در مقابل حملات سایبری و فیشینگ خبر داد و گفت: به نظر می‌رسد تا آخر امسال، طرح و مدل مربوط به بیمه حساب‌های بانکی در مقابل فیشینگ به تأیید اجرایی شود.

فیشینگ به تلاش برای به دست آوردن اطلاعاتی مانند نام کاربری، گذرواژه، اطلاعات حساب بانکی و ... از طریق جعل یک وب‌سایت، پیامک و آدرس ایمیل گفته می‌شود. افراد سودجو پس از دریافت این اطلاعات به راحتی می‌توانند حساب‌های بانکی افراد را خالی کنند.

شمار قربانیان فیشینگ در حالی رو به افزایش است که به دلیل ماهیت این نوع تخلفات، شناسایی عاملان سخت و پیچیده بوده و همچنین بازگرداندن پول سرقت شده به قربانیان نیز تقریباً محال و ناممکن است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که براساس طرحی که در صنعت بیمه در دست اجرا دارد، ریسک‌هایی مانند بانکداری دیجیتال، امنیت داده‌ها، عدم قطعیت تراکنش‌ها، کلاهبرداری‌های بانکی و فیشینگ تحت پوشش بیمه قرار خواهند گرفت. براساس این طرح، شرکت‌های

ممنوعیت ادامه‌دار واردات کالاهای تولید داخل

قرار داد داخلی سازی صنعت پتروشیمی امضا شد



همین نحو برگزار شود، در شش ماه نخست امسال ۱۵درصد افزایش تولید داشتیم و باید پیگیری کنیم که بیشتر شود. وزیر صمت افزود: از انجمن‌ها خواهش دارم که پرچم را به دست بگیرند، در صنایع باید ۲ میلیارد و ۷۰۰ میلیون یورو تا سال ۱۴۰۰ داخلی سازی کنیم و باید هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کنیم و باید محقق شود. او بیان کرد: در صنعت پتروشیمی ۹ میلیارد دلار طرح در حال اجرا داریم و به فرمایش مقام معظم رهبری که اگر تولید رونق بگیرد بیکاری رفع می‌شود، با جدیت معتقد هستیم. وزیر صمت تصریح کرد: با رونق تولید، ارزش پول ملی بالا می‌رود، از اقتصاد نفتی رهایی می‌یابیم و بسیاری از معضلات جامعه رفع می‌شود. وی با تأکید بر اینکه راه جلوگیری از رکود توجه به ساخت داخل و رونق تولید است، گفت: کار در حوزه تولید مقدس و جهادی است، مدیران باید این را باور داشته باشند.

ممنوع شده است، ما می‌خواهیم تولید رونق بگیرد و اگر غیرواقعی باشد حمایت نمی‌کنیم. وزیر صمت گفت: همزمان با ساخت داخل شرکت‌های فناوری و دانش‌بنیان مطرح است و باید با یکدیگر توأم شوند. این استارت‌آپ‌ها در بیشتر مواقع بسیار بهتر از شرکت‌های مطرح دنیا کار می‌کنند و باید از آنها حمایت کنیم. او افزود: اگر کالای ایرانی مثلاً ۱۰درصد هم گران باشد با فرهنگ‌سازی باید مردم را به خریداران متمایل کنیم. او بیان کرد: به شرکت‌های بزرگ برای جذب نیروهای نخبه تکلیف کردیم، برای صنعت سهمیه جذب سرباز نخبه گرفتیم و درست است که در وزارت‌خانه‌ها جذب نداریم و جذب نیرو کم است اما در شرکت‌ها که مشکل نداریم و می‌توانیم اینگونه مشکل اشتغال را رفع کنیم. رحمانی گفت: تا پایان سال باید چندتا میز در حوزه‌های مختلف به

رحمانی گفت ممنوعیت واردات کالاهای تولید داخل همچنان پابرجاست. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، رضا رحمانی وزیر صمت در مراسم انعقاد تفاهم‌نامه داخلی‌سازی تجهیزات صنایع پتروشیمی، گفت: نوع نگاهمان به رونق تولید و ساخت داخل باید تغییر یابد و همه باید به این باور برسیم که راه حل مشکلات کشور همین توجه به ساخت داخل و رونق تولید است. امروز تفاهم‌نامه ۶۰ میلیون یورو ساخت داخل امضا می‌کنیم و این نشان‌دهنده این است که زنده هستیم و با وجود تحریم‌ها همچنان خوب عمل می‌کنیم و تمام وزارت‌خانه‌ها خوب عمل می‌کنند. وزیر صمت ادامه داد: خودرو، فولاد و مس شرکتی است یعنی شرکت مس ساخت داخل کار خود را شروع کردند و در برخی از کارها انجمن‌ها ورد کار شدند؛ چند کار شروع کردیم که یک بخش آن ساخت داخل است. رحمانی افزود: هر کالایی در داخل تولید شود و حتما واردات آن

اخبار

دوره‌بین نظارت بر فروش اینترنتی دست چه کسی است؟

تیغ تیز کلاهبرداران اینترنتی برای خالی کردن جیب مردم

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، در سال های اخیر صنعت مد و پوشاک ایران هر بار با هر بادی به سمت و سویی خاصی حرکت کرده است. از یک سو واردات بی‌رویه مافیای پوشاک در ایران و از طرف دیگر ورشکسته شدن تعداد زیادی تولیدکننده که در این صنعت فعالیت می‌کردند از جمله عواملی است که منجر به هرج و مرج در بازار کشور شده است. همچنین از طرفی دیگر جایگزینی کالاهای درجه پایین چینی به جای تولیدات با کیفیت ایرانی، ورود فرهنگ عجیب و غریب بیگانه و گاهی هم تلفیق فرهنگ‌های ایرانی با فرهنگ‌های بی‌معنای برون‌مرزی باعث شده تا این صنعت را نتوان کنترل کرد. متأسفانه این بیسن استفاده از کلاس‌های بی‌محتوای برخی آموزشکده‌های غیرقانونی مد و پوشاک، سری‌دوزی‌های بی‌هدف و نصب برندهای خارجی بر دوخت‌های ایرانی بازار تولیدات ملی را آفت‌زده کرده است.

داستان فروش اینترنتی این محصولات این روزها به شدت رواج پیدا کرده و به شیوه‌های مختلف برای فروش این محصولات تلاش می‌شود.

بحتی که در فروش محصولات اینترنتی مطرح است قیمت و نحوه تحویل کالااست، بسیاری از این فروشگاه‌ها تخفیف‌های بسیار خوبی بر کالاهای خود اعمال می‌کنند اما زمانی که قیمت اصلی این کالاها مورد بررسی قرار می‌گیرد متوجه می‌شویم که نه‌تنها کالا شامل تخفیف نبوده بلکه قیمت آن از محصولات در بازار نیز گران‌تر محاسبه شده است و این تخفیف تنها برای انحراف افکار عمومی برای جذب مشتری بوده است.

در تمام دنیا قیمت فروشگاه‌های اینترنتی با مغازه‌ها متفاوت است چرا که برخی از واسطه‌های فروش معمولاً در این بین حق دلالتی را نمی‌گیرند به همین دلیل قیمت جنس با قیمت کارخانه تفاوتی ندارد اما در ایران متأسفانه دیده شده کالایی که در فروشگاه‌های اینترنتی خریداری می‌شود هم قیمت اجناس مغازه و حتی از آن هم گران‌تر است.

این یعنی در ایران با مقوله‌ای به نام گران‌فروشی رو به رو هستیم که اخیراً همین موضوع یعنی فروش اینترنتی محصولات به ویژه در اینستاگرام باعث بروز کلاهبرداری‌های مختلفی شده است. فروش بیش از ۵۰درصد محصولات در فروشگاه‌های اینترنتی کلاهبرداری است بدین گونه که شما جنسی را خریداری کرده سپس باید مبلغ را واریز کنید در غیر این صورت کالایی را دریافت نخواهید کرد، اما زمانی که حتی مبلغ واریز می‌شود جنسی دریافت نمی‌کنید و از آنجایی که کالا قیمت کمی دارد فرد دیگر پیگیر دریافت آن کالا نمی‌شود.

گونه‌ای دیگر از کلاهبرداری اینترنتی این گونه است که پس از رویت و تحویل کالا باید مبلغ را واریز کنید اما قبل از آن باید بیعانه‌ای واریز کنید، پس از واریز بیعانه فروشنده اعلام می‌کند که گروه دیگری جنس را تحویل می‌دهند اما به هنگام دریافت کالا متوجه می‌شوید کالای درخواستی با کالای تحویلی کاملاً متفاوت است. در این صورت زمانی که قصد استرداد این کالای ناخواسته را دارید پیک هزینه خود را دریافت سپس اقدام به بازگرداندن کالا می‌کند که البته در بسیاری از موارد فروشنده این استرداد را قبول نمی‌کند. موضوع قابل بررسی این است که چرا روی عملکرد این دسته از فروشگاه‌ها نظارتی وجود ندارد؟

پرداخت بیش از ۲۱۰ میلیارد ریال از مطالبات کشاورزان گوجه کار

شیرزاد گفت تاکنون بیش از ۲۱۰ میلیارد ریال بابت خرید حمایتی محصول گوجه فرنگی به کشاورزان گوجه کار پرداخت شده است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از سازمان مرکزی تعاون روستایی، حسین شیرزاد مدیرعامل سازمان مرکزی تعاون روستایی از پرداخت بخش اول مطالبات خرید محصول گوجه فرنگی حمایتی به کشاورزان خبر داد و گفت: براساس برنامه ریزی‌های صورت‌گرفته تاکنون بیش از ۲۱۰ میلیارد ریال بابت خرید حمایتی محصول گوجه فرنگی به کشاورزان گوجه کار پرداخت شده است.

وی افزود: این کشاورزان از استان‌های اردبیل، خراسان شمالی، اصفهان، قزوین، زنجان، سمنان، کرمانشاه و کردستان بودند. معاون وزیر جهاد کشاورزی در پایان تصریح کرد: در آینده نزدیک مرحله دوم مطالبات گوجه‌کاران به حساب آنان واریز می‌شود.

چین از پیشرفت در مذاکرات تجاری با آمریکا خبر داد

معاون وزیر امور خارجه چین گفت چین و آمریکا به پیشرفت‌هایی در مذاکرات تجاری خود دست یافته‌اند و تا زمانی که هر دو طرف به یکدیگر احترام بگذارند هر مشکلی قابل حل است.

به گزارش تسنیم به نقل از رویترز، لی یوچنگ، معاون وزیر امور خارجه چین گفت چین و آمریکا به پیشرفت‌هایی در مذاکرات تجاری خود دست یافته‌اند و تا زمانی که هر دو طرف به یکدیگر احترام بگذارند هر مشکلی قابل حل است.

لی در مجمع ژیانگشان در پکن گفت هیچ کشوری نمی‌تواند بدون همکاری با کشورهای دیگر موفق شود.

« دنیا می‌خواهد چین و آمریکا به این جنگ تجاری پایان دهند. این کار نیاز به شفافیت دارد نه قطع رابطه با کشورها یا ایجاد یک جنگ سرد جدید.» چین نگران بود که آمریکا به دنبال محدودکردن رابطه اقتصادی بین دو کشور یا قطع کامل این رابطه باشد. هر دو کشور برای حل درگیری‌های تجاری خود تلاش می‌کنند و آمریکا اعلام کرده مرحله اول قرارداد تجاری با چین بسته شده و دور بعدی عوارض که قرار بود در اکتبر اجرا شود لغو شده است. لی گفت: « تا زمانی که به یکدیگر احترام بگذاریم و به دنبال همکاری متقابل باشیم، هیچ اختلافی بین دو کشور نیست که حل نشده بماند.»

۶ میلیون و ۹۰۰ هزار دلار صادرات آب معدنی در سال ۹۷

مستلزم هزینه زیادی است و نیاز به نقدینگی دارد. فروهر ادامه داد: یکی از مهمترین عوامل کاهش صادرات آب‌های معدنی را می‌توان کمبود نقدینگی و عدم حضور در نمایشگاه‌ها دانست. بسیاری از کشورهایی که در گذشته به آنها آب‌های معدنی صادر می‌کردیم اکنون تمایلی به ادامه همکاری با ما ندارند و تعاملات تجاری خوبی دیگر نداریم؛ در صورتی که ترکیه یکی از رقیب‌های ما در این صنعت به خوبی فعالیت می‌کند. دبیر انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان آب‌های معدنی و آشامیدنی ایران تشریح کرد: تولید آب‌های معدنی با یک افت ۲۰درصدی مواجه بوده است و اکنون حدود یک میلیارد و ۷۰۰ لیتر تولید انجام می‌دهیم که سال گذشته پیش‌بینی شد به آستانه ۲ میلیارد لیتر تولید برسیم، اما رکود در بازار منجر به کاهش تولیدات شد. او تصریح کرد: رقم صادرات در سال ۹۷ حدود ۶ میلیون و ۹۰۰ هزار دلار بوده و در مقایسه با صادرات صنایع دیگر بسیار کم است.

دبیر انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان آب‌های معدنی و آشامیدنی ایران گفت: تعادل برقرار کردن بین تورم و تولید کاری مهم است که بیشتر مواقع این اتفاق رخ نمی‌دهد؛ چراکه این تعادل برقرار کردن نیاز به بازرسی نهادهای نظارتی دارد که بیشتر مواقع در آن مشکل دارند، اما مدتی است که این تعامل بهتر شده است. میزان صادرات آب‌های آشامیدنی

او با اشاره به حوزه صادرات آب‌های آشامیدنی، اظهار کرد: صنعت آب‌های معدنی به دلایل متعددی صادرات بسیار مطلوبی ندارد و همواره این صادرات سیر نزولی داشته است. فروهر گفت: آب معدنی، محصول سنگین و حجیم بوده و کرایه حمل بار بسیار بر قیمت آن اثرگذار است و با افزایش هزینه‌های حمل و نقل این محصول تحت تأثیر قرار می‌گیرد. از طرفی برای افزایش صادرات نیاز به حضور در بازارهای صادراتی را داریم که باید جدول نمایشگاه‌های بین‌المللی را تهیه و در آنجا تبلیغات کنیم که این کار

قیمت‌گذاری گندم هیچ ارتباطی به نرخ نان ندارد

گندمکاران به نمایندگی از جامعه کشاورزان به سازمان بازرسی کل کشور شکایت کرد که هم‌اکنون سازمان بازرسی در حال پیگیری شکایت کشاورزان است.

وی ادامه داد: با توجه به تأثیر اصلاح نشدن قیمت خرید تضمینی گندم بر آینده تولید و خودکفایی به دیوان عدالت اداری شکایت خواهیم کرد و همواره از نمایندگان مجلس تقاضا داریم تا با فشار بر دولت، آنها را مجبور به اجرای درست قانون کند. هاشمی در پایان تصریح کرد: دولت حداکثر تا ۱۵روز آینده باید درباره قیمت گندم تجدیدنظر کند، در غیر این صورت سطح زیرکشت گندم حدود ۲۰درصد کاهش می‌یابد که با این وجود امکان خرید گندم در حد ۸ میلیون تن گندم در سال آینده از کشاورزان وجود ندارد.

تعیین نرخ گندم به سبب اثرگذاری بر قیمت نان کل جامعه را در نظر می‌گیرد، در حالی که اثرگذاری قیمت گندم بر نرخ نان مشکل سازمان حمایت است چراکه قیمت خرید تضمینی مطابق با هزینه‌های تولید و تورم باید اعلام شود.

هاشمی قیمت منطقی خرید تضمینی هر کیلو گندم برای سال زراعی جدید را ۲ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد و گفت: اگر تجدید نظری در قیمت تضمینی گندم صورت نگیرد، بدون تردید سطح زیرکشت گندم کاهش می‌یابد که این امر مشکلات متعددی در تأمین امنیت غذایی و خودکفایی گندم ایجاد می‌کند.

رئیس بنیاد ملی گندمکاران درباره آخرین وضعیت شکایت گندمکاران به سازمان بازرسی کل کشور افزود: با توجه به اعلام نرخ ۲ هزار و ۲۰۰ تومانی برای خرید تضمینی هر کیلو گندم، بنیاد ملی

رئیس بنیاد ملی گندمکاران کشور گفت اگرچه سخنگوی دولت اذعان می‌کند که مسئولان امر برای تعیین نرخ گندم به سبب اثرگذاری بر قیمت نان کل جامعه را در نظر می‌گیرد، اما این دو هیچ ارتباطی به یکدیگر ندارد.

عطاالله هاشمی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، در واکنش به اظهارات سخنگوی دولت مبنی منطقی بودن قیمت گندم اظهار کرد: سال گذشته، شورای اقتصاد در ابتدا نرخ یک هزار و ۳۷۰ تومانی را برای خرید تضمینی هر کیلو گندم اعلام کرد و تصور مسئولان بر آن بود که این نرخ منطقی و عادلانه است و مجدداً به اعتراض گندمکاران و تشکل‌های بخش کشاورزی، قیمت خرید تضمینی به یک هزار و ۷۰۰ تومان افزایش یافت.

وی افزود: سخنگوی دولت اذعان می‌کند که مسئولان امر برای

حمله خودروسازان بی کیفیت به رئیس بانک مرکزی

تسهیلات ندهید، باید ۱۵ میلیارد دلار صرف واردات کنید



هر یک از دو خودروساز بزرگ کشور (ایران خودرو و سایپا) بین ۸۰ تا ۹۰ هزار دستگاه خودروی ناقص دارند که دلیل اصلی این مسئله کمبود نقدینگی است.

یک روز بعد از سخنان صریح عبدالناصر همتی علیه خودروسازان و «فشل» خواندن آنها، دبیر انجمن خودروسازان سخنان همتی را «بسیار غیرکارشناسی و عوام‌گرایانه» توصیف کرد.

احمد نعمت گفت اگر صنعت خودرو از بین برود سالیانه بین ۱۲ تا ۱۵ میلیارد دلار ارز برای واردات خودرو هزینه خواهد شد.

همتی گفته بود خودروسازان نقدینگی خود را «به باد داده‌اند» و در ادامه اظهار داشت «تا کی می‌خواهید به این خودروسازی فُشل ادامه دهید؟»

اظهارات وی در واکنشش به انتقاداتی بود که از عدم تأمین نقدینگی موردنیاز صنعت خودرو توسط بانک مرکزی ایراد شده بود. وی گفت با ۴هزار میلیارد تومان نقدینگی ریالی و ۸۴۴ میلیون یورو نقدینگی ارزی برای قطعه‌سازان موافقت کرده، اما خودروسازان زیر ریسک نوسانات ارزی برای بازپرداخت این پول در آینده نرفته‌اند.

داوود میر خانی رشتی مشاور انجمن خودروسازان ایران نیز همزمان با رد ادعای

همتی درباره تسهیلات ارزی همزمان اعلام کرده است «چرا همتی گفته صنعت خودرو فشل است؟ مگر بانک مرکزی فشل نیست؟ مگر نقدینگی به شدت بالا نرفته است؟ بانک مرکزی نتوانست نرخ تورم، نقدینگی و نرخ ارز را کنترل کند. بانک مرکزی باعث شد که خودروسازان به این روز بیفتند. اگر خودروسازی فشل است اول باید بانک مرکزی فشل بودنش را برطرف کند.»

وی در ادامه گفت اگر به خودروسازان تسهیلات پرداخت نشود، تولید داخل تعطیل می‌شود و باید ۱۵ میلیارد دلار بابت واردات خودرو هزینه شود.

در رابطه با کمبود نقدینگی، نعمت چند ماه پیش نیز گفته بود هر یک از دو خودروساز بزرگ کشور (ایران خودرو و سایپا) بین ۸۰ تا ۹۰ هزار دستگاه خودروی ناقص دارند که دلیل اصلی این مسئله کمبود نقدینگی است. وی گفته

بود خودروسازان ۲۰ هزار میلیارد تومان به قطعه‌کاران بدهکارند.

میر خانی رشتی نیز می‌گوید سال گذشته هر کدام از شرکت‌های بزرگ خودروساز ۷ تا ۸ هزار میلیارد تومان زیان داشته‌اند. وی گفت طی شش ماهه امسال نیز هر کدام از این شرکت‌ها ۴ تا ۵ هزار میلیارد تومان زیان دیده‌اند.

نعمت با اشاره به کاهش ۵۵درصدی تولید خودرو در نیمه نخست امسال گفت

بازار بی‌مشتري خودروهای وارداتی تر خيص شده

خودروهای تولیدی کارخانجات سایپا و ایران خودرو بوده است.

وی افزود: این افزایش قیمت، رفته‌رفته فروکش خواهد کرد و دلیلی منطقی برای افزایش قیمت اخیر وجود ندارد زیرا تولید خودروسازان کاهش نیافته، همچنین دلال‌بازی نیز در بازار خودرو وجود ندارد که موجب افزایش قیمت خودرو در روزهای اخیر شده باشد.

بازرس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو افزود: البته نظارت کافی از سوی تمام نهادهای ذی‌ربط وجود دارد؛ اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو نیز به نوبه خود نظارت کافی و لحتظ‌ای روی بازار دارد.

کاشانی‌نسب درخصوص برخی مطالب مطرح‌شده در مورد حضور دلالان در

کمبود نقدینگی مانع تکمیل خودروهای ناقص

قطعه‌ساز و خودروساز در یک چرخه معیوب دست و پا می‌زنند

و سازمان حمایت از مصرف‌کننده و تولیدکننده انجام شده اما فعلا هیچ منابع جدیدی برای خودروسازی‌ها در نظر گرفته نشده است.

این فعال صنعت قطعه با تاکید بر اینکه موقوفات قطعه‌سازان تاثیر بسیاری بر کیفیت قطعات خواهد گذاشت، تصریح کرد: اگر قطعه‌ساز دغدغه نقدینگی نداشته باشند به طور حتم قطعه با کیفیت تولید خواهد کرد اما متأسفانه در حال حاضر به دلیل نبود نقدینگی و بدهی به کارگران و مشکلات متعدد دیگر، بیش از اینکه به فکر کیفیت قطعات باشیم درگیر تأمین معیشت خود هستیم. جلای درباره علت تأخیر در تکمیل خودروهای ناقص کف کارخانه نیز بیان کرد: قطعه‌سازان در گمرک مواد اولیه دارند اما ترخیص آنها به دلیل نبود

در این مدت شاهد افت ۲۴درصدی تولید خودروی سواری بودیم که این افت به قیمت‌گذاری دستوری باز می‌گردد.

وی با بیان اینکه در سال گذشته قیمت‌گذاری خودرو به سازمان حمایت و کمیته خودرو واگذار شد، افزود: سازمان حمایت با استخراج هزینه‌ها و ارائه آن در کمیته خودرو نشان داد همه خودروها با زیان به فروش می‌رسند.

دبیر انجمن خودروسازان ایران گفت با این وجود به دلیل عقب افتادن تعهدات، به دستور وزیر صنعت، خودروها با قیمت قبل به فروش رسید و این امر منجر به سرکوب مالی و زیان ۸هزار میلیارد تومانی هر کدام از خودروسازان شد، این در حالی است که در نیمه نخست امسال نیز هر یک از خودروسازان در حدود ۵ هزار میلیارد زیان دیدند.

نعمت در ادامه گفت قیمت ارز رشد سه برابری و هزینه‌های حمل کالا از ابتدای پارسال تا امروز رشد بیش از سه برابری داشته است و قطعه‌ای همچون کاتالیست از ۳۰۰ هزار تومان به بیش از ۲ میلیون تومان افزایش داشته است، به همین دلیل خودروسازان قادر به پرداخت پول قطعه‌سازان نیستند و در نتیجه تولید به وضعیت امروز مبتلا شده است.

بازار گفت: برخلاف آنچه گفته می‌شود بازار هیچ خودرویی از جمله خودرو پژو ۲۰۰۸ در دست دلالان نیست، درواقع مدتی است که هیچ دلالی در بازار خودرو وجود ندارد. بازرس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو درخصوص استقبال مردم از خودروهای ترخیص شده از گمرک گفت: این خودروها و به طور کلی خودروهای خارجی در حال حاضر بازاری ندارد و بازار این دسته از خودروها در رکود مطلق به سر می‌برد؛ به عبارتی، با توجه به خروج دلالان از بازار خودرو و نیز توان محدود مردم برای خرید خودروهای خارجی بازار این دسته از خودروها در رکود به سر می‌برد و در حال حاضر تنها بازار خودروهای داخلی تا حدی مشتری دارد.

نقدینگی امکانپذیر نیست و یکی از دلایل تأخیر در تکمیل خودروهای ناقص کف کارخانه همین موضوع است. او اضافه کرد: وضعیت فعلی خودروسازان و قطعه‌سازان مانند یک دور باطل و چرخه معیوب است؛ خودروساز پول قطعه‌ساز را نمی‌تواند بدهد، قطعه‌ساز هم نقدینگی کافی برای ترخیص قطعات و تکمیل خودروهای ناقص ندارد. جلای در پایان به میزگردهای تعمیق ساخت داخل نیز اشاره کرد و گفت: اجرای طرح داخلی‌سازی قطعات شش ماه تا یکسال زمان می‌برد و فعلا محقق نخواهد شد، این اقدام ما را ۱۰۰درصد از واردات بی‌نیاز نمی‌کند اما روند تولید قطعه را تسهیل خواهد کرد.

اخبار

مدیرعامل ایران خودرو خبر داد

آمادگی ایران خودرو برای نوسازی ۶ هزار خودروی فرسوده

مدیرعامل ایران خودرو گفت اگر وزارت کشور همکاری کند زمینه نوسازی ۶ هزار خودرو فرسوده در تهران توسط ایران خودرو وجود دارد. به گزارش خبرگزاری میزان، فرشاد مقیمی در مراسم توافقتنامه نوسازی ناوگان حمل‌ونقل عمومی اظهار کرد: امیدواریم مجموعه اقداماتی که انجام می‌دهیم مجموعه تفاهم‌نامه‌ها را اجرا کنیم و امروز ۵۰۰ دستگاه تاکسی آماده تحویل است.

مدیرعامل ایران‌خودرو افزود: در بخش خودروهای تجاری سنجین طی جلساتی که برگزار شد به این جمع‌بندی رسیدیم از ظرفیت‌های داخل کشور این خدمات را به ناوگان حمل و نقل کشور ارائه کنیم. وی گفت: در بخش اتوبوس اگر بتوانیم در قالب کارگروه طی دو هفته قرارداد را به امضا برسانیم هفته‌ای پنج دستگاه تحویل دهیم. مقیمی با اشاره به وجود ۷ هزار ون فرسوده در تهران خاطرنشان کرد: توانستیم موتور FV را قابل استفاده برای ون کنیم که به زودی عرضه خواهد شد. مدیرعامل ایران‌خودرو ادامه داد: اگر وزارت کشور همکاری کند زمینه نوسازی ۶ هزار خودرو فرسوده در تهران توسط ایران‌خودرو وجود دارد. وی تصریح کرد: در بخش مینی‌بوس نیز ۱۰۰ دستگاه آماده تحویل است که قابلیت افزایش به ۲۰۰ دستگاه در کوتاه مدت وجود دارد. گفتنی است صبح روز گذشته، مراسم امضای تفاهم‌نامه نوسازی ناوگان حمل و نقل عمومی و تحویل خودروهای تاکسی، مطابق ماده ۱۲ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و تسهیلات قرض‌الحسنه با حضور مدیرعامل ایران خودرو برگزار شد.

ثابت کنید خودروسازان فشل هستند

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت رئیس کل بانک مرکزی باید ثابت کند که خودروسازی فشل است.

به گزارش پرشین خودرو، رضا رحمانی در حاشیه مراسم انعقاد تفاهم‌نامه داخلی‌سازی تجهیزات صنایع پتروشیمی در پاسخ به این سوال که رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرده که چرا باید بانک مرکزی تاوان خودروسازی فُشل را بدهد، گفت: رئیس کل بانک مرکزی خودش اعلام کرده و خودش نیز باید این موضوع را ثابت کند.

اخیرا رئیس کل بانک مرکزی در نشست اتاق بازرگانی درباره درخواست‌های مکرر خودروسازان گفته بود: «در مورد خودروسازی‌ها، به شخصه در ابتدا قبول نداشتم که نقدینگی را در اختیار خودروسازان قرار بدهیم. به‌دلیل اینکه مطمئن بودم مانند سال‌های گذشته نقدینگی‌ها را هدر می‌دهند، اما آنها به ما قول دادند شش ماه بعد همه چیز درست می‌شود. آنها ۱۰ بار گفته‌اند، شش ماه دیگر درست می‌شود.

اما نه‌تنها درست نشده، بلکه بدتر هم شده است، ولی پارسال برای اینکه حسن‌نیت خود را نشان دهم، ۴ هزار میلیارد تومان ریالی و ۸۴۰ میلیون یورو به صورت ارزی به آنها اختصاص دادیم. بعضی بی‌انصافی می‌کنند و ما را مورد نقد قرار می‌دهند، اما من آن زمان به خودروسازان گفتم ۸۴۰ میلیون یورو را به شما مانند ال‌سی خارجی می‌دهم و شما سال دیگر این مبلغ را یا ریالی یا ارزی برگردانید.

اما آنها گفتند چرا ما ریسک نرخ ارز یک‌سال آینده را بپذیریم؟ شاید ارز گران شود. به آنها گفتم شما که هر روز قیمت خودرو را بالا می‌برید، ریسک نرخ ارز را هم نمی‌خواهید بپذیرید؟ آن ریسک را هم بانک مرکزی باید بپذیرد؟ یک‌سال معطل کردند و این ارز را نگرفتند. ارز ما به‌عنوان بانک مرکزی نمی‌فروشیم. ارز را به بانک عامل می‌دهیم و آنها می‌فروشند. بانک عامل هم می‌خواهد ریال را به نرخ روز به بانک مرکزی بدهد.

در نتیجه ارز را فروخت؛ بنابراین، این خودروسازان بودند که ریسک را نپذیرفتند. مقصر بانک مرکزی نبود. آنها خودشان می‌خواهند همه چیز به نفع‌شان باشد و هر چه گفتند بانک مرکزی بگوید چشم. تا صحبتی هم می‌کنیم می‌گویند این همه کارگر داریم و اگر آسیب ببینیم بحران ایجاد می‌شود. تا کی می‌خواهیم این خودروسازی فُشل را ادامه دهیم؟ بانک مرکزی چرا باید تاوانش را بدهد؟»

صنعت خودرو با پشتیبانی دولت و مردم رونق می‌گیرد

ایمن صنعت در ایران ۲۰درصد از ارزش افزوده بخش صنعت را به خود اختصاص می‌دهد و در شاخص تولید ناخالص داخلی نیز دارای اهمیت است. برهمن اساس، خودروسازی کشور به ویژه در شرایط بحرانی برای ادامه حیات اشتغال و حفظ منافع ملی همواره مورد حمایت دولت و پشتیبانی مردم بوده است.

به گزارش پدال نیوز، کمبود خودرو در بازار، قیمت‌های کاذب، میدان‌داری دلالان در بازار، کاهش عرضه توسط خودروساز، برهم‌خوردن نظام عرضه و تقاضا و... اینها تصویری از وضعیت نابسامان بازار خودرو در سال گذشته است. علاوه بر اینکه خودروسازان به واسطه کمبود قطعه و مشکلات ناشی از تحریم با کاهش ظرفیت تولید مواجه بودند، سودجویان بازار نیز از این فرصت بهره جسته و با افزایش قیمت در بازار سوده‌های چند میلیاردی را نصیب خود کردند. از سوی دیگر افزایش نرخ ارز سبب ایجاد دیدگاه تورم انتظاری در جامعه و سوق یافتن سرمایه‌های سرگردان به سمت خودرو شد. تکلیف خودروسازان از سوی وزارت صنعت برای اجرای برنامه‌های متعدد پیش‌فروش با هدف کاهش التهابات بازار نه تنها تأثیری در روند افزایشی قیمت در بازار نداشت بلکه خودروسازان را با انبوهی از تعهدات مواجه کرد که در حال حاضر نیز عرضه‌کنندگان ناچار به امهال در تاریخ به‌روزرسانی تعهدات خود هستند. کمبود نقدینگی و ناتوانی تولیدکنندگان در تزریق نقدینگی به زنجیره تأمین قطعات موضوعی است که از سال گذشته گریبانگیر خودروسازان بوده و به ویژه در شرکت ایران خودرو این موضوع به سبب برخی مشکلات مدیریتی در گذشته پررنگ‌تر بوده است. مدیرعامل سابق ایران خودرو در مراسم معارفه خود در سال ۹۲ با متهم کردن سلفش در ناتوانی مدیریت شرایط تحریمی، تنها ۳۰درصد از مشکلات ایجاد شده را ناشی از تحریم و ۷۰درصد آن را ناشی از ضعف مدیریتی دانست، این درحالی است که شکل‌گیری شرایط مشابه تحریمی ۹۱ و ۹۲ در سال ۹۷ نشان داد که مسائل ایجادشده در حاشیه تحریم‌ها به مراتب جدی‌تر از تحریم‌های خارجی بوده که «مدیر بحران‌های خودروسازی» را نیز در آن دردمانده و مستأصل کرده است. به گونه‌ای که تعداد خودروهای ناقص و دارای قطعه کسری در کف این کارخانه در خردادماه امسال به بیش از ۱۰۰ هزار دستگاه رسید.



رئیس سازمان بهزیستی شهر کرد:

کاهش آسیب‌های اجتماعی نیازمند اندیشه و ایده نخبگانی است

نشست هم‌اندیشی مستعدان برتر و مرکز بهزیستی و اورژانس اجتماعی استان چهارمحال‌وبختیاری برگزار شد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در راستای افزایش تعامل و هم‌افزایی مستعدان برتر و زمینه‌سازی برای ایجاد شبکه نخبگانی، نشست هم‌اندیشی مستعدان برتر و مرکز بهزیستی و اورژانس اجتماعی استان چهارمحال‌وبختیاری برگزار شد. در این نشست که با هدف ارائه راهکارهای مناسب جهت پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی و آشنایی مستعدان برتر با خدمات بهزیستی و اورژانس اجتماعی برگزار شد، غلامرضا روحی؛ رئیس سازمان بهزیستی شهرستان شهرکرد، گفت: طرح اورژانس اجتماعی برای حل مشکلات مردم توسط دفتر امور آسیب‌دیدگان سازمان بهزیستی در حال اجرا است.

دریچه

با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی

بنیاد ملی کارآفرینی محتوای دیجیتال افتتاح شد

بنیاد ملی کارآفرینی محتوای دیجیتال صبح روز گذشته با حضور سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، محمد شریعتمداری وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی و پیروز حناچی شهردار تهران افتتاح شد تا شاهد هم‌افزایی بیشتر بازیگران و فعالان اصلی حوزه محتوای دیجیتال باشیم. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بنیاد ملی کارآفرینی محتوای دیجیتال صبح دیروز با حضور سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، محمد شریعتمداری وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی و پیروز حناچی شهردار تهران افتتاح شد. این مرکز به عنوان نخستین نهاد و مرجع کسب و کارهای حوزه محتوای دیجیتال فعالیت خود را آغاز کرد تا فعالیت‌ها در این حوزه را رونق دهد. کسب و کارها بر پایه محتوای دیجیتال در این مرکز رشد می‌کنند و هم‌افزایی بازیگران و فعالان اصلی این حوزه در آن شکل می‌گیرد. علاوه بر این فعالیت آن رونق زیست‌بوم حوزه محتوای دیجیتال اشتغال‌زایی و کارآفرینی را به دنبال دارد. این مرکز با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی راه‌اندازی شد. بنیاد ملی کارآفرینی محتوای دیجیتال همچون چتری است تا تمام بازیگران و فعالان این حوزه در زیر آن قرار می‌گیرند و به توانمندشدن فناوران و شرکت‌های دانش‌بنیان کمک می‌کنند تا بازار داخلی و خارجی مناسبی برای آنها ایجاد شود. در این مرکز در آغاز فعالیت ۴ مگا پروژه «گيگول دات کام»، «بران ۲۶۰»، «بلوج باکس» و «دوزلفون» اجرایی می‌شود و در سطح کشور گسترش می‌یابد.

داستان کارآفرینان بزرگ از یک محیط کوچک شروع شده‌است

در مراسم افتتاح این مرکز سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه داستان کارآفرینی تمام استارت‌آپ‌ها از گوگل و مایکروسافت تا استارت‌آپ‌های داخلی مانند دیجیکالا و اسنپ یکی است، بیان کرد: همه آنها از یک زیرزمین و محیط کوچک فعالیت خود را شروع کردند. این نشان می‌دهد توسعه مراحل کار برای گسترش فعالیت‌ها و رسیدن به کسب و کار موفق باید طی شود. ستاری در ادامه با اشاره به اینکه اگر در بازار محصولات فرهنگی چینی و آمریکایی فروش می‌رود بدین معنا است که شرکت‌های داخلی در حال باخت هستند، ادامه داد: باید استارت‌آپ‌های این حوزه را توسعه دهیم تا شرکت‌های دانش‌بنیان هم گسترش یابند. در این زمینه حوزه فناوری‌های نرم و توسعه کسب و کارهای این حوزه یکی از اولویت‌های معاونت علمی و فناوری است.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان در ادامه زبان فارسی را مورد اشاره قرار داد و گفت: نهمین زبان اینترنت متعلق به کشورمان است در صورتی که از نظر جمعیت این مزیت را نداریم. آپارات با زبان فارسی جزو ۱۰۰ سایت پربیننده دنیا است. پس این حوزه محلی برای توسعه زبان فارسی است.

تفکر حاکم بر نوآوری بر صنعت کشور حاکم شده است

محمد شریعتمداری، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز که در این مراسم حضور داشت با بیان اینکه تفکر نوآوری بر صاحبان کارخانه‌های قدیمی حاکم شده است، گفت: تقاضاها برای ایجاد کارخانه‌هایی با این نوع تفکر آغاز شده است و هر روز بر تعداد افرادی که با نگاه فناورانه

مدرسه خلاقیت؛ پایگاه اولیه مسیر نخبگی

روز در سال (روز عاشورا) فعالیت‌های خود را متوقف می‌کرد. در بخش دیگری از این مراسم، علیرضا سعیدی؛ رئیس بنیاد نخبگان استان کرمان به تعریف نخبه و استعدادپرتر از نگاه سمد راهبردی کشور در امور نخبگان پرداخت و مهمترین ویژگی نخبگان را تأثیرگذاری بی‌نظیر آنان در جامعه بومی دانست و یادآور شد: مدرسه خلاقیت یکی از پایگاه‌های اولیه مسیر نخبگی است. وی با اشاره به اینکه شروع این مدارس از استان فارس بود، ادامه داد: اولین دوره مدرسه خلاقیت در سطح استان فارس اجرا شد و هم‌زمان با برگزاری مرحله اول این برنامه، همکاران بنیاد نخبگان استان کرمان و اتاق بازرگانی استان نیز آموزش‌های لازم را برای برگزاری این مدرسه فراگرفتند. سعیدی در ادامه با اشاره به تفاوت‌ها و خاصه‌های اقتصاد دانش‌بنیان و اقتصاد نفتی، اظهار داشت: در اقتصاد نفتی، متخصص برای فعالیت در صنایع دولتی تربیت می‌شود و آموزش می‌بیند؛ به همین دلیل خلاقیت و نوآوری را به خوبی نیاموخته است؛ این موضوع یکی از عوامل ظهور پدیده مدرک‌گرایی شد.



معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه حرکتی جدید در شهر مشهد آغاز شده است تا تبدیل به شهری هوشمند و نوآور شود، گفت با این کار از جوانان و توانمندی‌های آنها برای اداره شهر بهره برده می‌شود.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، رئیس بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان نیز به خوبی در این شهر در حال فعالیت هستند و مشکلات آنها بررسی و حل می‌شود اظهار کرد: اما نکته مهم زیست‌بوم ایجادشده در این استان است که باعث به کارگیری این سرمایه‌ها می‌شود. ستاری در ادامه به قانون حمایت از موسسات و شرکت‌های دانش‌بنیان اشاره کرد و گفت: در قالب این قانون بیش از ۱۴۰ خدمت به شرکت‌های فناور و دانش‌بنیان ارائه می‌شود. این خدمات متنوع است و از صادرات تا معافیت مالیاتی و کمرگی را شامل می‌شود. با این قانون زمینه برای فعالیت گسترده‌تر این شرکت‌ها فراهم می‌شود. این

شرکت‌ها سال گذشته بیش از ۲۰ هزار میلیارد تومان از بانک‌ها تسهیلات دریافت کردند البته این رقم به جز تسهیلات دریافت‌شده از صندوق‌های پژوهشی است. وی در پایان تاکید کرد: باید این نکته را در نظر داشت که این شرکت‌ها با وام شکل

کسب و کار



بی تفاوتی دوباره اپل به

تیم کوک به دانشگاه

از مقامات بلندپایه حکومت پکن، مارک ز سرمایه‌گذاری «بریر» هم در این هیأت حضور تیم کوک تنها فرد شاخص دنیای فناوری نب معرفی ریاست وی است که باعث شده صدای هم اپلیکیشن ردیابی HKmap.live را که معترضان هنگ‌کنگی کمک می‌کرد، بر اثر فشح حالا اقدام تیم کوک باعث شده کاسه صبر م اعتراض‌ها تا جایی بالا گرفته که گروهی

انتصاب تیم کوک به عنوان رئیس هیأت مشاور مدرسه اقتصاد دانشگاه چینهو در گرماگرم اعتراضات هنگ‌کنگ، اپل را آماج انتقاد قرار داده است. به گزارش دیجیاتو، دانشگاه دولتی چینهو یکی از بهترین مراکز آموزشی آسیاست و بیش از یک قرن از تاسیس آن می‌گذرد. این مرکز در زمینه تحقیقات علوم و فناوری دستاوردهای برجسته‌ای داشته و سالانه هزاران دانش آموز چینی برای راهیایی به آن با هم رقابت می‌کنند. همین عوامل باعث شده تیم کوک عضویت در هیأت مشاور دانشگاه چینهو را برای سه سال بپذیرد و ظاهرا ریاست این هیأت را نیز برعهده خواهد داشت. پیش از این بسیاری

مشهد به شهری هوشمند تبدیل می‌شود

نمی‌گیرند و سرمایه‌گذاری خطرپذیر آن چیزی است که باعث توسعه استارت‌آپ‌ها می‌شود. سوزنا ستاری در ادامه سفر یک روزه‌اش به استان خراسان رضوی از کارخانه نوآوری مشهد دیدن کرد. این کارخانه با هدف کمک به شناسایی افراد توانمند و



فعالان حوزه فناوری‌های نوین و مرجعی برای معرفی فناوری‌ها و استارت‌آپ‌های توانمند به سرمایه‌گذاری در شق کشور شکل گرفته است. ایجاد ارتباط با متخصصین در فازهای توسعه‌ای، تعامل صاحبان استارت‌آپ‌ها با هم، تجمع منابع شهری در یک مرکز، ایجاد فضای تعاملی زیست‌بوم کارآفرینی و نزدیک کردن شتاب‌دهنده‌ها از دیگر ماموریت‌های کارخانه نوآوری مشهد است. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین از مرکز رشد فرهنگی پارک علم و فناوری استان خراسان رضوی دیدن کرد. این مرکز رشد با اولویت قرار دادن هنرهای تصویری، رسانه‌های مجازی، ورزش و سرگرمی

و میراث فرهنگی ۲۹ تیم را در دل خود جای داده است. شتاب‌دهنده هاوش که در این مرکز رشد قرار دارد با هدف تقویت زیست‌بوم استارت‌آپی منطقه با توانمندی و تأثیرگذاری در حوزه صنایع خلاق ایجاد شده است.



پرواز در سرعت‌های مافوق صوت با موتور رم جت ایرانی

ایران با تلاش یک شرکت دانش‌بنیان داخلی به لیست کشورهای دارای فناوری موتور رم جت که یک فناوری پیچیده در حوزه صنعت هوافضا است پیوست. ایران هنوز روزهای وابستگی وارداتی به ملزومات و قطعات هواپیما را در خاطر دارد. روزهای پرتلاطم جنگ که تمام دنیا مقابل ایران قد علم کرده بودند و فکر پا گذاشتن به خاک ایران را در سر می‌پروراندند بی‌خبر از اینکه در این بحبوحه جنگ و کمبود امکانات جوانان ایرانی در خفا و زیر آتش دشمن در حال طراحی تجهیزات جنگی و هوایی هستند. نسل این جوانان پرتلاش و امیدوار کشور در تاریخ امتداد یافت تا به امروز. امروز کشورمان در زمینه‌های مختلف علمی و فناوری پرچمی بالاتر از برخی کشورهای دیگر دارد و قدم‌های بلندتری در این عرصه برداشته است. تاریخ هرگز فراموش نمی‌کند که جوانان ایران زمین در مقابل سدهای محکم تحریم و احتکار دیگر کشورها ایستادند و با تلاشی مضاعف توانستند صنایع کشور را با ابتکاران و ایده‌های خلاقانه سرپا نگه دارند.

یادداشت

در اولین همایش فناوری و نوآوری دانشگاه آزاد مطرح شد

باید نیروی انسانی کارآفرین و خلاق در دانشگاه آزاد تربیت کنیم

آموزش‌محور بودند، در پاسخ به این نیاز به دانشگاه‌های نسل دوم با رویکرد پژوهش‌محوری تغییر می‌کردند.

وی ادامه داد: مأموریت معاونت تحقیقات، فناوری و نوآوری ایجاد و ساماندهی موسسات فناوری و سایر زیرساخت‌های موردنیاز جهت تبدیل دانشگاه آزاد اسلامی به دانشگاهی با مسئولیت اجتماعی و نقش موثر در پیشرفت کشور است.

دهقانی فیروزآبادی تاکید کرد: ایجاد معاونت تحقیقات، فناوری و نوآوری محصول یک تفکر شیک و لاکچری نیست، بلکه نتیجه تفکر و احساس ضرورت برای پاسخگویی به نیاز جامعه است، بنابراین باید نیروی انسانی کارآفرین و خلاق در دانشگاه آزاد اسلامی تربیت کنیم.

براساس اعلام روابط عمومی دانشگاه آزاد، نخستین همایش فناوری و نوآوری دانشگاه آزاد اسلامی صبح روز گذشته با حضور دکتر علی‌اکبر ولایتی رئیس هیأت موسس و هیأت امنای دانشگاه آزاد اسلامی، دکتر محمدمهدی طهرانچی رئیس دانشگاه آزاد اسلامی، دکتر بیژن رنجبر قائم مقام رئیس دانشگاه آزاد اسلامی و دکتر روح‌الله دهقانی فیروزآبادی معاون تحقیقات، فناوری و نوآوری دانشگاه در سالن همایش هتل فرهیختگان سازمان مرکزی آغاز شد. این همایش با محوریت تبیین و عملیاتی کردن سیاست‌های معاونت تحقیقات، فناوری و نوآوری برگزار می‌شود.

در این همایش رؤسای مراکز، استان‌ها، معاونت‌های پژوهش و فناوری، معاونت‌های توسعه مدیریت و منابع و مدیران مراکز رشد واحدهای سراسر کشور دانشگاه آزاد اسلامی حضور دارند.

در طول سه روز برگزاری این همایش، کارگاه‌های تخصصی متعدد ازجمله کارگاه «اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه سرمایه‌گذاری دانش‌بنیان»، کارگاه «امور کارآفرینی و مراکز رشد»، کارگاه «سیاست‌گذاری و نظارت راهبردی»، کارگاه «ایجاد و توسعه آموزش‌های فناوری و خلاقیت» و کارگاه «امور پارک علم و فناوری و شرکت‌های دانش‌بنیان» برگزار خواهد شد.

گردش مالی رسانه‌های دیجیتال در جهان چقدر است؟

وجود ظرفیت بالا برای ایجاد هزاران کسب و کار و توسعه بازار در داخل و خارج است.

شریعتمداری تاکید کرد: امروز در مراسم تأسیس بنیاد ملی کارآفرینی با محتوای دیجیتال از این اقدام مبارک استقبال می‌کنیم و آن را یک اتفاق اقتصادی خوب می‌دانیم، همچنان که در اجلاس سازمان جهانی کار موضوع بازار کار مطرح شد و نشان داد که دنیا به سمت فضای جدید کسب و کار حرکت می‌کند.

وزیر کار همچنین در جمع خبرنگاران درباره انتخاب رئیس جدید صندوق بازنشستگی کشوری توضیح داد: وزیر کار می‌تواند به شکل قانونی در کل صندوق‌ها مدیران را تا شش ماه به عنوان سرپرست منصوب کند و سرپرست‌ها کلیه اختیارات مدیران را دارند.

وی تاکید کرد: به دلیل آنکه در اجرای تبصره یک ماده ۱۷ قانون جامع ساختار نظام تأمین اجتماعی کشور اختلاف نظر وجود داشت برای رسیدگی به این اختلاف نظرها بین دو معاونت اداری استخدامی و حقوقی رئیس جمهوری مذاکراتی صورت گرفت که هفته پیش در جلسه دولت برای این موضوع تصمیم‌گیری و مقرر شد سازمان اداری -استخدامی از بین ۱۴ پیشنهادی که برای معاونت‌ها و ریاست صندوق بازنشستگی کشوری ارائه کردیم بررسی‌های لازم را صورت داده و نتیجه نهایی را اعلام کند.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی گردش مالی صنعت رسانه و سرگرمی را ۲۲۰۰ میلیارد دلار ذکر کرد و گفت ۱۰ هزار میلیارد تومان از حجم فعالیت‌های کشور در بخش کسب و کار مربوط به حوزه دیجیتال است. به گزارش ایسنا، محمد شریعتمداری در مراسم افتتاح بنیاد ملی کارآفرینی تولید محتوای دیجیتال اظهار کرد: این بنیاد شروع مبارکی است و تلاش می‌کنیم هر ماه از کارهای جدید در یک زیست‌بوم مناسب پردرمداری کنیم تا به جایگاه مناسب خود در این عرصه برسیم. شاید به عنوان دولت نتوانیم زیست‌بوم دیجیتال ایجاد کنیم اما می‌توانیم در ایجاد فضای مناسب برای گسترش این قبیل کسب و کارها اقدام کنیم.

وی گردش مالی صنعت رسانه و سرگرمی را ۲۲۰۰ میلیارد دلار ذکر کرد و گفت: از این میزان ۱۲۰۰ میلیارد دلار در اختیار رسانه‌های دیجیتال، ۲۶۰ میلیارد دلار در بخش انیمیشن و ۲۴۰ میلیارد دلار به بازار تبلیغات دیجیتال اختصاص دارد.

وزیر کار با بیان اینکه باید به سهم ۴۰ برابری در بخش انیمیشن و ۱۴ برابری در بخش تولید محتوای دیجیتال برسیم، افزود: اگر ایران بتواند به اندازه سهم جمعیتی یک درصدی خود از بازار محتوا و رسانه‌های دیجیتال، بازار خلق کند باید بازارهای موجود در حوزه محتوا و رسانه دیجیتال بیش از ۱۳ برابر و در حوزه انیمیشن بیش از ۴۰ برابر شود که این امر بیانگر

تجهیز نواحی نوآوری را با تمام توان حمایت می‌کنیم

رضوی را مورد توجه قرار داد و اظهار داشت: این استان از لحاظ علمی از پیشینه بزرگی برخوردار است و البته زیست‌بوم علمی و فناوری این استان در سال‌های اخیر از پیشرفت چشمگیر برخوردار بوده است. ستاری در ادامه این جلسه رویکرد

شرکت‌های دانش‌بنیان درباره تأمین نیازهای مردم گفت: شرکت‌های دانش‌بنیان و بخش خصوصی با همکاری یکدیگر و از طریق مسیرهایی که خود آن را به دست آوردند می‌توانند نیازهای مردم را به طور کامل پاسخ دهند. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در ادامه این جلسه با بیان اینکه با تمام توان از جوانان خلاق و فنآور و استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت می‌کنیم، گفت: بیش از ۱۴۰ خدمت برای آنان در نظر گرفته‌ایم و این خدمات حوزه‌های گوناگونی را در برمی‌گیرد. ماسا به این روند حمایتی خود ادامه می‌دهیم. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در ادامه این جلسه نگاه حاکم بر نوآوری در مشهد را قابل

ملاحظه دانست و گفت: خوشبختانه دیدگاه خوبی بر فضای شهر درباره نوآوری وجود دارد. پارک علم و فناوری، مراکز رشد و شرکت‌های دانش‌بنیان با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی می‌تواند به زیست‌بوم نوآوری این استان رونق بخشد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری و کارخانه نوآوری باید در شهرها ایجاد شوند، گفت با تمام توان از تجهیز نواحی نوآوری حمایت می‌کنیم. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا ستاری در آخرین بخش از سفر یک روزه به استان خراسان در جلسه کارگروه اقتصادی، اشتغال و سرمایه‌گذاری شرکت کرد. رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان با بیان اینکه نگاه استخدامی از بروز خلاقیت جلوگیری می‌کند، رئیس بنیاد ملی نخبگان در ادامه تفکر اشتباه خام‌فروشی را مورد توجه قرار داد و گفت: از سال‌ها قبل این رویه اشتباه وجود داشته است که می‌تواند تکنولوژی را با خام‌فروشی به دست آورد اما این تفکر با یک کار فرهنگی باید اصلاح شود و بداییم که تکنولوژی خریدنی نیست. معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در ادامه ظرفیت‌های انسانی استان خراسان



اعتراضات هنگ‌کنگ

دولتی چین پیوست

دموکرات از جمله «الکسندر یا اکاسیو کورتز» و تد کروز با ارسال نامه‌ای اقدام کوک را نکوهش کرده‌اند:

مصرانه از اپل می‌خواهیم برای اثبات اینکه به ارزش‌هایی بالاتر از حضور در بازار چین پایبند است و همچنین ایستادن در کنار زنان و مردان شجاعی که در هنگ‌کنگ برای حقوق اولیه و کرامت خود مبارزه می‌کنند، از این کار صرف نظر کند.

تیم کوک با ارسال نامه‌ای به کارکنان اپل از حذف اپلیکیشن دفاع کرده و ردیابی نیروهای پلیس را عملی خطرناک خوانده بود، بنابراین احتمال انصراف وی از حضور در هیأت دانشگاه چین‌هوا هم چندان زیاد نیست.

اخلاق نخبگی باید بر مبنای کنشگری نخبگان متمرکز شود

و دیگران، نگرش نخبگان به دیگر نخبگان و اصول و مهارت‌های ارتباط اخلاقی با محیط و دیگران را تشریح کرد و اظهار داشت: نگرش به خود، اتکا به حقیقت تعالی، توجه به نعمت‌ها و آلا (سرمایه‌ها)، توکل و تسلیم، به

جای خوداتکایی، احساس مسئولیت به جای احساس مزیت، توجه به داشته‌های بالفعل به جای فریب سرمایه‌های بالقوه، زکات سرمایه و علم به جای تکاثر، فضیلت تحرک به جای سکون از مهمترین ارکان اخلاق نخبگی در نگرش به خود است.

وی با اشاره به موضوع نگرش نخبگان به جامعه و دیگران، اضافه کرد: نخبه، محصول جامعه است نه تافته جدابافته و حاکم بر آن (کبر یا تواضع)، دغدغه خدمت کردن به جای خدمت شدن (قضا، حوائج یا کل بر دیگران)، به رسمیت شناختن و احساس مسئولیت نسبت به دیگران (مودت و مواسات و...)، نگاه واقعی

به جای کلیشه ذهنی به اصناف اجتماعی (عدم قضاوت و واقع‌گرایی و عدم سوءظن)، احترام به فضیلت، تخصص و تجارب دیگران (رعایت معیارهای فضیلت) از مهمترین موضوعات این محور است.

کارگاه آموزشی اخلاق نخبگی به همت بنیاد نخبگان استان خراسان رضوی و با همکاری مرکز تبلیغات اسلامی استان برگزار شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در ادامه برگزاری کارگاه‌ها و نشست‌های توان‌افزایی و مهارت‌آموزی مستعدان‌برتر، کارگاه آموزشی اخلاق نخبگی به همت بنیاد نخبگان استان خراسان رضوی و با همکاری مرکز تبلیغات اسلامی استان برگزار شد.

در این کارگاه، حجت‌الاسلام والمسلمین مجتبی الهی خراسانی؛ مدرس حوزه و دانشگاه با بیان اینکه نخبه مفهومی متمایز با تیزهوش، استعداد درخشان و متخصص است، گفت: اخلاق نخبگی شاخه‌ای از اخلاق کاربردی و حرفه‌ای است که با توجه به اصلاح درک از نخبگی، باید روی حوزه کنشگری نخبگان و محرک‌ها و همچنین بینش‌های پایه در این کنشگری متمرکز باشد.

حجت‌الاسلام والمسلمین الهی خراسانی در ادامه سرفصل‌های اخلاق نخبگی با رویکرد اسلامی از قبیل نگرش به خود، نگرش نخبگان به جامعه



ترندها در فعل و انفعالات اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی با ارائه روش‌ها و پلتفرم‌های جدید برای بهره‌برداری از خدمت خود، همواره در مسیر تکامل و سازگاری با شیوه استفاده کاربران از آن حرکت می‌کنند. صرف نظر از استفاده شخصی، رسانه‌های اجتماعی برای کسب و کارهای خواستار شناسایی، به رسمیت شناختن و دسترسی گسترده‌تر، سودمند هستند. ادغام با فناوری هوش مصنوعی (AI) به منظور توسعه تجربه استفاده از رسانه‌های اجتماعی از طریق ابزارهای مختلفی برای هدف قرار دادن مخاطبان مناسب انجام می‌شود. در واقع، هوش مصنوعی با ایجاد امکان کسب یک تجربه کاربری بهتر در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، این سفر را برای کسب و کارها آسان می‌کند.

اتوماسیون و چت‌بات‌ها

کسب و کارها دیگر بیش از این نمی‌توانند از ارزش افزوده و خدمات چت‌بات‌ها چشم‌پوشی کنند زیرا آنها فرصت مناسب را برای پاسخ‌ها و جواب‌های خودکار به عنوان شکلی از یک مکانیسم بازخورد پیشنهاد می‌دهند. امروز مشتریان هنگام انتخاب یک محصول یا خدمت خاص، گزینه‌های متنوعی را در اختیار دارند و هرچه زمان پاسخگویی یک کسب و کار طولانی‌تر باشد، شانس تغییر آن نیز کاهش می‌یابد. به لطف پاسخ‌دهندگان خودکار، نسبت به گذشته، تعداد بیشتری از تراکنش‌ها بدون هرگونه تعامل انسانی انجام می‌شوند و هنگام خواب به طور موثری محصولات یا خدمات شما به فروش می‌رسند.

اتخاذ و پذیرش واقعیت مجازی و واقعیت افزوده

اخیرا بیش از ۵۰ درصد سرمایه‌گذاری‌ها در Silicon Valley با فناوری واقعیت مجازی (VR) ارتباط دارد که نشانه روشنی از تاثیر و اهمیت آن است، به خصوص وقتی که ادغام سریع آن با رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری برای کاوش بیشتر در قلمرو ارتباطات محسوب می‌شود. کنار آن واقعیت افزوده وجود دارد که برای کمک به کسب و کارها به آنها پیشنهاد یک نگاه فوری به محصول، خدمت یا تجربه‌شان را داده است. با ایجاد تعادل، بخش اوقات فراغت و سرگرمی بیشترین منفعت را از فناوری‌های واقعیت افزوده (AR) و واقعیت مجازی (VR) می‌برد.

همه چیز درباره جذابیت است

با توجه به نتایج یک نظرسنجی در سال ۲۰۱۷، اینستاگرام به عنوان بدترین شبکه رسانه‌های اجتماعی برای سلامت روان و تندرستی ارزیابی شد و این پلتفرم سطح اضطراب و نگرانی را در افراد بالا می‌برد. به گفته کارشناسان نمایش عمومی لایک‌ها تاثیرات منفی قابل توجهی را بر روی اشخاص می‌گذارد. در واکنش به این تحقیقات، اینستاگرام دیگر بعد از این، تعداد لایک‌ها را در قالب یک طرح آزمایشی نشان نخواهد داد. به این ترتیب روش استفاده از پلتفرم فوق تغییر خواهد کرد که این موضوع به خصوص در مورد اینفلوئنسرها مصداق دارد. معیار اصلی برای محبوبیت آنها تعداد افرادی هستند که به سوی آنها جذب می‌شوند. به هر حال، این موضوع بر روی اهمیت اظهارنظرها تاکید می‌کند و جایگاه آنها را به عنوان منبع اصلی تاثیر واقعی یک شخص یا برند بالا می‌برد.

تبلیغات تاثیر گذار؛ پیمان پالاتو

پالاتو، که در قاره اقیانوسیه قرار دارد، سیزدهمین کشور کوچک دنیاست، اما همین کشور بسیار کوچک همیشه مورد توجه گردشگران بوده است. همین موضوع مردم کشور را نگران محیط‌زیست‌شان کرده بود، آنها می‌خواستند کشورشان سالم بماند. منابع آب کشور بسیار محدود بود و همچنین خدمات درمانی برای گردشگرانی که وارد می‌شدند کافی نبود، در عین حال صخره‌های مرجانی و حیات‌وحش کشور در معرض خطر قرار داشتند.

۸۵درصد تولید ناخالص ملی کشور از صنعت گردشگری تامین می‌شد، پس می‌بایست ضمن حمایت از این صنعت، به روش‌هایی پایدار برای حفاظت از کشورشان می‌انديشیدند. در کمتر از سه سال قبل گروهی از داوطلبان با نمایندگان دولت جلسه گذاشتند و پروژه میراث پالاتو را برای تغییر رفتار ۱۶۰هزار گردشگری آغاز کردند که سالانه به آنجا می‌آمدند.

آنها با همکاری آژانس هاست/ هواس استرالیا (Host/Havas) کمپینی طراحی کردند که مطابق با آن هر گردشگر می‌بایست از محیط‌زیست و فرهنگ پالاتو محافظت می‌کرد: پیمان پالاتو.

بریف کمپین برای شرکت هاست / هواس چیزی نامتعارف بود و در قلمرو فعالیت‌های تبلیغاتی نمی‌گنجید. شرکت هواس تحقیقاتش را در مورد بازار هدف که بیشتر گردشگرانی از چین، کره جنوبی و ژاپن بودند، آغاز کرد. رفتارهای فرهنگی متفاوتی بین این مسافران دیده می‌شد، اما تیم هواس باور داشت که برای تغییر رفتار آنها باید به نقطه اشتراکی برسد؛ انسان دوستی.

آنها به این نتیجه رسیدند که از بازدیدکنندگان پالاتو بخواهند کاری برای بچه‌های این کشور انجام دهند. همه دل‌شان می‌خواهد دنیای بهتری برای بچه‌ها باقی بگذارند و این مفهوم در تمام فرهنگ‌ها ارزشمند است. پس از این مرحله بود که دریافتند باید کاری کنند تا هر کسی که وارد کشور می‌شود، در این کمپین شرکت کند. به این ترتیب تمام گردشگرانی که وارد پالاتو می‌شدند، در پاسپورت‌های‌شان مهری می‌خورد که آنها را متعهد به انجام برخی کارها می‌کرد. آنها زیر نوشته مهر را امضا می‌کردند و در کنار این توافق‌نامه آموزش‌ها و راهکارهای عملی‌ای نیز برای مدت اقامت‌شان در این کشور دریافت می‌کردند تا به منابع طبیعی این کشور آسیب نرسانند.

سلبریتی‌ها (مانند دی‌کاپریو) و فعالان محیط‌زیست زیادی از این طرح استقبال کردند و کمپین توانست جایزه مداد سیاه D&AD و سه جایزه بزرگ کن‌لاین را از آن خود کند.

پیمان شاعرانه پالاتو از این قرار است:

بچه‌های پالاتو،

من پیمان می‌بندم که از سرزمین منحصربه‌فرد و زیبای شما محافظت کنم.

عهد می‌بندم که به آرامی گام بردارم، با مهربانی عمل کنم و با فکر سیاحت کنم.

چیزی را که به من تعلق ندارد از آن خود نمی‌کنم.

به چیزی که آسیبی به من نمی‌زند، آسیب نمی‌زنم.

تنها ردپای من در اینجا، چیزی است که پاک خواهد شد.

منبع: mbanews

بازاریابی دیجیتال همراه با تکنیک‌های به‌روز

بهترین تکنیک‌های بازاریابی دیجیتال در سال ۲۰۱۹



کمتر کسی زحمت مراجعه حضوری به فروشگاه‌ها برای خریدهای پیش پا افتاده را می‌دهد. البته این امر به نوع متفاوتی بر روی بازاریابی و تبلیغات خرده‌فروشی‌های فیزیکی تاثیر گذاشته است. به هر حال در حوزه فروش آنلاین و بازاریابی دیجیتال باید به نظرات کاربران اهمیت داد. اغلب سایت‌های فروش آنلاین بخش نظرات کاربران دارند. این امر به کاربران فرصت اظهار نظرات‌شان را می‌دهد. جالب اینکه اغلب خریدارهای محصولات نیز در ذیل پست محصول در خرده‌فروشی‌های بزرگ کامنت می‌گذارند. امروز یکی از استفاده‌های اصلی از آمازون، نه خرید محصول، بلکه بررسی آن براساس نظرات خریدارهای قبلی است.

بی‌تردید محصولات همیشه با نظرات مثبت مواجه نیستند. دریافت نظرات منفی بخشی از ماهیت کسب و کار محسوب می‌شود. به همین خاطر باید به آنها توجه ویژه‌ای داشت. نحوه برخورد ما با نظرات منفی باید براساس درک هسته اصلی انتقادات و تلاش برای پاسخگویی به آنها باشد. این امر فقط پاسخگویی زبانی را شامل نمی‌شود. نمایش اراده قوی برندمان برای تغییر شرایط اهمیت بسیار بالایی خواهد داشت. به این ترتیب امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان به بهترین وجه فراهم می‌شود.

۵. اهمیت بازاریابی محتوایی

دنیای بازاریابی دارای زیرساخت‌ها و الگوهای بسیار زیادی است. متأسفانه اغلب برندها نسبت به این الگوهای مختلف شناخت کافی ندارند. به همین خاطر در عمل فقط به یک شیوه، آن هم ناقص، اکتفا می‌کنند. وقتی از بازاریابی محتوایی صحبت می‌کنیم، باید پیوند نزدیک آن با بازاریابی دیجیتال را مدنظر داشته باشیم. عضویت فعال در شبکه‌های اجتماعی و مدیریت سایت رسمی پیش‌نیازهای اساسی در این حوزه محسوب می‌شود. این امر امکان بارگذاری محتوای تولیدی برندمان و جلب نظر مخاطب را می‌دهد.

مهم‌ترین نکته مدنظر من درباره بازاریابی محتوایی توجه به سلیقه مشتریان است. در این میان چند امر باید مدنظر قرار گیرد. نخست اینکه بازاریابی محتوایی شامل شیوهایی برای بهبود وضعیت کلی برندمان است. به همین خاطر شناخت دقیق مخاطب هدف و سلیقه وی اهمیت پیدا می‌کند. تا اینجا من بحث تازه‌ای طرح نکردم. نکته تازه ماجرا ضرورت به‌روز رسانی مداوم شناخت ما از مشتریان است. فقط در این صورت امکان تاثیرگذاری مداوم بر روی آنها فراهم خواهد شد. در غیر این صورت فعالیت برند ما حالت شانس به خود خواهد گرفت. بحث دوم، توجه به عدم ساختار یکدست مشتریان است. مشتریان هر برندی طیف وسیعی از افراد را شامل می‌شود. به همین خاطر باید توجه ویژه‌ای به سلیقه آنها داشت. بخش توسعه و تحقیق هر برند وظیفه طبقه‌بندی مشتریان مختلف و شخصی‌سازی محتوا برای هر کدام از آن گروه‌ها را خواهد داشت.

۶. ضرورت سازگاری محتوا با گوشه‌های هوشمند

امروزه همه ما با گوشه‌های هوشمندمان پیوند یافته‌ایم. بر این اساس برندها و بازارب‌ها باید به فکر استفاده از گوشه‌های هوشمند در راستای اهداف‌شان باشند. براساس آمار موسسه Inc اکنون ۰۸درصد از کاربران اینترنت با استفاده از گوشه‌های هوشمند وارد این فضا می‌شوند. همین امر دامنه مسئولیت برندها را به شدت افزایش می‌دهد.

توصیه من در این بخش به طور مشخص معطوف به سایت رسمی برندهاست. هنوز هم بسیاری از سایت‌ها سازگاری لازم با گوشه‌های هوشمند را ندارند. این امر به معنای از دست رفتن بخش وسیعی از مخاطب بالقوه برندها خواهد بود. بنابراین اقدام فوری و حیاتی برند ما باید ایجاد سازگاری با شرایط نمایش مطلوب محتوای سایت در گوشه‌های هوشمند باشد. این امر به سادگی با استفاده از توصیه‌های یک مشاور توسعه سایت امکان‌پذیر خواهد بود، بنابراین نیازی به انجام کارهای دشوار و پیچیده نیست.

۷. مفهوم بازاریابی دوباره

بازاریابی دوباره مفهومی ساده‌ای است. این امر شامل شناسایی بازدیدکنندگان اخیر سایت‌مان و تلاش برای نمایش تبلیغات برندمان به آنها از طریق سایت‌های دیگر است. در اینجا هدف اصلی بازگرداندن مخاطب‌های از دست رفته برندمان است. به همین خاطر نیز نام آن بازاریابی دوباره است. گاهی اوقات بازاریابی دوباره نه با هدف جلب نظر مخاطب، بلکه یافتن ایرادهای برنامه بازاریابی دیجیتال برندها انجام می‌شود. در این حالت هدف اصلی پیشگیری از بروز اشتباهات مشابه در آینده است. خوشبختانه کاربران در چنین مواردی با روی باز پذیرای برندها هستند، بنابراین از خوش‌برخوردی کاربران نهایت استفاده را ببرید.

فهم نقاط ضعف برندمان در تعامل با مشتریان اهمیت بسیار بالایی دارد. این امر به ما اعتماد به نفس لازم برای تلاش بیشتر و کسب رضایت مخاطب را می‌دهد. به علاوه، شاید مخاطب موردنظر نیز دوباره در دامنه مشتریان برند ما قرار گرفت.

منبع: noobpreneur

اتکارناپذیری بر روی دآوری کاربران از برند ما خواهد داشت. به همین خاطر توصیه من تغییر الگوی سایت‌مان از HTTP به HTTPS است. این کار اندکی حالت تخصصی دارد. به همین خاطر همکاری با افراد حرفه‌ای بهترین گزینه خواهد بود.

۲.بازاریابی با استفاده از موتورهای جست‌وجو

استفاده از موتورهای جست‌وجو در حوزه بازاریابی فقط معطوف به مدیریت سئو نیست. الگوی بازاریابی با استفاده از موتورهای جست‌وجو یا SEM طرفدارهای بسیار زیادی در سراسر جهان دارد. این شیوه شامل تولید محتوای تبلیغاتی برای نمایش در نتایج موتورهای جست‌وجو برای کاربران است، بنابراین نیازمند اختصاص بودجه نسبتاً کلائی نیز خواهد بود. به همین خاطر اغلب برندهای میان‌رده هرگز به سراغ آن نمی‌روند. نکته مهم در اینجا سطح بالای تاثیرگذاری چنین الگویی بر روی مخاطب هدف برندهاست.

گوگل در طول چند سال اخیر به طور مداوم هزینه تبلیغات در موتورش را کاهش داده است. همچنین راه‌اندازی بخش تبلیغات محلی کام بلندتری در راستای جلب نظر برندهای کوچک محسوب می‌شود. همین امر بسیاری از برندهای غیرفعال در زمینه تبلیغات را به سوی اختصاص بودجه‌های کلان کشانده است، با این حساب فعالیت گوگل در زمینه پذیرش تبلیغات تاثیر عمیقی بر روی نحوه عملکرد برندهای کوچک داشته است.

۳. اهمیت جست‌وجوهای محلی

امروزه دنیای آنلاین دسترسی برندها به مشتریان را بسیار ساده کرده است. تا پیش از این ما فقط در بازار مشتریان را ملاقات می‌کردیم، اما اکنون برند علی بابا در چنین امکان جذب مشتری در قالب نیویسورک را دارد. این امر به طور معمول فروپاشی دیوارهای تجارت بین‌الملل خوانده می‌شود، بنابراین اکنون برندها به دنیای جذب مشتریان بین‌المللی نیز هستند. این امر در بسیاری از موارد با دشواری همراه است. به هر حال هیچ برندی در زمینه بازاریابی بدون اشتباه نیست. وقتی پای مشتریان جهانی به برند ما باز می‌شود، جلب رضایت همه آنها بدل به چالشی اساسی خواهد شد.

توصیه بسیاری از کارشناس‌ها در این زمینه استفاده از الگوی برندهای بزرگ و موفق است. این امر مسیر مشخصی پیش روی برندها کوچک‌تر قرار می‌دهد. من نیز بر روی این نکته تاکید دارم. در عین حال یکی از مسائل مهم در اینجا عدم ضرورت توسعه در مقیاس جهانی برای برخی از برندهاست. به عبات دیگر، برخی از برندها به طور طبیعی در مقیاس محلی فعالیت دارند. هیچ انگیزه‌ای هم برای توسعه سطح کسب و کار در آنها دیده نمی‌شود. وضعیت آنها در دنیای بازاریابی دیجیتال چگونه خواهد بود؟ پاسخ مدنظر در اینجا بازاریابی محلی است. شاید این اصطلاح برای شما عجیب به نظر برسد. در این صورت حق با شماست، چراکه این اصطلاح بسیار تازه محسوب می‌شود. بازاریابی محلی در پی استفاده از ابزارهای بازاریابی در راستای توسعه کسب و کار در مقیاس محلی است. به این ترتیب با صرف هزینه‌ای کمتر امکان تحقق اهداف در دامنه‌ای محدود و دقیق‌تر فراهم می‌شود.

یکی از اشتباهات اصلی کارشناس‌ها در این زمینه در تحلیل کمپین بازاریابی ارجاع مداوم به برندهای بزرگ است. بی‌تردید برندهای بزرگ داستان کاملاً متفاوتی از برندهای کوچک دارند. به همین خاطر بخش گسترده‌ای از تجربیات آنها در زمینه بازاریابی جهانی به کار برندهای کوچک نخواهد آمد. به عنوان مثال، اگر برند ما در حوزه تولید پوشاک ورزشی در یک شهر کوچک فعالیت دارد، تلاش برای تقلید از الگوی بازاریابی و تبلیغات نایک امر بهیوده‌ای خواهد بود. در بهترین حالت چنین امری موجب اتلاف بودجه و دریافت نتیجه شانس‌ی خواهد شد، بنابراین ما باید برنامه‌ای مناسب با شرایط برندمان داشته باشیم. برنامه مدنظر من استفاده از موتورهای جست‌وجو برای توسعه کسب و کار در مقیاس محلی است. در این راستا ثبت برندمان بر روی نقشه‌های پرکاربرد ضروری خواهد بود. امروزه مهم‌ترین نقشه‌های آنلاین جهان گسولک مپ و ایل مپ است. دوانسی در این مورد به تجربه مشترک تمام کاربران گوشه‌های همراه در جست‌وجو‌ها آدرس‌های مختلف با استفاده از دو نرم‌افزار فوق اشاره می‌کند. بدون تردید ما بارها و بارها از این نرم‌افزارها استفاده خواهیم کرد. هماهنگی برندها با این نرم‌افزارها اهمیت بسیار بالایی دارد. به ویژه برندهای فعال در زمینه خرده‌فروشی از این طریق امکان جلب مشتریان را به فروشگاه‌شان را خواهند داشت.

۴. توجه به نقطه نظرات آنلاین کاربران

امروزه امکانات خرید آنلاین بیش از هر زمان دیگری افزایش یافته است. این امر به لطف ظهور غول‌های نظیر آمازون و علی بابا ممکن شده است. تا پیش از این عادت جمعی همه ما مراجعه به فروشگاه‌های زنجیره‌ای یا خرد برای خرید محصولات بود، با این حال امروزه ماجرا به طور کلی متفاوت شده است. اکنون

به قلم: ایوان ویدجا یا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه:علی آل‌علی

بازاریابی دیجیتال یکی از مفاهیم مهم در توسعه هر کسب و کاری محسوب می‌شود. امروزه بدون استفاده مناسب از بازاریابی دیجیتال فرصت‌های طلایی زیادی از دست برندها می‌رود. به همین خاطر اغلب برندها در کسب و کارهای مختلف سرمایه‌گذاری عظیمی بر روی بخش بازاریابی دیجیتال دارند. این امر موجب افزایش رونق فعالیت بازاریاب‌ها، به ویژه بازارب‌های دیجیتال، شده است. بدون شک فعالیت مناسب در زمینه بازاریابی دیجیتال به هیچ‌وجه امر نامطلوبی نیست، نکته مهم در اینجا درک درست و عمیق از مفهوم بازاریابی دیجیتال است، این الگو از بازاریابی به طور طبیعی با تکنولوژی پیوند عمیقی دارد. همین امر موجب تغییر و تحول سریع و پی در پی بازاریابی دیجیتال می‌شود. نگاهی کوتاه به روند تغییر تکنیک‌های بازاریابی دیجیتال در طول یک دهه اخیر به خوبی این ادعا را تایید خواهد کرد. اشتباه بسیاری از برندها بی‌توجهی به بنیادها و اصول اساسی بازاریابی دیجیتال است. وقتی این امر در کنار عدم تلاش برای استفاده از تکنیک‌های بازاریابی جدید قرار گیرد، فاجعه‌ای تمام‌عیار را خواهد ساخت. با توجه به این نکات مشاهده خیل عظیمی از برندهای ناموفق در زمینه استفاده بهینه از بازاریابی دیجیتال تعجب‌برانگیز خواهد بود.

خوشبختانه در حوزه بازاریابی دیجیتال افراد ماهر و متخصص بسیار زیادی در حال فعالیت هستند. یکی از این افراد دوانی هارمون است. وی علاوه بر فعالیت موفق در دنیای بازاریابی به عنوان بازاریاب دیجیتال شرکت مشاوره متاتویا را نیز مدیریت می‌کند. موفقیت شرکت مشاوره‌ای دوانی در زمینه همکاری با برندهای بزرگ به خوبی اعتبار توصیه‌های وی را تضمین می‌کند. به همین خاطر در مقاله فعلی ما به سراغ استفاده از هفت تکنیک برتر و توصیه کاربردی دوانی رفته‌ایم. این امر با هدف بررسی نحوه موفقیت برندها در زمینه استفاده از بازاریابی دیجیتال به شیوه اصولی صورت گرفته است. به این ترتیب شانس برندها برای کاهش اشتباهاتشان در حوزه بازاریابی افزایش چشمگیری خواهد یافت.

پیش از پرداختن به توصیه‌های دوانی باید به یک نکته مهم اشاره کنم. بی‌تردید تکنیک‌های مدنظر دوانی کاملاً جدید و ابداعی نیستند. این ایده‌های پیش از این نیز در دنیای بازاریابی دیجیتال حضور داشته‌اند. خلافت دوانی در کاربست متفاوت این ایده‌های به ظاهر قدیمی و کلاسیک است. نتیجه این کار کسب نتایج بهتر و توانایی در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است.

۱. مدیریت سئو (بهینه‌سازی موتور جست‌وجو)

مدیریت سئو نقطه پیوند هنر و علم محسوب می‌شود. این مفهوم از ابتدای هزاره جدید راه درازی را طی کرده است. من هیچ مفهومی و بخشی در حوزه بازاریابی را مانند مدیریت سئو پر از تغییر و تحول سراغ ندارم. همین امر ویژگی خاصی به مدیریت سئو می‌دهد. برندها به طور معمول برنامه مشخص و از پیش تعیین‌شده‌ای برای مدیریت سئو دارند. بر این اساس تیم بازاریابی شرکت اقدام به جمع‌آوری تعدادی کلیدواژه در زمینه کسب و کار تخصصی شرکت می‌کند. پس از این نوبت به استفاده خلاقانه از کلمات موردنظر در محتوای برند خواهد بود. پس از این مرحله کار مدیریت سئو برندها به پایان می‌رسد.

شاید در نگاه نخست فرآیند مذکور در سطح بالا ایراد چندانی نداشته باشد. به هر حال برندها استفاده از کلمات کلیدی با هدف جلب نظر مخاطب را در دستور کار قرار می‌دهند. نکته اصلی در اینجا غفلت اغلب برندها از آیدیت مداوم کلیدواژه‌هاست. وقتی ما کلیدواژه‌های خود را به طور مداوم اصلاح نکنیم، به تدریج تاثیرگذاری آنها از بین می‌رود. این امر به خوبی در مورد برندهای کوچک و تازه‌کار قابل مشاهده است.

پرسش اصلی در زمینه آیدیت مداوم کلیدواژه‌ها دلیل ضرورت آن است. به راستی آیا چنین فرایند و تلاشی ارزش‌اش را دارد؟ پاسخ من به چنین پرسشی کاملاً مثبت است. اثبات این ادعا از طریق مشاهده روند رو به رشد و تحولات سریع دنیای کسب و کار امکان‌پذیر خواهد بود. امروزه تقریباً تمام حوزه‌های کسب و کار دستخوش تغییر و تحول هستند. همین امر ضرورت به‌روز رسانی مداوم محتوای بازاریابی و تبلیغاتی برندها را ایجاب می‌کند. اگر ما به این نکته بی‌توجه باشیم، چنانکه اغلب برندها هستند، به سرعت جایگاهمان در بازار متزلزل خواهد شد.

استفاده از راهکارهای عمومی و ساده در زمینه مدیریت سئو مطالب سایت همیشه امکان‌پذیر است. در اینجا من قصد بحث تخصصی تر پیرامون مدیریت سئو را نیز دارم. یکی از الزامات این فرآیند تغییر الگوریتم سایت برندمان از HTTP به HTTPS است. بدون استفاده از الگوی HTTPS گوگل سایت ما را نامین شناسایی خواهد کرد. به این ترتیب همیشه پیام اخطار برای کاربران مبنی بر عدم امنیت کافی سایت ما نمایش داده می‌شود. بدون شک مشاهده چنین پیامی تاثیر

ایستگاه بازاریابی

بازاریابی دنج یا نیچ مارکتینگ و تکنیک‌های niche market

بازاریابی دنج یا نیچ مارکتینگ niche market در بیشتر منابع به معنای بازاریابی کنج، گوشه‌ای یا متمرکز ترجمه شده است. در نیچ مارکتینگ بنا اینکه روی بخش کوچکی از بازار تمرکز می‌شود ولی ظرفیت این را دارد که به سرعت موجب رشد یک کسب و کار شود. چراکه در این روش از بازاریابی، شما به دنبال بازار و بخشی از آن هستید که پتانسیل بسیار بالایی در پذیرفتن کالا یا محصول موردنظر شما دارد. شما با هوشمندی در شناسایی کردن بخشی از بازار که رقیب‌های شما کمتر آن را مورد شناسایی قرار داده‌اند یا در آن سرمایه‌گذاری کرده‌اید می‌توانید خودتان را در آن بخش از بازار بدون رقیب فرض کنید.

البته این شناسایی و نحوه بازاریابی در آن بخش، توسط متخصصین مشاوره بازاریابی انجام می‌شود. امروزه، بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ در ایران یا در جهان حضور دارند که برای نفوذ در یک بخش کوچکی از بازار و به دست آوردن مشتریان وفادار و دائمی از نیچ مارکتینگ استفاده می‌کنند. گاهی اتفاق می‌افتد که هدف از نیچ مارکتینگ، بازاریابی برای بخش به خصوص یا کوچکی از بازار بوده است ولی در روند بازاریابی شما با مشتریان زیادی از سایر بخش‌ها نیز مواجه می‌شوید.

نیچ مارکتینگ، روند بازاریابی را برای شما بسیار صریح و راحت‌تر می‌کند، زیرا:

۱- صرفه‌جویی در تبلیغات

از آنجایی که در نیچ مارکتینگ، گروه هدف شما به خوبی مشخص است و پراکندگی ندارد، شما دقیقاً می‌دانید برای چه گروهی در حال تبلیغات هستید. بنابراین، تبلیغات شما هفدمندر پیش می‌رود و نیاز به صرف هزینه‌های هنگفت یا سنگین ندارد.

۲- موفقیت به سرعت اتفاق می‌افتد

از آنجایی که شما بخش کوچکی از بازار که رقیبی نیز در آن ندارید انتخاب کرده‌اید بنابراین، مسیر موفقیت برای شما هموارتر است و به سرعت می‌توانید خودتان را به عنوان یک برند در آن زمینه معرفی کنید.

۳- بازاریابی سرائتی یا دهان به دهان

هدف شما از بازاریابی نیچ، گروه کوچکی از بازار است اما کم کم خود مشتریان برای شما تبدیل به عامل تبلیغ می‌شوند و مشتریان بیشتری را به سمت خرید محصول شما سوق می‌دهند.

۴- دستیابی سریع به مشتریان

در بازاریابی نیچ به خوبی می‌دانید که مشتریان و مخاطبان اصلی شما کجا هستند و کجا باید به دنبال آنها بگردید. پس به راحتی و با سرعت به مشتریان خود دسترسی پیدا می‌کنید.

۵- سوددهی بالا

بسیاری از افراد و صاحبان محصولات و برندها چنین تصور می‌کنند که نیچ مارکتینگ نمی‌تواند برای آنها سودآور باشد و میزان فروش آنها را بالا ببرد. در حالی که تجربه نشان داده است نیچ مارکتینگ جزو یکی از روش‌های پرسود بازاریابی است.

برنامه‌ریزی برای شروع نیچ مارکتینگ

قبل از اینکه شروع به نیچ مارکتینگ کنید بهتر است برنامه‌ریزی‌های لازم در این زمینه را به صورت دقیق انجام دهید تا زودتر به نتیجه برسید. این برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات لازم، شامل موارد زیر است. مارکتینگ را به هر نحو باید توسعه دهید.

۱- یافتن حوزه منحصر به فرد

سعی کنید قبل از هر چیز، حوزه‌ای که قصد دارید در آن فعالیت کنید به صورت منحصر به فرد انتخاب کرده و در آن زمینه فعالیت کنید ر انتخاب کنید. به عنوان مثال، اگر در زمینه محصولات بهداشتی قصد فعالیت دارید، می‌توانید یک یا دو محصول بهداشتی که فقط افراد یا گروه‌های خاصی از آن استفاده می‌کنند را انتخاب کنید.

۲- سلیقه و ارزش‌ها

گروهی که برای نیچ مارکتینگ انتخاب کرده‌اید را به خوبی بشناسید. یکی از مواردی که حتماً باید نسبت به شناختن آن تلاش کنید سلیقه افرادی است که در این گروه‌های خاص قرار دارند. همچنین ارزش‌ها و باورهای این افراد نیز تأثیر زیادی در بازاریابی شما می‌تواند داشته باشد.

منبع: qmpmarketing



الگوی تولید محتوای بازاریابی جذاب در فضای آنلاین



ترتیب امکان یافتن مشتریان هدفمان به شیوه‌ای ساده فراهم می‌شود. پس از این مرحله باید تولید محتوای برنمان براساس سطح نیاز و علاقه مشتریان هدف ساماندهی شود.

۳. پیشنهاد ارزشی منحصر به فرد

امروزه دنیای کسب و کار پیرامون امری به مراتب مهم‌تر از صرف کیفیت یا قیمت محصولات جریان دارد. مشتریان مدرن تمایل به پرداخت هزینه‌های بالاتر برای محصولات باارزش دارند. وقتی از ارزش صحبت می‌کنیم، امری فراتر از کیفیت صرف محصولات مدنظرمان است. به عنوان مثال، وضعیت برند نایک را مدنظر قرار دهید. این برند نزدیک به سه دهه در زمینه تولید لوازم ورزشی، به طور ویژه کش‌های ورزشی، فعالیت دارد. بی‌تردید برندهای متعددی دیگر نیز مانند نایک در حال فعالیت در حوزه ورزش هستند. نکته تمایز میان نایک و تمام آنها ارزش‌های محوری این برند است. در حقیقت نایک علاوه بر محصولات باکیفیت در حال ارائه مجموعه ارزش‌های جذاب و تأثیرگذاری نیز هست. همین ارزش‌ها موجب توجه جهانی و گسترده مشتریان به این برند شده است.

نمونه مشخص پیشنهاد ارزش منحصر به فرد در کار نایک مربوط به شعار تبلیغاتی مشهورش است. منظور من شعار «فقط انجامش بده» است. این شعار مدت‌زمان زیادی به عنوان ارزش اصلی نایک حاضر است. به این ترتیب تقریباً تمام مشتریان و علاقه‌مندان به این برند این شعار را حفظ هستند. بی‌شک چنین امری حاکی از تأثیرگذاری بالای شعار نایک در رابطه با مشتریان است. وقتی ما بر روی یکی از نقاط کلیدی مدنظر مشتریان تمرکز کنیم، آنها واکنش بسیار مطلوبی به محتوای ما خواهند داشت. امروزه تقریباً تمام محتوای آنلاین نایک براساس همین ارزش محوری در حال طراحی و تولید است. با توجه به همین امر تداوم طولانی موفقیت نایک در حوزه ورزش و کسب و کار قابل توجیه خواهد بود.

۴. ضرورت جلب توجه مخاطب

محتوای آنلاین در زمینه جلب نظر مخاطب راه دشواری در پیش خواهد داشت. محتوای برند ما علاوه بر اختصاص به مشتریان خاص و پرداختن به ارزش‌هایی ویژه باید چشم‌نواز نیز باشد. معنای این امر ضرورت توجه به المان‌هایی غیرکلیشه‌ای است. امروزه بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب به محتوای‌شان از راهکارهای کلیشه‌ای استفاده می‌کنند. هنر یک برند موفق در جلب نظر مخاطب بدون توسل به چنین راهکارهایی است. به این ترتیب امکان موفقیت برند ما در دنیای کسب و کار تضمین خواهد شد.

توصیه من در این بخش استفاده از تصاویر جذاب در کنار محتوای برنمان است. به این ترتیب تمایل مخاطب به مطالعه محتوای ما افزایش چشمگیری خواهد یافت. این امر به طور معمول مورد بی‌توجهی برندها قرار می‌گیرد. اگر شما به دنبال موفقیت در جلب نظر مخاطب هدف هستید، الگوی فعالیت برندهای بزرگ را مدنظر قرار دهید. به این ترتیب از شیوه‌های کلیشه‌ای برای جلب نظر مخاطب دور خواهید شد.

۵. استفاده هوشمندانه از فرآیند مدیریت سئو

یکی از نکات مهم در زمینه توسعه محتوای آنلاین توجه به فرآیند مدیریت سئو است. ایجاد سازگاری میان محتوای آنلاین برنمان و موتورهای جست‌وجو تحت عنوان سئو شناخته می‌شود. این فرآیند معطوف به استفاده از تکنیک‌های کاربردی برای کسب رتبه‌های برتر در نتایج جست‌وجوی موتورهای نظیر گوگل است. بی‌تردید امروزه موتورهای جست‌وجوی بسیار زیادی در سطح اینترنت وجود دارد، پس این حال هیچ‌کدام به اندازه گوگل شهرت و دامنه جذب کاربر ندارند. به همین خاطر در اینجا تمرکز من به طور صرف بر روی گوگل خواهد بود. یکی از نکات مهم در زمینه مدیریت بهینه موتورهای جست‌وجو استفاده هوشمندانه از کليدواژه‌هاست. در هر حوزه تخصصی کسب و کار برخی از کليدواژه‌های مهم وجود دارد. این امر موجب توجه برندها به استفاده کاربردی از آن کليدواژه‌ها خواهد شد. وقتی ما در محتوای برنمان از کليدواژه‌ها استفاده می‌کنیم، به هنگام طبقه‌بندی محتوا از سوی الگوریتم گوگل شانس بیشتری برای کسب رتبه‌های برتر خواهیم داشت. شیوه دستیابی به کليدواژه‌های مناسب بسیار ساده است. در این زمینه باید نحوه فعالیت و جست‌وجوی کاربران هدف‌مان در گوگل را ارزیابی کنیم. به این ترتیب امکان فهم کليدواژه‌های آنها فراهم خواهد شد. برندها علاوه بر استفاده از کليدواژه‌های کلی و عمومی باید به سراغ استفاده از کليدواژه‌های اختصاصی نیز بروند. به این ترتیب کاربران کلی حوزه کسب و کار و علاقه‌مندان خاص حوزه ویژه کسب و کار آن برندها جذب محتوای موردنظر خواهند شد.

۶.اهمیت سهولت مطالعه محتوا

دنیای بازاریابی و تبلیغات محل میان ایده‌های پیچیده و سخت فهم نیست. ما باید به ساده‌ترین شیوه ممکن با مشتریان هدف‌مان ارتباط برقرار کنیم. در غیر این

اکنون بیش از هر زمان دیگری فعالیت مناسب در فضای آنلاین اهمیت دارد. با توسعه هرچه بیشتر دنیای آنلاین برندها روز به روز به آن وابسته‌تر می‌شوند. مشتریان مدرن دیگر از راهکارهای سنتی برای یافتن برندهای تازه استفاده نمی‌کنند. به این ترتیب جست‌وجوی اینترنتی بدل به مهم‌ترین ابزار ما برای یافتن برندهای تازه شده است. چنین امری ضرورت فعالیت مناسب برندها برای جلب نظر مخاطب را افزایش می‌دهد.

وقتی از فعالیت در زمینه تولید محتوا در اینترنت صحبت می‌کنیم، نظرات و توصیه‌های بسیار زیادی مطرح می‌شود. هر کارشناسی دست کم یک نظر خاص دارد، بنابراین انتخاب میان نظرات و توصیه‌های مختلف بدل به کاری دشوار خواهد شد. به همین خاطر اغلب برندها در عمل با موانع بسیار زیادی برای انتخاب الگوی تولید محتوای آنلاین مواجه هستند. شما یک محتوای مطلوب آنلاین را چگونه توصیف می‌کنید؟ بی‌تردید تلاش برای تولید محتوای آنلاین شباهت بسیار زیادی به جنگ تمام‌عیار با برندهای دیگر دارد. به هر حال در دنیای آنلاین برندهای بسیار زیادی مشغول به فعالیت هستند. نکته منفی این جریان برای برند ما حضور شمار بالایی از رقبای در کنارمان است. به این ترتیب تلاش برای جلب‌نظر مخاطب هدف بدل به امری ضروری برای ادامه حیات و فعالیت برنمان خواهد شد. در غیر این صورت رقبا به سرعت مشتریان هدف ما را جذب خواهند کرد.

امروزه بسیاری از برندها برای تولید محتوای آنلاین مطلوب به سراغ همکاری با بازاریاب‌ها و طراح‌های تبلیغات حرفه‌ای می‌روند. بی‌شک این اقدام مزیت‌های خاص خود را دارد. نکته مهم بودجه نسبت بالای موردنیاز برای اجرای چنین طرح‌هایی است. همین امر در کنار محدودیت بودجه بسیاری از برندها موجب جهت‌گیری در راستای استفاده از شیوه‌های جایگزین می‌شود. در این مقاله الگوی اصلی من بررسی شیوه‌های تولید محتوای جذاب در فضای آنلاین بدون استفاده از بازاریاب‌های حرفه‌ای است، بنابراین باید برخی از مهارت‌های شخصی‌مان را تقویت کنیم.

۱. اهمیت هدف‌محوری

هر برندی از تولید محتوا هدف خاصی را دنبال می‌کند. اگر برند ما بدون هدف در دنیای کسب و کار حضور داشته باشد، امکان موفقیتش کاهش چشمگیری خواهد یافت. امروزه با نگاهی ساده به دنیای کسب و کار امکان مشاهده شمار بالایی از برندهای بی‌هدف وجود دارد. نکته مهم درخصوص این برندها طراحی برنامه مشخص برای کسب و کارشان و سپس فراموشی‌اش است. اگر ما به دنبال کسب موفقیت هستیم، باید از همان ابتدا برنامه‌ای دقیق برای برنمان داشته باشیم. گام بعدی تعهد به برنامه برنمان است. در غیر این صورت هویت برنمان به خطر خواهد افتاد.

در حوزه تولید محتوای آنلاین باید اهداف و ارزش‌های مرکزی برنمان را مدنظر داشته باشیم. این امر به فعالیت هدفمند برنمان کمک شایانی خواهد کرد. من انتخاب هدف را نه‌تنها برای دستیابی سریع به نتیجه، بلکه در راستای ارزیابی وضعیت محتوا نیز مناسب می‌دانم. به عبارت دیگر، وقتی ما هدف مشخصی در اختیار داریم، امکان سنجش میزان پیشرفت برنامه‌مان فراهم می‌شود. بدون شک این هدف در حالت بی‌برنامگی به سختی محقق خواهد شد. طراحی محتوای آنلاین باید هدفمند باشد. این امر تمرکز ما بر روی یک المان را به همراه خواهد داشت. به عنوان مثال، اگر هدف اصلی ما فروش بیشتر محصولات شرکت باشد، باید محصولاتمان را در مرکز محتوای‌مان قرار دهیم.

۲. طراحی محتوا برای مشتری هدف

برندها در دنیای کسب و کار و بازاریابی دارای مشتریان خاص خود هستند. یکی از اشتباه‌های رایج برندها تلاش برای دستیابی به تمام مشتریان حاضر در بازاری خاص است. در این میان چند نکته مهم را باید مدنظر داشت. نخست اینکه مشتریان حاضر در یک بازار خاص همگی جزو علاقه‌مندان به کسب و کار ما نخواهند بود. این امر دشواری‌های زیادی پیش روی برنامه جذب تمام مشتریان ما ایجاد خواهد کرد. بدست‌ه‌بندی مشتریان و انتخاب مشتریان هدف برند امکان سرمایه‌گذاری موفق‌تر فراهم می‌شود. امروزه بسیاری از برندها بودجه‌های کلانی به بخش بازاریابی و تولید محتوا اختصاص می‌دهند، اما در عمل توانایی چندانی برای جلب نظر مشتری هدف‌شان پیدا نمی‌کنند. همین امر موجب دلسردی آنها خواهد شد.

بهترین شیوه برای طراحی محتوا به صورت اختصاصی برای مشتریان هدف تلاش برای شناخت آنهاست. این امر به شیوه‌های مختلفی قابل تحقق است. توصیه من در این میان تلاش برای نگاه به برنمان از چشم‌انداز مشتریان است. به این

رهبری

۲۲ خصوصیتی که شما را رهبری موفق و برجسته می‌کند(۲)

تشخیص موارد غیرعادی

رهبر مؤثر و برجسته می‌تواند به درستی موارد غیرعادی را تشخیص دهد و مفاهیم پنهان را شناسایی و معنا کند. باید بتوانید با دقت روی شواهدی که در اختیار دارید، موارد غیرعادی را پیش‌بینی کنید و به دنبال راهی برای رفع آنها باشید.

منحصر به فرد بودن

تقلید و عبرت گرفتن از کارهای دیگران ایده بسیار خوبی است، اما اگر می‌خواهید رهبری تأثیرگذار و فوق‌العاده باشید، باید منحصر به فرد باشید. توصیه می‌کنیم تمام خصوصیات، رفتارها و موفقیت‌های دیگران را زیر نظر گرفته و از آنها درس و الهام بگیرید. در واقع تقلید کردن کار درستی نیست، پس سعی کنید تمام درس‌هایی که از دیگران می‌گیرید را به زبان خود ترجمه کنید و منحصر به فرد باشید.

داشتن ذهنیت باز

برخی تفکرات اشتباه وجود دارد که می‌گویید: یک رهبر خوب، فرد قاطعی است که هیچ وقت از عقاید و نظرات خود دست برنمی‌دارد. این تفکر کاملاً اشتباه است. رهبران قوی و شایسته، با انعطاف‌پذیری و دوراندیشی، چشم‌انداز خود را با شرایطی که در آن قرار دارند مطابقت می‌دهند.

قدرت تصمیم‌گیری

تصور کنید دآوری یک مسابقه ورزشی را برعهده دارید. در این شرایط باید بتوانید در آن واحد تصمیماتی درست بگیرید و شک و گمان را در لحظات حساس رها کنید. به‌عنوان یک رهبر بزرگ باید با تکیه بر اطلاعاتی که در دست دارید قاطعانه عمل کنید و تصمیم بگیرید. پس تصمیمات‌تان را بدون شک و شبهه بگیرید و آنها را صریح بیان کنید.

برخورداری از شخصیتی دوست‌داشتنی و جذاب

هر فردی خصوصیات منحصر به فرد دارد و وجودش تکمیل‌کننده این جهان است. پس باید سعی کنید خودِ خودِ واقعی‌تان باشید. نیاز نیست دروغ بگوییم و فیلم بازی کنیم. به عنوان یک رهبر ارتباطاتی واقعی با دیگران داشته باشید تا فردی شاخص و دوست‌داشتنی به نظر برسید. رهبران بزرگ و دوست‌داشتنی، ارتباطی واقعی با دیگران برقرار می‌کنند و این ارتباط روی عملکرد تیم‌شان نیز تأثیرگذار است.

مثبت‌اندیشی

برای دستیابی به نتایج خوب و شگفت‌انگیز، مثبت‌اندیشی و خوش‌بینی را در رفتار و حرف‌های‌تان اعمال کنید. همیشه در مسیر دستیابی به اهداف، فراز و نشیب‌هایی وجود دارد که فقط با داشتن انرژی مثبت می‌توان از آنها گذر کرد. البته مثبت‌نگری برای مواجهه با چالش‌های مختلف، غلبه بر ترس‌ها و دستیابی به اهداف و آرزمان‌ها نیز لازم است.

بخشندگی

یک رهبر شایسته و برجسته همیشه به دنبال ارائه بهترین‌هاست. اگر بخشنده باشید و در کمک به دیگران بدون چشمداشت عمل کنید، خودتان هم سریع‌تر مسیر رشد و پیشرفت را می‌پیمایید و به موفقیت خواهید رسید.

پشتکار

برای رسیدن به موفقیت، تلاش و پشتکار نیاز است. شاید این جمله تکراری باشد اما واقعی و درست است. در واقع، تفاوت اصلی رهبران بزرگ و برجسته در همین ویژگی است. رهبران بزرگ هیچ وقت دست از کار نمی‌کشند و تمام سختی‌ها را تا انتهای مسیر پشت سر می‌گذارند. پس لازم است پشتکار را یکی از خصوصیات لازم برای دستیابی به موفقیت بدانیم.

داشتن بینش درست

باید در تصمیمات و کارهای خود روشنگری را دنبال کنید. البته این خصوصیات شخصی است اما می‌توان با تمرین آن را ایجاد کرد. باید بتوانید کارها و مسائل مهم زندگی‌تان را با روشنگری اولویت‌بندی کنید. بینش شما سبب می‌شود مسیر مقابل‌تان مشخص شود.

توانمندسازی

نباید تصور کنید گروه‌هایی به موفقیت می‌رسند که بهترین و مستعدترین اعضا را دارند. بلکه این توانایی رهبر است که بتواند گروه خود را با در نظر گرفتن استعدادها و توانایی‌های‌شان به سمت جلو هدایت کند. رهبر خوب و شایسته باید به توانمندسازی اعضایش توجه کند. ایجاد حس مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی درباره اختیارات افراد بسیار مهم است.

شاید فکر کنید واگذاری مسئولیت به افراد کار ساده‌ای است، اما در حقیقت اینطور نیست. تنها رهبران شایسته و برجسته توانایی مدیریت این مسئله را دارند. رهبران بزرگی که می‌دانند چطور به دیگران مسئولیت بدهند و استعدادها و توانایی‌های‌شان را شکوفا کنند.

ارتباطات

اگر به عنوان یک رهبر انتظارات‌تان به خوبی برآورده نمی‌شود، احتمالاً ارتباط درستی با اعضای گروه‌تان ندارید. باید بتوانید انتظارات خود را با برقراری ارتباطی درست به دیگران انتقال دهید. باید بدانید ارتباطات دوطرفه است؛ یعنی هم شما باید نظرات و انتظارات خود را به طرف مقابل انتقال دهید و هم او توانایی انتقال این موارد را داشته باشد. به همین خاطر داشتن گروهی مسئول و باهوش در رهبری کمک زیادی برای موفقیت سازمان‌تان خواهد بود.

پاسخگویی

برای دستیابی به موفقیت و کسب اعتبار باید پاسخگو باشید و در مقابل اشتباهاتی که مرتکب می‌شوید، شانه خالی نکنید. همیشه بهانه‌تراشی و فرار کردن از زیر بار مسئولیت‌ها آسان‌تر از پاسخگویی است، اما حقیقت چیز دیگری است. اگر بتوانید پای اشتباهات خود بایستید، رهبری موفق و فوق‌العاده خواهید بود و بهتر می‌توانید مشکلات خود را رفع کنید.

کنجکاوی

به عنوان یک رهبر شایسته باید بتوانید توانایی‌ها و نقاط قوت اعضای گروه‌تان را بشناسید. شاید کمی زمان‌بر باشد، اما نتایج خوبی به همراه دارد. باید بدانید گروه شما از تمام توانایی‌ها برخوردار نیست. اگر فکر کنید همه چیز در انحصار گروه شمامست و نیاز نیست کنجکاوی به خرج دهید و ظرفیت‌ها و فرصت‌های پنهان را شناسایی کنید، هیچ وقت به موفقیت نخواهید رسید.

منبع: Entrepreneur/ucan



۸-توجهی به انتقادات ندارید

یک شرکت مناسب باید به نحوی باشد که حتی ساده‌ترین کارمند شرکت نیز بتواند به سادگی اعتراض خود را اعلام کند، با این حال تنها اجازه صحبت‌کردن کافی نبوده و شما باید خود را متعهد به رفع تمامی مشکلات موجود کنید. همواره این نکته را به خاطر داشته باشید که بسیاری از اتفاقات اگر در زمان مناسب با واکنش شما همراه باشند، منجر به پیشگیری از بحران‌های جدی خواهد شد.

۹-عقاید و گفته‌های خود را به صورت مکرر تغییر می‌دهید

بسیاری از مدیران، حتی پس از یک ساعت، کاملاً حرف خود را تغییر می‌دهند. بدون شک کار کردن تحت مدیریت چنین افرادی یک عذاب واقعی خواهد بود. درواقع انتظار می‌رود که شما از ثبات شخصیتی برخوردار باشید که این امر بدون شک گفته‌های شما را نیز شامل خواهد شد. فراموش نکنید که شما به عنوان مهم‌ترین فرد شرکت تلقی می‌شوید و لازم است تا اصول اخلاقی درستی را داشته باشید و رفتاری مناسب با جایگاه خود را ارائه دهید. به همین خاطر توصیه می‌شود که تنها چیزی را بیان کنید که کاملاً عقیده شما بوده و قصد تغییر دادن آن را حداقل در کوتاه‌مدت، نخواهید داشت. در این رابطه ممکن است قصد خاصی نیز وجود نداشته باشد. تحت این شرایط توصیه می‌شود تا همه چیز را در جایی یادداشت کنید تا با چنین مشکلاتی مواجه نشوید.

۱۰-به پیشرفت مداوم خود و افراد تیم شرکت توجهی ندارید

برای این امر که بتوانید هر ساله عملکرد درخشانی را به ثبت برسانید، ضروری است تا برنامه‌ریزی دقیقی برای پیشرفت خود و تمامی افراد تیم شرکت داشته باشید. در این رابطه فراموش نکنید که بسیاری از کارمندان، به موفقیت شغلی فعلی خود، تنها به عنوان نقطه شروع نگاه کرده و خواهان رشد هستند. تحت این شرایط در صورتی که امکانات لازم وجود نداشته باشد و شما فرصت کافی را به آنها ندهید بدون شک در اندیشه همکاری با برندی دیگر خواهند بود. فراموش نکنید که از دست دادن حتی یک نیروی باتalگیزه، شکستی بزرگ محسوب می‌شود. به همین خاطر ضروری است تا به دنبال برنامه‌ای اصولی و کارآمد باشید. در آخر به خاطر داشته باشید که امروزه شیوه‌های آموزش، بسیار متنوع شده و این امر می‌تواند هزینه‌به مراتب کمتری را نسبت به تصورات شما داشته باشد.

۱۱-در رابطه با آینده صحبت نمی‌کنید

عدم آینده‌نگری و توجه بی از حد به اوضاع فعلی، بیانگر آن خواهد بود که شما هیچ برنامه‌ای برای آن ندارید. درواقع اگر کارمندان در رابطه با آینده شرکت، چندان خوش‌بین نباشند، بدون شک تمایلی برای حضور طولانی‌مدت را نیز نخواهند داشت. به همین خاطر ضروری است که حداقل ماهی یکبار، برنامه‌های خود برای آینده شرکت را شرح داده و در رابطه با آن با تمام کارمندان خود به گفت‌وگو بپردازید.

۱۲-رقاه کارمندان برای شما اهمیتی ندارد

با نگاهی به شرکت‌هایی نظیر گوگل، پی به این امر خواهید برد که آنها اقدامات متعددی را برای افزایش رفاه کارمندان خود در دستور کار قرار داده‌اند. همین امر نیز باعث می‌شود تا کار کردن در این شرکت، رویای هر فردی محسوب شود. فراموش نکنید که حتی پیشنهادات مالی بالا، باعث نخواهد شد تا بهترین‌ها به سمت شرکتی جذب شوند که کار کردن در آن بسیار سخت خواهد بود. تحت این شرایط رقبای شما همواره بهترین‌ها را جذب کرده و قادر خواهند بود تا به راحتی شما را از دور بازار حذف کنند. به همین خاطر یکی از اولویت‌های مهم مدیریتی شما باید افزایش رفاه تمامی کارمندان باشد.

در نهایت فراموش نکنید که تمامی موارد معرفی‌شده، منتخب رفتارهای غلط مدیران محسوب می‌شود. به همین خاطر توصیه می‌شود تا تمامی رفتارهای خود را مورد بازبینی قرار داده و به دنبال بهبودی همیشگی باشید.

منبع: businessinsider

شدید را پیدا کرده و تحت این شرایط دیگر نمی‌توانید خود را مدیر شرکت تلقی کنید. در این رابطه توصیه می‌‌شود که هیچ‌گاه به صورت لفظای تصمیم‌گیری نکرده و از افراد تیم خود زمانی برای فکر کردن را نخواهید. این امر باعث خواهد شد تا فرصت کافی برای انتخاب بهترین راه وجود داشته باشد. برای این امر شما حتی می‌توانید از توصیه‌های کارمندان خود نیز استفاده کرده و شرکت را به سمتی سوق دهید که در آن مشورت، یک ارزش تلقی شود.

۴-فردی سرزنشگر هستید

بدون شک منتقد بودن، ساده‌ترین کاری است که هر فردی می‌تواند انجام دهد. درواقع این امر تنها زمانی کاربردی خواهد بود که شما راهکاری را برای آن ارائه کنید. برای مثال ممکن است از شیوه بازی یک تیم نارضایتی بالایی را داشته باشید با این حال اگر بتوانید ایرادات را شناسایی کرده و شیوه اصلاح آنها را مطرح سازید، بدون شک اقدامی سودمند را انجام داده‌اید. این امر در حالی است که بسیاری از مدیران، اشتباهات را بر گردن کارمندان خود انداخته و تصور می‌کنند که با تحت فشار قرار دادن آنها، اوضاع بهبودی چشمگیر را پیدا خواهد کرد. این امر در حالی است که واقعیت کاملاً متفاوت بوده و این امر تنها باعث خواهد شد تا یک مشکل برای همیشه در شرکت باقی بماند. به همین خاطر بسیار مهم است همانگونه که خود را به عنوان نفر اول موفقیت‌های شرکت معرفی می‌کنید، در رابطه با شکست‌ها نیز چنین باوری را نداشته و تنها به دنبال شناسایی دلایل و ارائه راهکارهایی برای خارج‌شدن از این اوضاع باشید. در نهایت این امر باعث خواهد شد تا محبوبیت بالایی را در بین کارمندان شرکت پیدا کنید.

۵-تمایل دارید که همه کارمندان به مانند شما باشند

یکسان‌سازی یکی از اشتباه‌ترین اقدامات در تمامی زمینه‌ها محسوب می‌شود. درواقع تمامی افراد با یکدیگر متفاوت بوده و نباید آنها را برای شبیه شدن به خود، تحت فشار قرار دهید. این امر نتنها فایده‌ای را به همراه نخواهد داشت، بلکه فشار روانی زیادی را نیز به همراه دارد. این امر در حالی است که برای موفقیت، شما به کارمندانی سرحال، سالم و شاد نیاز خواهید داشت. به همین خاطر تفاوتی ندارد که تا چه حد تیپ شخصیتی خود را عالی تصور می‌کنید، هرگز نباید در تلاش برای عوض کردن کارمندان خود باشید. با این حال همواره ارائه توصیه‌هایی برای بهبود عملکرد کارمندان، از جمله وظایف شما محسوب می‌شود با این حال توصیه‌های شما تنها باید در رابطه با بهبود وظایف آنها باشد و آزادی طبیعی آنها را محدود نکند.

۶-کارمندان خود را زیر ذره‌بین قرار می‌دهید

میکرو منیجینگ یا ریز مدیریت، زمانی اتفاق می‌افتد که مدیران کارمندان خود را به صورت کامل زیر ذره‌بین قرار داده و در تلاش برای نظارت بر روی همه چیز هستند. این امر بدون شک فشاری بی‌مورد را بر روی کارمندان به همراه خواهد داشت. به همین خاطر ضروری است که تنها وظایف را مشخص کرده و افراد را در نحوه انجام آن کاملاً آزاد بگذارید با این حال در صورتی که نقصی در انجام کارها وجود دارد، لازم است تا به مانند یک مربی دلسوز و نه یک منتقد سرزنشگر رفتار کرده و به دنبال کمک کردن به کارمند خود باشید. درواقع شاید بتوان مهم‌ترین ویژگی می‌مدیر در میزان حمایت او از تیم شرکت دانست.

۷-بین کارمندان تبعیض قائل می‌شوید

اگرچه طبیعی است که فرصت‌ها و حمایت‌های بیشتری از کارمندان برتر شرکت صورت گیرد با این حال اگر در این رابطه بخواهید تا بدون دلیل درستی رفتار کنید، بدون شک با صدای نارضایتی کارمندان خود مواجه خواهید شد. فراموش نکنید که چنین رفتارهایی باعث می‌شود تا تیم شرکت، انگیزه‌ای برای سخت تلاش کردن نداشته باشد. این امر در نهایت به ضرر شرکت شما خواهد بود. درواقع در صورت بروز مشکل، شما همواره مقصر اصلی شناخته خواهید شد و این امر می‌تواند سهامداران و هیأت مدیره را به کنار گذاشتن شما مجاب کند. به همین خاطر ضروری است تا رضایت کارمندان خود را حفظ کرده و با اقدامات غیرحرفه‌ای، جو دوستانه و درست شرکت را نابود نسازید.

به قلم: شانا لیاویتز نویسنده حوزه مدیریت و کسب‌وکار

مترجم:امیر آلی‌علی

بسیاری از مدیران ممکن است تصور کنند که از سطح خوبی برخوردار بوده و همین امر باعث می‌شود تا به دنبال بهبود در وضعیت خود نباشند، با این حال آیا تاکنون صادقانه نسبت به این امر که مدیر خوبی هستید، فکر کرده‌اید؟ نتایج تحقیقات در این زمینه حاکی از آن است که در حدود بیش از ۶۰درصد مدیران، ابدا چنین کاری را انجام نداده و عدم وجود اعتراض را به معنای مناسب بودن خود می‌دانند. این امر در حالی است که کارمندان، به علت این امر که موقعیت شغلی خود را از دست ندهند، معمولاً در این رابطه نظر واقعی خود را اعلام نمی‌کنند. در این رابطه بسیار مهم است که با نشانه‌هایی که اثبات می‌کند که شما یک مدیر بد بوده و نیاز به بهبود دارید، آشنا باشید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۲ مورد منتخب، خواهیم پرداخت.

۱-دروغ گفتن را عادی تلقی می‌کنید

واقعیت این است که بسیاری از مدیران دروغ‌هایی را می‌گویند. اگرچه ممکن است در ابتدا این امر چندان مهم به نظر نرسد، با این حال توجه داشته باشید که کارمندان شرکت باید بتوانند به شما اعتماد لازم را داشته باشند. بدون شک اگر دروغ گفتن، عادت رفتاری شما باشد اعتماد لازم شکل نخواهد گرفت. تحت این شرایط میزان وفاداری کارمندان به پایین‌ترین سطح خود رسیده و موقعیت شرکت در آینده در هاله‌ای از ابهام قرار خواهد گرفت. در این رابطه فراموش نکنید که این عادت بد، باعث خواهد شد تا شما به شرکای تجاری و حتی مشتریان نیز دروغ بگویید که این امر امکان موفقیت درازمدت را از شما خواهد گرفت. به همین خاطر ضروری است تا این امر را یک خط قرمز اخلاقی دانسته و همواره توجه داشته باشید که شما باید خود را به عنوان عضوی از تیم شرکت تلقی کنید. درواقع با تغییر نگرش و تصورات خود، عملاً پی به این نکته خواهید برد که هیچ دلیل برای دروغ گفتن وجود نداشته و این امر تنها یک آسایش موقتی را برای شما به همراه خواهد داشت. به همین خاطر یکی از نشانه‌-های مدیران موفق، شجاعت راستگویی آنها محسوب می‌شود. در نهایت فراموش نکنید که شما به عنوان الگوی شرکت و مهم‌ترین فرد در شکل‌گیری فرهنگ نانوشته محسوب می‌شوید. به همین خاطر به هر نحوی که رفتار کنید، سایرین نیز آن را در دستور کار خود خواهند داد.

۲-تصور می‌کنید که هیچ‌گاه مرتکب اشتباه نشده‌اید

ابدا حتی یک درصد نیز احتمال ندارد که شما در طول فعالیت خود، با اشتباهی مواجه نشوید. در این رابطه حتی محتاط‌ترین افراد نیز مرتکب این امر می‌شوند با این حال اشتباه کردن، علی رغم باور عموم یک اقدام منفی محسوب نشده و یکی از الزامات موفقیت است. به همین خاطر مدیران موفق، باید روحیه ریسک‌پذیری را در تیم خود افزایش داده و از اشتباهات آنها پشتیبانی کنند. این امر باعث خواهد شد تا خلاقیت و نوآوری که برگ برنده هر شرکتی در بازار به شدت رقابتی حال حاضر محسوب می‌‌شود، به خوبی در شرکت شما شکل گیرد. نتایج آمارها در این زمینه حاکی از آن است که بیش از ۹۵درصد کارمندان، نسبت به اعتراف به اشتباه از سوی مدیران شرکت واکنش بسیار خوبی را داشته و این امر را ابدا یک مورد منفی تلقی نمی‌کنند. به همین خاطر دلیلی برای پنهان کاری وجود نخواهد داشت. درواقع کارمندان خواهان آن هستند که شما با آنها کاملاً محترمانه رفتار کنید که بدون شک شفافیت و صداقت شما، یکی از مصداق‌های آن خواهد بود. در نهایت همواره این نکته را به خاطر داشته باشید که غرور بیش از حد، زمینه نابودی را فراهم خواهد کرد.

۳-وعده‌هایی بدون برنامه برای تحقق آنها را می‌دهید

بسیاری از مدیران برای آرام‌کردن سریع اوضاع، وعده‌هایی را می‌دهند که عملاً هیچ برنامه‌ای از قبل برای تحقق آنها وجود نداشته و تنها به دنبال این امر هستند که اوضاع را بهبود بخشند. فراموش نکنید که اگر تحقق وعده‌ها صورت نگیرد، نه‌تنها اوضاع از قبل بدتر خواهد شد بلکه اعتماد شرکا به شما نیز کاهش

حاشیه‌سازی برای پروژه‌ها پیشرفت شهر را کند می‌کند

پروژه کند و سپس منتظر پول دولت باشد؛ اگر شهر فعال است و تنها جایی که کار عمرانی انجام می‌دهد شهرداری است باید کمکش کنیم نه اینکه تک تک دست‌ها را ببندیم و نگذاریم کار انجام شود. شهردار قم با اشاره به پروژه پیاپدمراه چهارمردان، گفت: نامه رسمی به ما داده شده که این پروژه متوقف شود که غیرقانونی است، ما پروژه‌هایی که عوارض اجتماعی دارد باید با برنامه‌ریزی پیش رویم؛ به دلیل اینکه خیابان بهار، اراک و ورودی پارکینگ زائر و چهارمردان یک‌مترتبه مسائالش مطرح شده نه بگویم درست نیست بلکه باید به مرور پروژه‌ها اجرا شود. وی افزود: ما پروژه‌های دیگر را متوقف کردیم اما چرا باید چهارمردان که تمام کارهای آن انجام شده متوقف شود؟ چهارمردان در حال حاضر مسدود است و چرا نباید اجازه دهند کار شهرداری پیش رود. سقائیان‌نژاد با بیان اینکه برخی عنوان می‌کنند که برای رفاه مردم نباید این پروژه اجرا شود، خاطرنشان کرد: ما مشاهدات می‌دهیم که می‌خواهیم مردم در رفاه باشیم البته هر پروژه‌ای در ابتدا مشکلاتی ایجاد می‌کند اما با اتمام پروژه گره‌گشایی صورت می‌گیرد همچون پیاپدمراه ارم؛ البته معاونت عمرانی باید بستر تردد آسان مردم به حرم مطهر را فراهم کنند و اینطور نباشد که مردم با مشکل به حرم مطهر دسترسی داشته باشند. وی با تاکید بر اینکه مردم باید در خصوص پروژه‌های عمرانی توجیه شده و اطلاع‌رسانی لازم به آنها صورت گیرد؛ اظهار کرد: باید مستمر اطلاع‌رسانی صورت گیرد تا مردم آگاه باشند. شهردار قم با اشاره به پروژه تقاطع شهید کیوانفر گفت: شورای شهر در این پروژه مجبور شد شهرداری را ملزم به اجرای پروژه کند که مصوبه به فرماداری رفت و نهایتا شورای حل اختلاف رای داد که طرح تفصیلی و طرح جامع ترافیک رعایت شود، من خواهش می‌کنم که همه کنار ما قرار گیرند تا کارها پیش روند و اگر دست به دست هم داده شود تعداد پروژه‌ها بسیار بیشتر خواهد شد.



وی گفت: اخیرا فعالیت‌هایی می‌بینیم که شهر را دچار حاشیه می‌کند و کندی کار در شهر را محقق خواهد کرد؛ پایان سال انتخابات است و ممکن است برخی مسائل در سلیقه ما نباشد که باید بخاطر مردم سلیقه‌ها را کنار بگذاریم، به گزارش روابط عمومی شهرداری قم، دکتر سیدمرتضی سقائیان‌نژاد با اشاره به برپایی عزت‌نمده و باشکوه آیین پیادمری اربعین حسینی اظهار کرد: از تمام کسانی که در مسیر برپایی باشکوه این مراسم تلاش کردند باید تقدیر کنیم. شهردار قم با تاکید بر اینکه مطالبات مردم باید در قالب ظرفیت‌های خودمان تراز کنیم، تصریح کرد: اگر مطالبات مردم و رای از ظرفیت‌های شهرداری ترسیم نشود تبدیل به نقطه منفی می‌شود، اولویت بندی در پروژه‌ها مهم است، تمام پروژه‌هایی که فعال است بودجه نیاز دارد و قبل از اجرای آنها خریداری امکانات و ملزومات انجام شده تا به سرانجام رسیده‌است. سقائیان‌نژاد با اشاره به درآمدهای شهرداری، گفت: ما می‌دانیم که اگر بتوانیم تمام مشکلات شهرداری را دست‌نپندی کنیم هر روز مواجهیم با درخواست‌های متعدد که عمدتا از توان شهرداری خارج است؛ درست است که مدیریت شهر با شهرداری است اما همه باید کمک کنند.

وی ادامه داد: مباحث ترافیکی تنها در حیطه شهرداری نیست، باید پلیس و مدیریت ترافیک کمک کند و باید رسانه ملی در جهت فرهنگ‌سازی ترافیکی تلاش کند. شهردار قم با اشاره به بیش از ۳۰ کیلومتر حفاری انجام شده در پردیسان، اظهار کرد: ۳۰ میلیارد هزینه صورت گرفته و ۱۵ میلیارد بخشش صورت گرفته و ۱۵ میلیارد تومان تعهدات بوده که اجرایی نشده و شهرداری باید با این مطالبات چه کند در صورتی که معبری تازه اسفالت شده و تخریب شده است. سقائیان‌نژاد کار شهری را نیازمند هماهنگی و وحدت دانست و افزود: در این پنج سال که مدیریت جدید شهرداری در میدان بوده همیشه اولویت حرکت در چارچوب وحدت و همکاری بوده است.

مدیرعامل نیروگاه در جمع طلاب مدرسه زینبیه آبییک

ظرفیت تولید برق پس از انقلاب اسلامی به میزان ۱۰ برابر افزایش یافته است



ظرفیت صنعت تولید برق و برق رسانی به مناطق محروم استوار بوده است که گواه این سخن، حضور نعمت برق در تمامی روستاهای بالای ۲۰ خانوار، با چشم‌انناز روشن توسعه این صنعت در آینده است. علی‌فرهرو بیان داشت: علی‌رغم توسعه گسترده‌ای که از ابتدای انقلاب اسلامی تاکنون در صنعت برق داشته‌ایم، به دلیل رشد فزاینده جمعیت کشور و افزایش تقاضای مصرف انرژی الکتریکی، ضرورت توسعه این صنعت به چشم می‌آید. بنابراین با مدیریت صحیح مصرف برق از سوی مردم شریف می‌توان به توسعه نیروگاه‌ها و زیرساخت‌های این صنعت کمک نمود. سهم نیروگاه شهید رجایی در تولید انرژی الکتریکی و جایگاه این

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت:

بزرگترین ترانس قدرت در حال نصب در شبکه برق خوزستان



سنگینی که دارند به وسیله بوزی باید به استان حمل شوند که هر کدام از زمان بارگیری تا رسیدن به خوزستان بیش از سه‌ماه زمان می‌برد. مدیرعامل

مدیرکل پست استان همدان:

۴۰ هزار فقره گذرنامه در استان همدان توزیع شد



امیدی در ادامه در خصوص وضعیت توزیع کارت سوخت خودرو نیز اظهار داشت: در زمینه توزیع کارت‌های سوخت ۳ نوع کارت در پست وجود دارد که شامل کارت سوخت‌های از قبل مانده، کارت سوخت‌های نو شماره و کارت سوخت‌هایی است که مقرر بود به سامانه بانکی متصل شوند.

۱۵ تا ۱۶ هزار فقره کارت سوخت در اداره پست همدان معطل هستند

وی با بیان اینکه ۹۰ درصد کارت سوخت‌ها در استان همدان توزیع شده‌است، اظهار داشت: بیش از ۱۶۰ هزار کارت سوخت درافتی داشتیم

قم- خبرنگار فرصت امروز: شهردار قم گفت: اخیرا فعالیت‌هایی می‌بینیم که شهر را دچار حاشیه می‌کند و کندی کار در شهر را محقق خواهد کرد؛ ممکن است برخی مسائل در سلیقه ما نباشد که باید بخاطر مردم سلیقه‌ها را کنار بگذاریم، به گزارش روابط عمومی شهرداری قم، دکتر سیدمرتضی سقائیان‌نژاد با اشاره به برپایی عزت‌نمده و باشکوه آیین پیادمری اربعین حسینی اظهار کرد: از تمام کسانی که در مسیر برپایی باشکوه این مراسم تلاش کردند باید تقدیر کنیم. شهردار قم با تاکید بر اینکه مطالبات مردم باید در قالب ظرفیت‌های خودمان تراز کنیم، تصریح کرد: اگر مطالبات مردم و رای از ظرفیت‌های شهرداری ترسیم نشود تبدیل به نقطه منفی می‌شود، اولویت بندی در پروژه‌ها مهم است، تمام پروژه‌هایی که فعال است بودجه نیاز دارد و قبل از اجرای آنها خریداری امکانات و ملزومات انجام شده تا به سرانجام رسیده‌است. سقائیان‌نژاد با اشاره به درآمدهای شهرداری، گفت: ما می‌دانیم که اگر بتوانیم تمام مشکلات شهرداری را دست‌نپندی کنیم هر روز مواجهیم با درخواست‌های متعدد که عمدتا از توان شهرداری خارج است؛ درست است که مدیریت شهر با شهرداری است اما همه باید کمک کنند.

وی ادامه داد: مباحث ترافیکی تنها در حیطه شهرداری نیست، باید پلیس و مدیریت ترافیک کمک کند و باید رسانه ملی در جهت فرهنگ‌سازی ترافیکی تلاش کند. شهردار قم با اشاره به بیش از ۳۰ کیلومتر حفاری انجام شده در پردیسان، اظهار کرد: ۳۰ میلیارد هزینه صورت گرفته و ۱۵ میلیارد بخشش صورت گرفته و ۱۵ میلیارد تومان تعهدات بوده که اجرایی نشده و شهرداری باید با این مطالبات چه کند در صورتی که معبری تازه اسفالت شده و تخریب شده است. سقائیان‌نژاد کار شهری را نیازمند هماهنگی و وحدت دانست و افزود: در این پنج سال که مدیریت جدید شهرداری در میدان بوده همیشه اولویت حرکت در چارچوب وحدت و همکاری بوده است.

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی: با توسعه زیرساخت‌های صنعت برق کشور در بعد از انقلاب اسلامی، ظرفیت تولید انرژی الکتریکی بیش از ۱۰ برابر افزایش داشته است.

به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی، علی‌فرهرو مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی با حضور در حوزه علمیه خواجهران زینبیه شهرستان آبییک، به نزدیک شدن به فصل گرم سال و لزوم رعایت مصرف صحیح انرژی الکتریکی توسط مصرف کنندگان اشاره کرد و از بایان طلبه و مبلغان دینی درخواست نمود در خطابه‌ها و تبلیغات دینی، مبلغ مصرف صحیح انرژی باشدند تا با رعایت مصرف از سوی مردم، در طول فصل گرم سال از نعمت برق بهره مند باشیم. علی‌فرهرو با اشاره به توسعه صنعت برق کشور در بعداز انقلاب اسلامی گفت: جمعیت کشور در ابتدای انقلاب اسلامی در حدود ۲۵ میلیون نفر بوده است که این مقدار در حال حاضر ۷۲٫۲ برابر افزایش یافته است؛ این در حالی است که توسعه برق کشور از حدود ۸ هزار مگاوات به ۸۰ هزار مگاوات افزایش داشته است که نشان دهنده رشد ۱۰ برابری زیرساخت‌های صنعت برق کشور است. مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی در ادامه به تلاش دولت‌ها در توسعه صنعت برق اشاره داشت و افزود: بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، تلاش تمامی دولت‌ها با پیروی از سیاست یکسان در توسعه کشور، بر افزایش

اهواز- شبنم قجاوند:مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت:

اولین ترانس ۴۰۰ کیلو ولت خریداری شده که در نوع خود بزرگترین ترانس

قدرت در سطح کشور هستند وارد خوزستان شده و در پست پیروزان اهواز

در حال نصب و آماده سازی برای ورود به شبکه است. محمود دشت بزرگ

اظهار کرد: شش ترانس قدرت ساخت کشور از شرکت ایران توانکات خود را

خریداری شده که یکی از این ترانس‌ها وارد خوزستان شده و دو ترانس دیگر

در مسیر ورود به خوزستان هستند.

وی با بیان اینکه ترانس‌های خریداری شده به تواتر وارد خوزستان شده

و در شبکه نصب و برق‌دار می‌شوند، تصریح کرد: این ترانس‌ها که از نوع

۳۱۵ مگاوات امپیر با ولتاژ ۴۰۰ کیلو ولت هستند به دلیل بزرگی و حجم

اخبار

سرپرست واحد زیبا سازی شهرداری شاهرود مطرح کرد؛

زیبا سازی شهری، ضرورت توسعه همگون شهر، یکی از مطالبات به حق مردم



شاهرود – حسین بابامحمدی: سرپرست واحد زیبا‌سازی شهرداری شاهرود با اشاره به اینکه زیبا‌سازی شهری ضرورت توسعه همگون است، گفت: امروزه زیبا‌سازی فرآیند آفرینش هنری و ارتقا کیفیت زندگی در محیط شهری است که هنرمندفرهنگ، ارزش‌ها و باورهای جامعه را در معرض دید عموم قرار می‌دهد. اعظم وزیری با بیان اینکه انواع هنرهای تجسمی، آثار حجمی، نقاشی دیواری، گرافیک، تبلیغات محیطی و مبللمان در فضاهای شهری، علاوه بر البساط خاطر شهروندان، مورد استفاده آنان نیز قرار می‌گیرد، افزود: زیبا‌سازی بر ارتقای کیفیت محیط و فضاهای عمومی تاکید دارد تا تعامل اجتماعی را تسهیل کرده و هویت کالبدی شهر و هویت اجتماعی شهروندان را تحکیم بخشد. وی ضمن بیان این مطلب که مجموع عوامل کیفی با ظهور و بروز در فضاهای شهری و ایجاد محیط‌های مطلوب به طور عمومی سبب تلقی مطلوبی از شهر در ذهن شهروندان شده و تصاویر خوشایندی درذهنیت آنان باقی می‌گذارد،ن‌ه‌ا‌براز داشت: چنین وضعیتی سبب شکل‌گیری احساساتی نظیر تعلق خاطر به مکان و دوست داشتن محیط زندگی و در نتیجه احساس مسئولیت و دلسوزی نسبت به نروشتن آن، روندی از ارتقای روز افزون و پایدار کیفیت محیط حاصل می‌شود. سرپرست واحد زیبا‌سازی شهرداری شاهرود با اشاره به اینکه امروزه ارتقای کیفیت فضای شهری، تقاضای جامع شهروندان شده و زیبا‌سازی که شاید در روزهای اول در انتها‌ی صف اقدامات مدیریت شهری قرار داشت، امروز یکی از مطالبات به حق مردم به شمار می‌رود، اظهار داشت: ۲۶مورد ساخت المان، ایستگاههای کتاب، تابلوی شناسایی مکان‌های گردشگری، بنیمکت‌های چوبی و غیره، ۱۳۰۰۰ متر مربع رنگ آمیزی پوششی در سطح شهر، ۲۵متر مربع رنگ آمیزی سکوهای پارک مادر، ۳۰۰۰ متر مربع رنگ آمیزی سکو‌ها و باربیکیوهای پارک آبشار، ۹۳۰ متر مربع رنگ آمیزی طرح سنگ دیوار مسجد جامع، ۰۸۰۰۰ متر طول رسه آرای مناسبتی در سطح شهر، نصب و تعویض و اصلاح پرچم‌های بل به تعداد ۲۱۰۰ پرچم، نصب پرچم‌های عمودی ستون‌ها در مناسبت‌های مذهبی و... از جمله اقدامات شاه‌هاست. این واحد در سطح شهر بوده است.

نشست انجمن رانندگان و شرکنتهای حمل ونقلی استان با حضور باقرجوان مدیر کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان



بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان هرمزگان نشست تعاملی بین انجمنهای رانندگان وشرکنتهای حمل ونقلی استان با حضور باقرجوان مدیر کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان هرمزگان در سالن کنفرانس اداره کل برگزار گردید. در این جلسه باقر جوان ضمن خیر مقدم به همکاران وانجمنهای رانندگان وشرکنتهای حمل ونقلی گفت: مجموعه همکاران در این اداره کل باآمادگی کمال پای کار هستند تا مسایل ومشکلات شما عزیزان را بررسی ومرتفع نمایند.مدیر کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان هرمزگان افزود:باید دنبال نقشه راه آینده باشیم وهمه مسایل را بررسی وکارشناسی کنیم ودر چهارچوب قانونی اهدافمان را در نظر گرفته وباسامدهائی آن بعنوان یک آرمان پیذیریم. باقرجوان ادامه داد: آموزش واطلاع رسانی برای رانندگان عزیزی که از این استان خدمات می گیرند در قالب فضای مجازی باید درسروحه کارقرارگیرد تااز این طریق بتوانیم برنامه ها واموزش های لازم را به اطلاع رانندگان وشرکنتهای حمل ونقلی برساییم. باقرجوان تصریح کرد:یکی از وظایف مهم سازمان راهداری وحمل ونقل جاده ای در بحث کلان این است که باری روی زمین نماند لذا اگرعلام بارمانعی در جهت حمل کالاباشد بافصلران برخورد جدی صورت می گیرد باقرجوان اضافه کرد:باید باتشکیل جلسات ونشستهای تخصصی مشکلات این بخش راصدرکرد تاچشم عظیم فعالیتباتنهاییردوش حمل ونقل نباشند بلکه با تقسیم کاربین دستگاههای مرتبط درجهت سرعت بخشیدن به حمل ونقل جابجایی کالاسهم باشیم. این مقام مسئول افزود:باهمّت وتلاش شماعزیزان تاکنون هیچگونه مشکلی در جابجایی کالا پیش نیامده ودر این استان هیچ باری روی زمین نمانده است واین الحمدلله از تعامل خوب بین شماعزیزان انجمنهای رانندگان وشرکنتهای حمل ونقل استان است. مدیر کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان در خصوص نلواگان ملکی ؛لاستیک‌بارهای حساس؛جعل وقوتشاب بارنامه ؛گشت‌انبارهایبمه کالا؛ کمیسونی ویژه وعدم پرداخت کرایه سخنان مبسوطی ایرانمودند وپیداأورشندن این جلسات ونشستهابصورت چرخشی در شهرستهایی دیگر برگزار گرد تااز نزدیک مسایل ومشکلات رانندگان وشرکنتهای حمل ونقلی بررسی ومرتفع گردد.

مدیر تعالی باالایشگاه گاز ایلام عنوان کرد:

آغاز فرآیند تدوین اظهارنامه تعالی سازمانی برای حضور در جایزه سرآمدی شرکت ملی گاز ایران



ایلام –هدی منصوری:مدیر تعالی شرکت پالایش گاز ایلام از آغاز فرآیند تدوین اظهارنامه تعالی سازمانی

برای حضور در سومین دوره جایزه سرآمدی و بهبود مستمر شرکت ملی گاز ایران در سال جاری خبر داد و

گفت: با توجه به برگزاری سومین دوره جایزه سرآمدی و بهبود مستمر شرکت ملی گاز ایران در سال جاری،

برنامه ریزی ها و فعالیتهای لازم برای حضور اثربخش شرکت پالایش گاز ایلام در این دوره از جایزه سرآمدی

در حال انجام است. به گزارش روابط عمومی، مهندس "حامد علیشیری" افزود: در این راستا فرآیند تدوین

اظهار نامه تعالی سازمانی با حضور اعضای کمیته های تعالی پالایشگاه گاز ایلام آغاز شده و مطابق برنامه تا آخر

ماه جاری به صورت کامل انجام خواهد شد. وی با توجه به اینکه این شرکت در دومین دوره جایزه سرآمدی و

بهبود مستمر در سال گذشته موفق به اخذ تقدیر نامه پنج ستاره شده است، تصریح کرد: با توجه به انجام برنامه ها و پروژه های بهبود در واحدهای

مختلف این پالایشگاه طی سال جاری، زمینه مناسبی برای حضور موثر در جایزه سرآمدی و اخذ سطح تندیس وجود دارد و امید است با تلاش،

همکاری و همدلی کلیه پرسنل پالایشگاه این مهم تحقق یابد.

شهردار گرگان: تمامی انتصابات‌ها در شهرداری گرگان، قانونی است

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: شهردار گرگان با اشاره به انتقادات برخی اعضای شورا درباره غیرقانونی بودن بعضی انتصابات در شهرداری گفت: برای همه انتصابات‌ها استعلام گرفتیم و براساس قانون عمل کردیم که مستندات آن وجود دارد.عبدالرضا دانیود در جمع خبرنگاران درباره حواشی که پیرامون برخی انتصابات در شهرداری گرگان به وجود آمده است، اظهار داشت: تمامی انتصابات در شهرداری دارای مستنداتی است، وی با اشاره به اظهارات برخی از اعضای شورای اسلامی شهر گرگان درباره انتصابات شهرداری گفت: این مسئله به خاطر کم‌اطلاعی برخی افراد است و گرنه همه انتصابات در شهرداری در چارچوب قانون بوده و هست.شهردار گرگان با اشاره به مصوبه شورای عالی اداری درباره بارنامع بودن حضور نیروهای قراردادی برای پست‌های مدیریتی و سازمانی ادامه داد: ما این مسئله را بارها به شورای شهر اعلام کردیم اما برخی اعضا همچنان بر نظر خود اصرار داشتند تا اینکه امروز وزارت کشور اقدامات ما را تأیید کرده است.وی درباره سامانه ثبت اطلاعات نیروها بیان داشت: زمانی که قرار باشد نیروی شرکتی را تبدیل به نیروی قراردادی کنیم باید اطلاعات آن را در این سامانه به ثبت برساییم.دانیود عنوان کرد: مستندات قانونی برای انتصابات‌ها در شهرداری گرگان وجود دارد اما برخی از اعضای شورا این مستندات را ندیده می‌گیرند.شهردار گرگان اظهار داشت: اقدام خلاف قانون با اینکه فردی مناسب برای یک پست سازمانی نیست، با هم تفاوت دارد. شاید برخی اعضای شورا با انتخاب و انتصاب برخی افراد در پست‌های مدیریتی موافق نباشند اما این به معنای بی قانونی نیست.

کلاس آموزشی بیماری های زنان در رباط کریم برگزار خواهد شد



رباط کریم – خبر نگار فرصت امروز: فرماندار رباط کریم گفت: با وجود کمبود مراکز بهداشتی و نیرو در حوزه بهداشت و درمان، همواره تلاش می‌کنیم با برنامه ریزی مناسب‌بیشترن بهره‌را از ظرفیت‌های موجود در شهرستان داشته باشیم. سید مهدی ساداتی در دیدار با فخر السادات‌الملی، رییس شبکه بهداشت با اشاره به مشکلات بهداشتی و درمانی و رفع آن در سطح شهرستان بیان کرد: فعالیت در حوزه بهداشت و سلامت یکی از ارزشمندترین کارها محسوب می‌شود که تأثیر مستقیم در سلامت اجتماع دارد و مردم شهرستان طی سال‌های گذشته در حوزه بهداشت و درمان با مشکلات عدیده‌ای از حیث: مرگ مادران باردار، تصادفات منجر به فوت و نبود پزشکان منحص و مراکز بهداشتی و درمانی مواجه بوده‌اند. نماینده عالی دولت در ادامه افزود: ۲۴ واحد بهداشتی در شهرستان رباط کریم برای سلامت شهروندان وجود دارد که از این تعداد، ۱۰ مرکز جامع سلامت، ۱۰ خانه بهداشت و ۱۴ پایگاه سلامت مشغول خدمت‌رسانی است که با توجه به وسعت شهرستان و مراجعه و استفاده شهروهای اطراف، زبینه‌دست‌برای رفع این مشکل گام‌های جدی و اساسی با رعایت مقررات برای رفاه شهروندان برداشته‌شود. فرماندار رباط کریم در مقالی دیگر با بیان این که باید درباره بیماری‌های ویژه زنان نیز اطلاع‌رسانی درستی انجام شود، افزود: با توجه به ضرورت آموزش‌های بهداشتی و درمانی برای بانوان و تلاش در جهت پیشگیری از بیماری‌های شایع آنان، ضرورت کلاس‌های آموزشی بهداشتی و درمانی ویژه بانوان با هدف ارتقای سلامت جسمی زنان، شناسایی راه کارهایی جهت ایجاد نشاط در خانواده و کاهش بیماری‌های شایع در زنان احساس می‌شود. وی تسریع در مرتفع نمودن مشکلات بهداشتی و درمانی بانوان در شهرستان را حائز اهمیت دانست و عنوان کرد: با توجه به اهمیت مسایل بهداشتی و درمانی بانوان در شهرستان، به همت امور بانوان فرمانداری و با همکاری شبکه بهداشت و درمان، یک دوره کلاس آموزشی تخصصی سلامت بانوان و تغذیه سالم ویژه مسئولین بانوان ادارات در آبان ماه تشکیل خواهد شد.

سرعت رانندگی در استان مرکزی ۷ کیلومتر بیشتر از میانگین کشوری است

اراک – مینو رستمی:مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی گفت: سرعت رانندگی در این استان ۷ کیلومتر بر ساعت بیشتر از متوسط کشوری است. علی‌زندفی فر اظهار کرد: سرعت زیاد یکی از عوامل بروز تصادفات جاده‌ای است و بخشی از تصادفاتی که روزانه در محورهای مواصلاتی استان رخ می‌دهد، ناشی از سرعت بالای خودروهاست. وی با تأکید بر اینکه سرعت غیرمجاز، بیشترین فراوانی تخلفات رانندگی را در محورهای استان به خود اختصاص داده است، گفت: رانندگی با سرعت مجاز و مطمئن عمل مهمی برای کاهش تصادفات جاده‌ای است. زندفی در ادامه گفت: با توجه به اینکه شهرستان زرنديه پيشانی استان مرکزی بوده و محورهای آن جزو مسیرهای پرتردد استان است، لذا ایمنی راههای این شهرستان از اهمیت خاصی برخوردار است، وی با اشاره به طرح‌های نیمه‌تمام در حوزه راه شهرستان گفت: اعتبار نیاز برای اجرای طرحی جهت کاهش تصادفات در محدوده بلن دوم راه‌آهن و زیرگذر شهرک صنعتی پردک از یک سال پیش تأمین شده و طی مناقصه‌ای دو پیمانکار برای این پروژه به انتخاب شد ولی متأسفانه با وجود تمام پیگیری انجام شده، شاهد کم‌کاری از جانب پیمانکار بودیم. وی اظهار کرد: با حل مشکلات و تکمیل مدارک پیمانکار و شروع فعالیت پروژه می‌توانیم هر کدام از زیرگذرها را طی دو الی سه ماه به بهره‌برداری برسایم. زندفی در به چگونگی حل مشکل ورودی محور زاونیه به اخترآباد و حادنه‌خیز بودن آن منطقه اشاره کرد و گفت: مشکل ورودی اخترآباد باید به صورت اساسی مورد بحث و بررسی کارشناسی قرار بگیرد تا بتوانیم یک زیرگذر یا راوگذر در آن منطقه احداث کنیم، از دیگر برنامه‌ها جهت کاهش تصادفات جاده‌ای در این مناطق، نصب تابلوهای راهنمایی رانندگی، چراغ چشمک زن، خط‌کشی جاده‌ها و ایجاد روشنایی است که در حال حاضر برای خط‌کشی جاده‌ها پیمانکار شروع به کار کرده است و در صورت مشخص شدن پیمانکار برای طرح‌های بعدی، اولویت اول با شهرستان زرنديه است.

۵ روش کاربردی برای مقابله با مدیر بد و محیط کار سمی



آیا تابه‌حال در محیط کار با مدیری بد روبه‌رو شده‌اید؟ تجربه داشتن مدیر بد بسیار ناخوشایند است. شاید شما هم در محیطی کار کرده‌اید که مدیر آن با افراد زیردست خود رفتار بسیار بدی داشته، آنها را تحقیر می‌کرده، به‌آسانی عصبانی می‌شده و دادو فریاد به راه می‌انداخته است یا بدتر از همه اینکه، موفقیت و دستاوردهای دیگر کارکنان را به نام خود تمام می‌کرده است، اما در مقابل چنین مدیری چطور باید برخورد کنیم؟ برای پاسخ به این سؤال تا انتهای این مطلب با ما همراه باشید. باوجود اینکه در این روزها، مدام کلاس‌ها و کارگاه‌هایی برای تربیت مدیران موفق برگزار می‌شود اما همچنان عده قابل‌ملاحظه‌ای از مدیران در سازمان‌ها و ادارات، رفتار خوبی ندارند. مثلاً در کشور آمریکا، ۵۶درصد از کارکنان اعلام کرده‌اند که مدیریت سازمان یا شرکت‌شان رفتاری به‌شدت نامناسب دارد. آماری دیگر که انجمن روانشناسی آمریکا منتشر کرده است هم نشان می‌دهد که در این کشور، ۷۵درصد از کارکنان، مواجهه با رئیس و حضور او را استرس‌آورترین بخش محیط کاری‌شان می‌دانند. بنا به آمار مؤسسه گالوپ، نیمی از افرادی که شغل خود را ترک می‌کنند، با مدیر خود در محل کار مشکل دارند. مدیر بد فقط محل کار را برای‌تان به جهنم بدل نمی‌کند بلکه روی زندگی شخصی‌تان هم اثرات نامطلوبی خواهد گذاشت. در واقع، مدیر بد می‌تواند به سلامتی جسم و روح‌تان آسیب بزند.

مدیر بد چطور می‌تواند شما را به کشتن دهد؟

شاید به نظر می‌رسد که بعد از پیدا کردن شغل در بازار کاری آشفته، بهتر است با محیط و مدیر سازش داشته باشید و به ترک شغل فکر نکنید، اما واقعیت این است که مدیران بد می‌توانند سلامت‌تان را هم به خطر بیندازند. بنا به نتایج یک سرشماری از ۳ هزار و ۱۲۲ نفر در کشور سوئد، افرادی که با مدیران بد دست‌وپنجه نرم می‌کنند، ۶۰درصد بیشتر از افراد دیگر در معرض ابتلا به سکته مغزی، حمله قلبی یا مشکلات قلبی دیگر هستند. براساس یک پژوهش دیگر، داشتن رئیس بد می‌تواند موجب افسردگی مزمن، اضطراب و استرس شود. تمام این

موارد ناشی از پایین آمدن سطح ایمنی بدن است.

حتی برخی از تحقیقات نشان می‌دهند که بعد از مواجهه با مدیر بد، ۲۲ ماه طول می‌کشد تا سطح استرس در بدن به حالت طبیعی بازگردد. در این باره به‌تازگی مطالعه‌ای صورت گرفته و نتایج آن در مجله بین‌المللی پژوهش‌های محیطی و سلامت عمومی (International Journal of Environmental Research) به چاپ رسیده است. این مطالعه نشان می‌دهد که محیط‌های کاری نامطلوب احتمال افزایش عوامل خطرزا برای سلامت قلب و عروق را بیشتر می‌کنند. مثلاً می‌توانند باعث افزایش فشار خون، بالا رفتن کلسترول و انواع دیابت شوند. شاید ترک کردن شغلی که محیط کاری نامطلوبی دارد، به نظر سخت برسد و گزینه چندان جالبی نباشد اما ماندن در محیطی آزاردهنده به‌مراتب برای سلامت روح و جسم مضرات بیشتری خواهد داشت.

روش‌های مقابله با مدیر بد و محیط کاری نامطلوب

زمانی که وضعیت خود در محیط کاری نامطلوب را ارزیابی و گزینه‌های کاری دیگر را بررسی می‌کنید، متوجه می‌شوید که روش‌هایی برای مقابله با مدیر بد و مدیریت شرایط نامساعدات در محل کار وجود دارد. در ادامه، به تعدادی از این روش‌ها پرداخته شده است.

۱. همدردی

شاید مدیر بدی که در محل کار دارید، برای‌تان شبیه کابوس باشد، اما احتمال دارد که رفتار نادرست او ریشه در حقایق پنهان داشته باشد؛ بنابراین، بهتر است با این فرد همدردی کنید و خودتان را جای او بگذارید. پایین بودن هوش هیجانی یکی از دلایلی است که مدیری بد به‌واسطه آن، رفتاری سرد و غیرصمیمانه از خود نشان می‌دهد. به‌خاطر این نقصان، از دست او ناراحت نشوید و سعی کنید رفتاری در پیش بگیرید که همدردی و همراهی‌تان با او را نشان می‌دهد. شاید نتوانید در رفتار مدیر بد خود تغییری ایجاد کنید اما با کنترل رفتارهای خود

در برخورد با او، امکان مدیریت کردن وضعیت را به وجود خواهید آورد. **۲. خودمراقبتی**

مراقبت از روان و جسم خود در محیط‌ها و شرایط استرس‌آور بسیار ضروری است. به خود بگویید که این وضعیت موقتی است و قرار نیست تا آخر عمرتان، آن را تحمل کنید. بهتر است در خارج از محیط کار و در اوقات دیگر به دنبال فعالیت‌ها و برنامه‌های شادی‌آوری باشید که احساسات خوبی را در شما به وجود می‌آورند. به دنبال برنامه‌هایی مانند یوگا و مدیتیشن باشید. این فعالیت‌ها می‌توانند باعث آرامش و افزایش توانایی زیستن در زمان حال شوند.

ورزش‌کردن و خواب کافی هم در خودمراقبتی ضروری است. یکی دیگر از اقدامات خودمراقبتی، معاشرت با افرادی است که شما را درک می‌کنند. بهتر است با آنها زنجیره دوستی و ارتباطی ایجاد کنید. کمک گرفتن از مربی، مشاور یا فردی الهام‌بخش که می‌تواند شما را به قرار گرفتن در مسیر شغلی مناسب هدایت کند هم ایده خوبی خواهد بود.

۳. ایجاد حدومرز در محیط کار

اگر مدیری دارید که در هر ساعتی از شبانه‌روز با شما تماس می‌گیرد و انتظار دارد که سفرتان در تعطیلات را به‌خاطر شرکت در یک جلسه لغو کنید، حتماً باید برای او حد و مرزهایی تعیین کنید. یکی از روش‌هایی که در این زمینه به یاری‌تان می‌آید، تمرین و تلاش برای «نه گفتن» است. از قبل، برای خود مجموعه‌ای از پاسخ‌ها را آماده داشته باشید.

مثلاً زمانی که از شما درخواست کاری می‌شود و سرتان بسیار شلوغ است، بدون تعارف به مدیر بگویید که از بابت انتخاب خود برای انجام کار و وظیفه مذکور بسیار خوشحال هستید اما در حال حاضر، سرتان بسیار شلوغ است و مطمئناً که فردی بهتر برای انجام این کار وجود دارد. برای موقعیت‌هایی که از شما خواسته‌هایی بیش از حد وظایف‌تان یا در زمانی نامناسب دارند هم توضیحاتی آماده داشته باشید. مثلاً در مواجهه با چنین پیشنهادهایی بگویید که متأسفانه

برنامه‌ای خانوادگی دارید که حتماً باید به آن رسیدگی شود و زمان کافی ندارید.

اگر هم توانایی «نه گفتن» هنوز در شما قوی نشده است، باید سریعاً گزینه دیگری به مدیر پیشنهاد بدهید؛ مثلاً بگویید که روز جمعه این کار را انجام نخواهید داد، اما تا عصر روز شنبه همه‌چیز آماده و تکمیل خواهد شد. همچنین، می‌توانید با لحن یا یادداشتی پر از اعتماد به نفس، پیشنهاد و دستور کاری غیرمعمول را رد کنید.

۴. ابراز نظرات خود

نظرات خود درباره وضعیت‌تان را با صدای رسا به گوش مدیریت و بخش منابع انسانی برسانید. نگذارید که دلخوری‌های‌تان درباره اینکه بیش از حد کار می‌کنید و به اندازه کافی از شما تقدیر نمی‌شود، تا روز آخر کار در یک مجموعه در دل‌تان باقی بمانند. با مدیرتان صحبت کنید و درباره نگرانی و مشکلات‌تان با او حرف بزنید، به او درباره احساسی که در محیط کار دارید بازخورد بدهید و در صورت امکان، راهکارهایی را مطرح کنید. باید نیازهای خود به حمایت و پشتیبانی مدیریت را مطرح کنید. حتی اگر مدیریت به خواسته‌های‌تان بی‌توجهی کند، باز هم نزد خود از تلاش‌تان برای بهبود وضعیت راضی خواهید بود.

۵. راه‌حل آخر

اگر تمام این تلاش‌ها به نتیجه نرسید، باید به دنبال تغییری اساسی باشید. مثلاً پُست‌تان در همان اداره را تغییر بدهید یا کلاً به دنبال عوض کردن محل کارتان باشید. خوداشتغالی یا راه‌اندازی کسب و کار هم گزینه‌ای است که می‌توانید به آن فکر کنید. به‌هیچ‌وجه سلامت‌تان را به‌خاطر یک مدیر بد و محیط کار سمی به خطر نیندازید. یادتان باشد که ما مشاغل را ترک نمی‌کنیم بلکه مدیران بد را ترک می‌کنیم؛ حق همه ماست که با مدیرانی کار کنیم که الهام‌بخش هستند و شیوه رهبری و ایجاد انگیزه در کارکنان را به‌خوبی می‌دانند.

منبع: forbes/chetor

کار آفرین‌هایی که میانه خوبی با دنیای اینترنت ندارند

به قلم: شانا لباوینتز نویسنده حوزه مدیریت و کسبوکار
مترجم:امیر آل علی

اگرچه اینترنت برای تقریبا تمامی افراد به یک ابزار کاملا ضروری تبدیل شده است، با این حال کارآفرین‌ها همواره به خاطر رفتارهای متفاوت خود مشهور بوده و برخی از آنها ابدا میانه خوبی را با این فضا ندارند. در این رابطه توجه داشته باشید که همواره توصیه می‌شود تا در استفاده خود از اینترنت، محدودیت‌هایی را تعیین کنید تا بیش از حد درگیر آن نشوید و یک معضل بزرگ را از زندگی خود حذف کنید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۹ کارآفرینی خواهیم پرداخت که به علت محدودیت‌های جدی خود در این رابطه، به عنوان افرادی معرفی می‌شوند که میانه خوبی با دنیای اینترنت ندارند.

۱-جاستین مک لنود موسس برند هینگ

اگرچه هینگ یک برنامه دوست‌یابی بسیار محبوب محسوب می‌شود، با این حال موسس آن اعلام کرده است که تنها در آخر هفته‌ها از اینترنت استفاده می‌کند. در این رابطه او حتی برنامه ایمیل را نیز از تلفن همراه خود پاک کرده تا آرایش بیشتری را در کار خود داشته باشد. وی در این رابطه عقیده دارد که شما تحت هیچ شرایطی نباید به اینترنت وابسته شوید. این امر خصوصا برای افرادی که هدف مهمی در زندگی خود دارند، بسیار مهم بوده و استرس شما را نیز کاهش خواهد داد. تحقیقات در این زمینه نیز نشان می‌دهد افرادی که وابستگی خود به اینترنت را از بین می‌برند، انسان‌هایی به مراتب شادتر، با برنامه‌تر و در نهایت موفق‌تر محسوب می‌شوند.

۲-مارک بنیوف موسس برند سلزفورس

مارک بنیوف در سال ۲۰۱۸ عنوان کرده است که اخیرا آیفون و آیپد خود را به ویلای خود در کشور هاوایی منتقل کرده تا تنها در زمان استراحت و تفریح، از آنها استفاده کند. علت این امر به این خاطر است که او عقیده دارد که اینترنت، درست به مانند مواد مخدر بوده و می‌تواند فرد را کاملا در گیر خود کند. این امر بدون شک برای افراد پرمشغله یک آفت محسوب خواهد شد. این امر باعث شده است تا وی زمان بیشتری را برای شروع اقداماتی نظیر مدیریتشن داشته باشد. به همین خاطر وی توصیه می‌کند که اینترنت را تنها یک ابزار تفریحی دانسته و اقدامات شما در طول روز، باید موارد به مراتب مفیدتری را شامل شود، با این حال حتی اگر برای شما چنین محدودیت شدیدی سخت است، توصیه می‌شود تا به صورت مکرر، وقفه‌های حداقل یک هفته‌ای در استفاده از آنها را ایجاد کنید تا وابستگی شما به آن به کمترین میزان ممکن برسد. تنها کافی است تا در این رابطه یک بار اقدام کنید، بدون شک خود متوجه تاثیرات فوق‌العاده مثبت آن در زندگی خواهید شد.

۳-آرانا هافینگتون موسس برند هافینگتن پست

خلوم هافینگتن بر این باور است که اگرچه افراد قبل از خواب عادت دارند تا با تلفن‌های همراه خود کار کرده و در اینترنت به گشت‌زنی بپردازند، با این حال این امر نظم و کیفیت خواب را به شدت کاهش خواهد داد. به همین خاطر او این اقدام را برای خود، افراد خانواده و تیم شرکت کاملا ممنوع ساخته است. درواقع به عقیده او راز داشتن یک روز موفق، استراحت کافی بوده و کمبود در این زمینه، بدون شک همه چیز را با مشکل مواجه خواهد ساخت. در این رابطه بهتر است تا به موسیقی گوش کرده و در رابطه با اقدامات فردای خود فکر کنید تا در نهایت به خواب بروید. همچنین اولین اقدام شما پس از بیدار شدن نیز نباید چک کردن گوشی و شبکه‌های اجتماعی باشد. این امر باعث خواهد شد تا احساس خستگی شدیدی به شما دست دهد. در نهایت حضور شما در اینترنت نباید بیش از حد طولانی باشد. برای مثال برای هر نیم ساعت، حتما باید وقفه‌ای را در نظر بگیرید.

۴-کارلی کلاوس موسس برند کوده

اگرچه خانوک کلاوس یکی از مشهورترین مدل‌های جهان محسوب شده و برندی در زمینه تکنولوژی را نیز ایجاد کرده است، با این حال او همواره اعلام کرده که دنیای اینترنت را چندان جذاب نمی‌داند. به عقیده او این امر باعث شده است تا ارتباطات افراد به حداقل برسد. به همین خاطر وی برای تمامی صفحات خود در شبکه‌های اجتماعی، ادمین‌هایی را تعیین کرده و اقداماتی نظیر چک کردن ایمیل‌ها را نیز به آنها واگذار کرده است. به عقیده او این امر باعث شده تا بتواند بیشتر به اقداماتی که دوست دارد، بپردازد. با این حال این امر به معنای کنار گذاشتن تکنولوژی نبوده و تنها به این امر اشاره دارد که باید کنترل لازم را بر روی آن داشته باشیم.

۵-تام پترسون موسس برند تامی جان

اگرچه این امر به‌سبب طبیعی است که یک کارآفرین با ایمیل‌های زیادی مواجه باشد، با این حال آقای پترسون هیچ‌گاه در طول ساعت‌های اداری خود، اقدام به چک کردن و پاسخ دادن به آنها نمی‌کند. به عقیده او هر فرد باید در کار خود تمرکز کافی را داشته باشد تا بتواند عملکردی درخشان را از خود نشان دهد. بدون شک تلفن‌های هوشمند، بزرگترین تهدید در این رابطه محسوب شده و لازم است تا ارتباط خود به اینترنت را به صورت کامل قطع کرده و همواره اولویت‌ها را مهم‌تر تلقی کنید.

۶-جوییتا داس موسس برند جیوانا

وی از جمله معبود کارآفرین‌هایی محسوب می‌شود که در مصاحبه خود به صورت علنی اعتراف کرده است که به دنیای اینترنت اعتیاد پیدا کرده است. درواقع برای او استفاده از این تکنولوژی جذابیت بسیار بالایی را به همراه دارد، با این حال او ابدا اینترنت را ابزاری مفید نمی‌داند. تحت این شرایط او از برنامه خود برای کاهش وابستگی نیز برده نداشته و اعلام کرده است که حداقل دو بار در سال، برای چندین روز ارتباط خود به اینترنت را به صورت کامل قطع می‌کند. اگرچه این امر ممکن است بسیار کم به نظر برسد، با این حال او این نقطه را برای شروع کاملا مناسب دانسته و عقیده دارد که این اقدام تنها نقطه شروع بوده و پس از موفقیت در آن حتما برنامه‌های سخت‌تری را انتخاب خواهد کرد. او به تمامی افرادی که به اینترنت وابستگی شدیدی را پیدا کرده‌اند نیز توصیه می‌کند که برای کاهش آن، اقدامات چند مرحله‌ای را در دستور کار خود قرار دهند. این امر شانس موفقیت آنها را به مراتب بیشتر خواهد کرد.

۷-وارن بافت موسس برند برکشایر هاتاوی

وارن بافت را به عنوان موفق‌ترین سرمایه‌گذار قرن اخیر می‌دانند، با این حال جالب است بدانید که او تا به امروز از هیچ‌گونه تلفن همراه هوشمندی استفاده نکرده است. وی در این رابطه عقیده دارد که اینترنت باعث شده است تا افراد کاملا سطحی شوند. برای مثال تا قبل از اینترنت، افراد مجبور به مطالعه کتاب‌های مختلف برای یافتن پاسخ پرسش‌های خود بودند، با این حال در حال حاضر گوگل این اقدام را برای آنها انجام می‌دهد که باعث شده است تا امکان آموختن عمیق از بین برود. درواقع اینترنت و گوشی‌های هوشمند، امکاناتی را در اختیار افراد قرار می‌دهند که اگرچه سهولت را به همراه دارد، با این حال آسیب‌های جدی‌ای را نیز متوجه آنها ساخته است. به همین خاطر بهتر است تا آن را به صورت کامل کنار بگذارید تا به معنای واقعی زندگی کنید.

۸-جان پل دوجوریا موسس برند پل میشل

موسس یکی از بزرگترین برندهای فعال در زمینه محصولات آرایشی، بهداشتی و مراقبت از پوست و مو اعلام کرده است که از ایمیل استفاده نمی‌کند و حتی یک رایانه را نیز تاکنون خریداری نکرده است. به عقیده او هیچ چیز نمی‌تواند جایگزین ارتباطات مستقیم افراد شود. در این رابطه ایمیل تنها باعث خواهد شد تا شما بیشترین نتیجه لازم را به دست نیآورید. همچنین وی عقیده دارد که تنها باید چیزهایی را در کنار خود نگه دارید که ضرورت زیادی را داشته‌و از آنها استفاده کاملا مفیدی را می‌برید. در غیر این صورت به مصرف‌کننده‌ای تبدیل خواهید شد که هیچ سودی را از اقدامات خود نمی‌برد. برای مثال اگرچه در حال حاضر اینترنت به امکاناتی حیاتی برای بسیاری از افراد تبدیل شده است، با این حال تنها افرادی محدود، از آن استفاده‌های مفیدی را داشته و خود را بیش از حد درگیر آن نمی‌کنند.

۹-کارل لاگرفلد موسس برند شتل

این امر بسیار عجیب است که پادشاه مد جهان، هیچ‌گاه از اینترنت استفاده نکرده باشد. با این حال وی در این رابطه بر این باور است که اینترنت شما را در جهانی خیالی قرار خواهد داد که تاثیرات بسیار بدی را به همراه دارد. جالب است بدانید که او هیچ تلفن همراهی را نیز نداشته است. علت این امر نیز به این خاطر بوده که بتواند از تمامی دقائق زندگی خود بهترین استفاده را داشته باشد. این امر به شما کمک خواهد کرد تا جهان را به جای نگاه کردن از قاب گوشی تلفن همراه، از منظر واقعی مشاهده کنید. وی حتی پس از حضور در شبکه توئیتر، عنوان کرده است که مدیریت آن برعهده فردی دیگر است و تنها به علت مسائل اقتصادی تن به این اقدام داده است و او هیچ‌گاه برای چنین مواردی، وقت خود را صرف نخواهد کرد.

منبع:businessinsider

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی-اقتصادی

| چهارشنبه | اول آبان ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۱۸ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی:میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۰۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۰۸۸۸۹۵۳۴۲

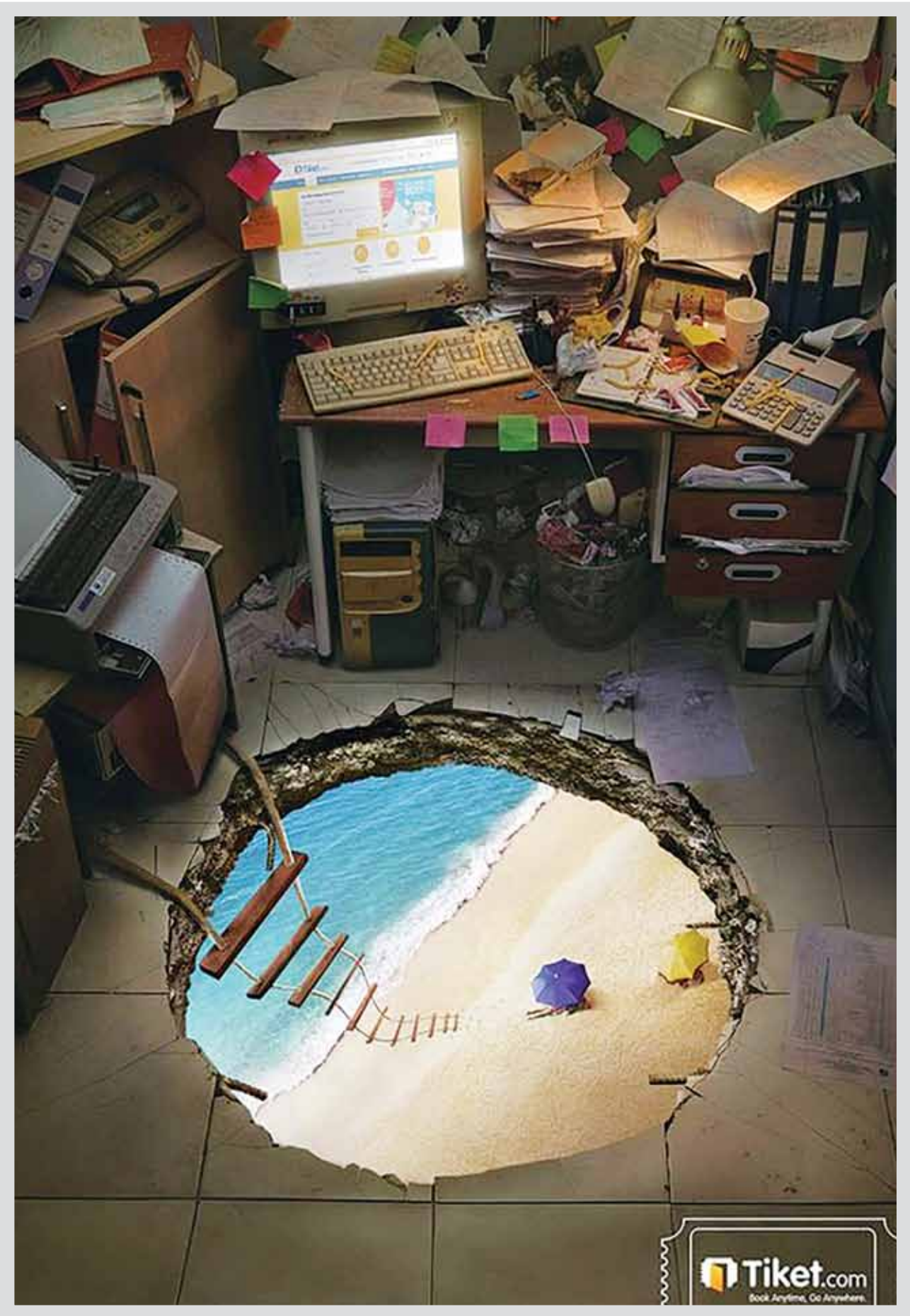
روابط عمومی: ۰۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۰۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۰۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۰۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



برترین‌های جهان چه دیدگاهی در رابطه با موفقیت دارند(۲)

نویسنده: آلتا اکتار نویسنده حوزه موفقیت و کسبوکار

مترجم:امیر آل علی

در قسمت اول به پنج دیدگاه برترین‌های جهان در مورد موفقیت اشاره کردیم و حال آنها را ادامه می‌دهیم.
۶-مایا آنجلو: موفقیت به معنای لذت بردن از کاری است که مشغول انجام آن هستید

هر فردی که کاری را انجام می‌دهد که به آن علاقه دارد، بدون شک به موفقیت رسیده است. این امر بدون شک برای هر فردی متفاوت خواهد بود. برای مثال برای من نویسندگی تنها کاری است که نسبت به آن علاقه وافری دارم. همین امر نیز باعث شده است تا به جایگاهی در دنیای شاعری و نویسندگی دست پیدا کنم. این امر در حالی است که بدون شک، حتی با در اختیار داشتن بهترین امکانات نیز ابدا نمی‌توانستم در حوزه‌ای دیگر، درخششی را داشته باشم. به همین خاطر هر فردی که به دنبال موفقیت واقعی است، باید به سراغ کاری برود که بیش از هر چیزی به آن تمایل دارد.

۷-بیل گیتس: معیار موفقیت، مفید بودن برای جامعه است

بیل گیتس رکورددار قرار گرفتن در رتبه نخست ثروتمندترین افراد جهان محسوب می‌شود با این حال با تاسیس بنیاد خیریه خود و اعلام این امر که پس از پایان زندگی‌اش تمامی ثروت او صرف امور خیریه خواهد شد، به خوبی نشان داده است که موفقیت برای او ابدا به معنای کسب ثروت نیست، درواقع آقای گیتس اعلام کرده است که اگر بتوانید برای جامعه خود مفید باشید و تاثیریری مثبت را ایجاد کنید، بدون شک به موفقیت رسیده‌اید. درواقع اگر احساس کنید که تغییری مثبت را در جهان خود ایجاد کرده‌اید، بدون شک فردی موفق محسوب خواهید شد.

این امر نیز تنها به معنای ایجاد یک برند نبوده و حتی موارد به ظاهر کوچک را نیز شامل می‌شود.

۸-دیپاک چوپرا: موفقیت به معنای رشد مداوم است
اگرچه آقای چوپرا تحصیلات خود در رشته پزشکی را در دانشگاه معتبر ویرجینیا به اتمام رسانده و یک پزشک و استاد دانشگاه مطرح محسوب می‌شود، با این حال به علت اعتقاد او به شیوه درمانی‌ای به نام طب روحانی، به عنوان یک معلم معنوی خصوصا در کشور خود به شهرتی فوق‌العاده دست پیدا کرده و تاکنون بیش از ۴۰ کتاب را به رشته تحریر درآورده است. در رابطه با موفقیت، وی عقیده دارد که نمی‌توان هیچ نقطه پایانی را برای آن متصور شد. به همین خاطر موفقیت یک شبهه، تنها یک خیال واهی بوده و لازم است تا هر فرد، به صورت مداوم، در مسیر رشد قرار داشته باشد. تحت این شرایط شما می‌توانید خود را فردی موفق تلقی کنید.

۹-باراک اوباما: اگر قدرت ایجاد تغییر در زندگی یک فرد و یا افرادی را داشته باشید، فردی موفق خواهید بود

باراک اوباما اگرچه موفق شده بود تا به بالاترین جایگاه در کشور خود دست پیدا کند. با این حال در مصاحبه خود عنوان کرده است که رسیدن به این جایگاه، ابدا هدف اصلی او نبوده و موفقیت را تنها زمانی متعلق به خود می‌داند که به جای ثروت‌اندوزی، سطح زندگی افراد کشور خود را ارتقا بخشیده باشد. به همین خاطر رسیدن به قدرت و در اختیار داشتن ثروت، تنها باید به عنوان ابزاری برای پیاده ساختن آرمان‌هایی به مراتب بزرگ‌تر و مهم‌تر نظیر ایجاد رفاه عمومی باشد.

۱۰-توماس ادیسون: فرد موفق کسی است که تمام تلاش خود را انجام می‌دهد

توماس ادیسون از جمله افرادی است که تنها اراده فرد را برای



رسیدن به موفقیت کافی می‌داند. درواقع برای او شانس ۹۹درصد موفقیت از طریق تلاش به دست می‌آید. علت این امر به این خاطر است که هر دستاورد بزرگی، کاملا دشوار بوده و تنها افرادی لیاقت آن را خواهند داشت که شایستگی خود را با تلاش بیش از حد، نشان داده باشند.

۱۱-استفان کاوی: موفقیت برای هر فردی، تعریف جداگانه‌ای را خواهد داشت

آقای کاوی، نویسنده کتاب‌های بسیار مشهوری نظیر هفت عادت مردمان موثر است و در زمینه سخنرانی انگیزشی نیز یکی از بهترین‌ها محسوب می‌شود، با این حال به عقیده او موفقیت تنها در اختیار افرادی قرار دارد که خودشناسی خوبی را داشته باشند. درواقع تا زمانی که دقیقا ندانید که چه می‌خواهید، تمامی اقدامات شما نتیجه لازم را به همراه ندارد. تحت این شرایط شما مجبور خواهید بود برای هدف فردی دیگر تلاش کنید.

۱۲-جان پل دجوریا: موفقیت به معنای سخت‌کوشی است

بدون شک در جهان دو نوع انسان وجود دارد. نخست آنهایی که حتی بیشتر از سطح توانایی‌های خود تلاش می‌کنند و دیگری افرادی که از شکست می‌ترسند و در نقطه ساکن مانده‌اند. برای درک بهتر این موضوع او زندگی خود را مثال زده است که در ابتدای شروع کار با مشکلات بسیاری مواجه بوده و برای فروش محصول، خود به صورت مستقیم به تمامی آرایشگاه‌ها مراجعه می‌کرد. این امر در حالی است که سایر رقبا، تنها به دنبال روش‌های راحت برای خود بوده‌اند. همین امر نیز باعث شد تا وی بتواند از یک فردی که با مشکلات مالی بسیاری مواجه بوده است، به یکی از ثروتمندترین و موفق‌ترین افراد جهان تبدیل شود.

منبع: businessinsider