



کار مجله موفقیت برای زندگی

Www.WORK for living.com

شماره ۱۶

مدرسه موفقیت/ارائه درسهای زندگی

آکادمی مالی/فرکانس ثروت

یادگیری آسان انگلیسی شنیداری

@workforliving

@Wflschool

@wflenglishschool

Www.Workforliving.com





مجله الکترونیکی کار برای زندگی



فهرست

سخن آغازین ۴
بیوگرافی موسس..... ۵
درباره کالج بین المللی موفقیت و آموزش..... ۶
اهداف و نگرش ما..... ۷

***

مقاله های مثبت اندیشی و موفقیت..... ۸
روزسیزدهم ـ شکرگزاری
۳۶۵ گام موفقیت
چند پیشنهاد برای کنترل خشم
عظمت خدای درون

***

مقاله های کارآفرینی و مدیریت موفق..... ۱۲
بازاریابی برمبنای رابطه
مشتری ها از ما چه می خرند؟
نکاتی ساده برای توسعه بازار
کارایی بیشتر
یک ساعت از عمرشما چقدر برایتان ارزش دارد؟

***

مقاله های موفقیت مالی و سرمایه گذاری..... ۱۹
سه اشتباه مالی که زندگی شمارا نابود می کند
استراتژی های جلوگیری از ضرردربازار سهام بین الملل
حباب یک سهم چیست ؟

مجله الکترونیکی کار برای زندگی یک مجله داخلی رایگان و با هدف اشاعه فرهنگ مثبت اندیشی ، موفقیت و ارتقاء مهارت افراد درکسب و کار و سرمایه گذاری صحیح است.

سردبیر و مدیر مسئول :
محمد رضا ماجد

گروه تحریریه : فریبا همتی
مریم دریاگرد

ارتباط با ما:
تلفن های دفتر :
۰۲۱۸۸۰۶۳۱۹۷
۰۲۱۸۸۲۱۰۵۳۸

فکس :
۰۲۱۸۸۰۶۳۱۹۷

روابط عمومی ۸۸۰۶۳۱۹۷

شماره پیامک : ۳۰۰۰۱۶۰۸۰۹۰۰۰۰

آدرس سایت :
www.workforliving.com
www.wfl.ir

وب سایت شخصی سردبیر :
www.mmajed.ir

آدرس ایمیل :
info@workforliving.com

ایمیل مکاتبه با مدیریت:
mrmajed@yahoo.com



برگزاری نشست های موفقیت و مهارت های زندگی

در ساختمان اسناد

سخنران: دکتر محمد رضا ماجد



سخن آغازین

سلام دوستان همراه، یاران صمیمی مجله موفقیت و تولید ثروت

امیدوارم حال و روز شما عالی باشد .

مدتی است که تولید مجله موفقیت شروع شده و همکاران من زحمات زیادی در راستای تولید آن متحمل می شوند اما کمتر بازخوردی از طرف شما عزیزان داشته ایم که بتوانیم بهتر بررسی کنیم این مجله به دست چه کسانی رسیده و چقدر از آن راضی هستند یا چه پیشنهادی برای بهتر شدن آن دارند.

لذا صمیمانه از همه دوستانی که این مجله را دانلود و مطالعه می کنند، استدعا دارم یک ایمیل به mrmajed@yahoo.com زده و نقطه نظرات و پیشنهادات خود را در رابطه با مجله ، وب سایت و یا کانالهای تلگرام ما منعکس فرمایند تا راهنمائی برای خدمت گذاری بهتر ما باشد.

از طرفی نکته ای به ذهنم رسید که لازم دیدم با شما عزیزان مطرح کنم و ان این که کمی نسبت به اطراف خود دقیق تر بوده و از خود واکنش بیشتری نشان دهیم . ما در این جهان هستیم تا خواسته های خود را خلق کنیم و این میسر نمی شود مگر خودباور و عملگرا باشیم . من هم معتقدم حجم فعالیت های روزانه و دغدغه ها بسیار زیاد شده اما با موثر بودن و دست به عمل زدن می توان جهانی زیباتر و مهربان تر آفرید.

همیشه در پناه حق باشید

محمد رضا ماجد

خرداد ۱۳۹۵





محمد رضا ماجد

مربی کار و زندگی Life & Business Coach

هدف: تلاش در جهت شناخت قابلیت‌های انسان و یافتن راه‌های موفقیت در کار و زندگی از طریق ارتقاء مهارت‌های زندگی، کسب و کار و سرمایه‌گذاری

تحصیلات و مدارک

- دانشجوی دوره دکترای حرفه‌ای مدیریت کار و کسب DBA دانشگاه تهران
- فارغ التحصیل دوره MBA مدیریت کارآفرینی (بازار یابی) از دانشگاه تهران
- دانش آموخته MBA گرایش استراتژیک از MRFI
- فارغ‌التحصیل دوره مدرسی کارآفرینی از دانشگاه شریف
- دانش‌آموخته NLP برنامه‌ریزی عصبی کلامی یا تکنیک‌های مهندسی ذهن
- فارغ التحصیل کارشناسی برق - الکترونیک
- کاندیدای مدرک بین‌المللی تحلیل‌گری حرفه‌ای مالی و بورس CFA

سوابق کار و تجربیات

- ۲۲ سال سابقه اجرائی دولتی و خصوصی در سمت مدیرعامل، عضو هیئت مدیره مدیر بازرگانی، بازاریابی و فروش
- ۱۴ سال سابقه تدریس در دانشگاه‌ها، مجتمع‌های آموزش عالی، دبیرستان‌ها و هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای
- ۲۳ سال سابقه به عنوان سخنران، پژوهشگر و مدرس دوره‌های موفقیت، موفقیت مالی و موفقیت در کار و کسب
- کارآفرین در حوزه‌های تجارت الکترونیک، بازارهای مالی، بورس و مدرسه و مجله موفقیت
- تدوین ۵ جلد کتاب در زمینه روانشناسی معاملات، موفقیت مالی، روش‌های سرمایه‌گذاری و تحلیل‌گری موفق
- ارائه صدها مقاله در روزنامه‌ها و مجلات مختلف
- راه‌اندازی چندین سایت و مجله الکترونیکی موفقیت ازجمله «کار برای زندگی» با بیش از ۲۰۰۰ مقاله کاربردی
- مدیر معاملات در کارگزاری‌های بورس داخل و خارج کشور
- سرمایه‌گذار و فعال بازارهای مالی از ۱۳۸۱
- مدیر کارگروه ابزارهای نوین مالی (کالا) در بورس

www.workforliving.com

گروه کار برای زندگی در سال ۱۳۷۶ با هدف اشاعه کاربرد ان ال پی، علوم موفقیت و فرهنگ مثبت‌اندیشی در زندگی و کار پا به عرصه وجود گذاشت.

ابتدا فعالیت خود را در ارتقاء مهارت‌های کسب و کار و سرمایه‌گذاری افراد متمرکز نمود و بازارهای بورس سهام، کالا، مسکن و تجارت الکترونیک را به عنوان بهترین بازارهای موجود برای حوزه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری افراد برگزید.

سپس با توجه به نیاز مبرم جامعه به مباحث مثبت نگری، هدف‌یابی، برنامه‌ریزی و ارتباط موثر با دیگران حوزه فعالیت خود را افزایش و به ارائه مباحث فوق اختصاص و از طرفی با توجه به پائین بودن راندمان کار در شرکت‌ها با ریشه‌یابی مسئله و با بهره‌گیری از علم کاربردی ان ال پی درصدد پاسخگوئی به بخشی از مسائل جامعه کاری کنونی نیز پرداخت، ما حصل این کوشش‌ها در قالب دوره‌های مختلف Life & Business Coaching به ده‌ها شرکت، کارخانه و همچنین افراد نیازمند به کمک برای یافتن راه بهتر زیستن تبلور یافته است.

ما معتقدیم هرچند در زمانه حاضر پول و ثروت در زندگی روزانه بسیار موثر شده است اما نباید ما را از ارزشهای اخلاقی و هدف والائی که بخاطر آن به این جهان آمده‌ایم دور کند. لذا با برنامه‌ریزی صحیح باید کاری کرد تا پول بسختی برای ما کار کند نه ما برای پول.

همچنین در حوزه مثبت اندیشی و موفقیت ما باور داریم زندگی امروزه ما ناشی از تصویر ذهنی است که از خود و جامعه خود داریم و با تغییر این تصویر ذهنی و باورها می‌توانیم شاهد تغییرات شگرفی در زندگی خود باشیم.



اهداف و نگرش ما

آرمان ما

ساختن جامعه‌ای مثبت، موفق و مهربان از طریق کاستن از آلام بشری، ایجاد امید و باور در دل‌ها و توانمندسازی انسانها

ماموریت ما (Mission)

شناخت و شناساندن توانائی‌های شگفت‌انگیز انسان و بهره‌گیری هر چه بیشتر از آن برای موفقیت همه جانبه و احساس رضایت، خوشبختی و صلح درونی در انسانها است.

چشم انداز ما (Vission)

موسسه علمی، تحقیقاتی و آموزشی موفقیت در کار و زندگی با هدف توسعه علوم کاربردی این شاخه و رسیدن به سطحی از موفقیت در تغییر رفتار مخاطبان که شاخص و مرجعی برای دیگر موسسات مشابه منطقه گردد (تا سال ۱۴۰۰ شمسی)

رویکردها و فعالیت‌های ما

- ✓ کمک به مثبت‌اندیشی و موفقیت روزافزون افراد، به وسیله ارتقاء مهارت‌های کار و زندگی از طریق آموزش و Life and Business Coaching بر اساس آموزه‌های بزرگان، تکنیک‌های NLP و اصول موفقیت و مثبت‌اندیشی
- ✓ فراهم آوردن همه ابزارهای موفقیت مالی، موفقیت در کار و کسب، مدیریت و بهره‌وری و سرمایه‌گذاری، در یک جا.

آموزش

در عصر حاضر برای پیشرفت و انطباق با شرایط اجتماعی و اقتصادی هیچ گریزی نیست مگر ارتقاء دائم مهارت‌های زندگی و کار و کسب

لیست دوره‌های جاری آموزشی و کاربردی موفقیت در زندگی، کار و کسب، مدیریت و سرمایه‌گذاری موفق

جلسات رایگان هفتگی مثبت اندیشی و موفقیت هر شنبه ساعت ۱۸:۳۰ تا ۲۰:۳۰

شروع نهمین دوره پرطرفدار و جامع موفقیت مالی (مهندسی ذهن و رفع موانع ذهنی، تحلیل فنی و بنیادی بازار، مدیریت سرمایه و ریسک، روانشناسی بازار و سبد سرمایه‌گذاری) .

تلفن هماهنگی : ۸۸۰۶۳۱۹۷ و ۸۸۲۱۰۵۳۸

جهت کسب اطلاعات بیشتر و آشنایی با سیلاب دوره به آدرس زیر مراجعه فرمائید.

http://workforliving.com/Default.aspx?tabid=405

معجزه شکرگزاری

امروز روز پرهیجان است چون تو استفاده از قدرت اعجاز آمیز شکر گزاری را برای تحقق آرزوها وخواسته هایت شروع می کنی .

سالهاست تعداد زیادی ازبومیان هرفرهنگی با برگزاری مراسمی ،قبل از اینکه چیزی دریافت کنند از بابت آن خدا را شکر می کنند. دعا درهرفرهنگ ومذهبی، درواقع شکرگزاری به درگاه الهی قبل از دریافت خواسته است. توباید قبل از اینکه چیزی را دریافت کنی بابت آن شکرگزاری کنی، اکثر مردم بعد از اینکه چیزی دریافت کردند خدا را شکر می کنند، اما برای رسیدن به آرزوهایت باید قبل و بعد از دریافت هر نعمتی خدارا شکر کنی.تو باید خواسته ات را درذهنت مجسم کنی وحال و هوای داشتن آن را در احساس کنی. دراینصورت تو قسمت مربوط به خودت را انجام داده ای. تصویر ذهنی و احساس کردن آن را حفظ کن تا خواسته ات را دریافت کنی.

تمرین شماره ۱۳

۱ ـ وقتی بیدار می شوی ، قبل از انجام هرکاری عبارت معجزه آسای خدایا شکرت را بگو.

۲ـ به عنوان اولین کار در صبح از ۱۰ نعمت زندگی ات که بابت آنها شاکر هستی فهرستی تهیه کن و دلیل شکرگزاری ات را برای هر نعمت بنویس.

۳ـ فهرستت را بخوان و در انتهای هر مورد عبارت اعجازآمیز خدایا شکرت ، خدایا شکرت ، خدایا شکرت را بگو وحال و هوای شکرگزاری را احساس کن.

۴ ـ سراغ فهرست آرزوهایت برو و ۱۰ تا ازخواسته هایت را برای سفارش به کائنات انتخاب کن. دفترچه ات را دردست بگیر وفهرستی از ده خواسته ی برجسته ات طوری که انگار از قبل تحقق یافته است ، تهیه کن :

« خدایا شکرت ،شکرت ،شکرت ،ازبابت .....»

سه مرتبه خداراشکرگفتن موثراست چون سه عدد هرخلقت تازه ای در کائنات است.

۵ ـ برای انجام دومین مرحله این تمرین ازاولین خواسته فهرستت شروع کن وبه سوالات زیر پاسخ بده :

الف : وقتی خواسته ات برآورده شد چه احساسی داشتی ؟

ب : اولین کسی که با اودرمیان گذاشتی چه کسی بود وچگونه به او گفتی ؟

ج : اولین کار مهمی که هنگام تحقق خواسته ات انجام دادی چه بود ؟

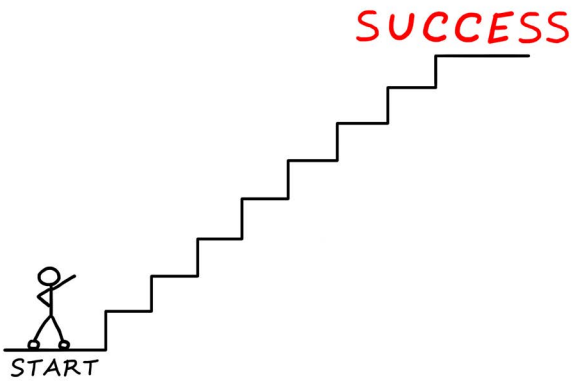
تا جایی که می توانی تمام جزئیات را به یاد بیاور.

د :دوباره هرخواسته ات را بخوان وخدارا شکر کن و آن را احساس کن .

۶- قبل از خواب یادداشت شکرگزاری ات را بردار وبابت بهترین اتفاق روزت عبارت خدایا متشکرم را به زبان بیاور.

منبع: کتاب معجزه شکرگزاری راندا برن، مترجم: نفیسه معتکف انتشارات لیوسا، سال چاپ ۱۳۹۲
متن خلاصه شده از: فریبا همتی

گام های موفقیت



گام دوم

در وجود هر یک از ما، استعدادهای ذاتی به ودیعه گذاشته شده است که ما را در دستیابی به تمام رویاهایمان وحتی فراتر از آن قادر می سازد. تنها با یک تصمیم درها گشوده می شوند وبرای ما شادی یا غم، فقر یا رفاه، معاشرت یا انزوا وطول عمر یا مرگ زود هنگام را به ارمغان می آورند.

از شما می خواهم تا تصمیمی بگیرید که بلا فاصله زندگی تان را تغییر دهد یا موجب بهبود کیفیت آن شود .آنچه که به بعدها موکول کرده اید به انجام برسانید ... مهارت های تازه ای را فراگیرید... به گونه ای متفاوت ، به مردم احترام بگذارید ونسبت به آنان ابراز همدردی کنید... باکسانی که سال هاست سراغی از آنان نگرفته اید تماس بگیرید. این را بدانید که « همه » تصمیمات ما پیامدهایی به همراه دارند . حتی تصمیم نگرفتن هم خود یک تصمیم شمرده می شود .

درگذشته چه تصمیماتی (خواه به آنها عمل کرده باشید خواه عمل نکرده باشید) گرفته اید که در زندگی امروز شما تاثیر بسزایی داشته است ؟

گام سوم

درسال ۱۹۵۵، «رزاپارکس» تصمیم گرفت تا از قانون غیر عادلانه ای که اورا به خاطر نژادش مورد تبعیض قرار می داد، سر پیچی کند . خودداری او از واگذار کردن صندلی اش در اتوبوس ، پیامدهایی بسیار فراتر از آنچه که در آن لحظه می توانست تصور کند به همراه آورد . آیا او قصد داشت تا ساختار جامعه ای را دگرگون سازد؟ صرف نظر از اینکه رزا چه قصدی داشت ، اعتقادش به برخورداری از سطح زندگی بهتر، او را وادار کردتا دست به چنین عملی بزند .

تصمیم شما مبنی بر ارتقاءِ سطح معیارهایی که خود برای خود درنظر گرفته اید چه اثرات عمیقی بر زندگی امروزتان برجای خواهد گذاشت ؟

خلاصه کتاب ۳۶۵ گام بزرگ برای موفقیت، نوشته آنتونی رابینز ، ترجمه ربابه آقا میرزایی ، انتشارات بهزاد، خلاصه شده از فریبا همتی

چند پیشنهاد برای کنترل خشم

آیا تا کنون از خود پرسیده اید ریشه عصبانیت از چیست ؟

ریشه عصبانیت در خودخواهی است .من دلم می خواهد کارها به میل من انجام شود ولی این اتفاق نمی افتد ومن عصبانی می شوم .اگرمی توانستم بفهمم که همه چیز طبق خواست خداوند انجام می گیرد وخواست خدا به نفع بندگانش است ، عصبانی نمی شدم .

این کار با تمرین سکوت روزانه انجام می گیرد. هرروز درسکوت بنشینیدوبرای خودتان توضیح دهید که یک برگ بدون خواست خدا از درخت نمی افتد وخواست خدا واقعا به نفع ما است اگرچه در ظاهر ممکن است این طور به نظر نرسد. دانشمندی بود که در هنگام عوض شدن قرن ، روی فشار جّوکار می کرد .همه روزه چندین بار فشار سنج را نگاه وشماره ها را یادداشت می کرد .مدت بیست سال این کاررا انجام داد ، بعد تصمیم گرفت همه این نوشته ها را جمع آوری کرده و یک فرضیه به وجود بیاورد .

خدمتکارش مرخصی خواست ویک جانشین برای خود گذاشت .بعد از قدم زدن از خدمتکارجدید پرسید کاغذهارا کجا گذاشته :

آقا داشتم میز شما را تمیز می کردم که متوجه آن همه کاغذ کثیف ولکه دار شدم ،آنهارا سوزاندم وبه جای آنها کاغذ جدید گذاشتم .

بیست سال طولانی رنج و زحمت پرفسور درعرض یک لحظه برباد رفت ، ولی او حتی یک کلمه حاکی از عصبانیت برلب نراند!

بعدا پرفسورمتوجه شد که درآنچه رخ داده حکمتی خداوندی نهفته بود .دانشمندان دیگری درکشورهای دوردست روی همان مشکل کارکرده وقبلا کتابی درآن زمینه نوشته بودند .اگر ورقه ها سوزانده نمی شد او باید مشکلات بسیاری را تحمل می کرد تا نوشته هایش رابررسی و مرتب کرده وفرضیه خود را پایه گذاری کند وکتابی را به چاپ برساند که هیچ فایده ای نداشت چون کتابی مشابه آن از قبل در بازار وجود داشت .

نقشه های خداوند ممکن است نزد ماروشن شود یا نشود ، ولی مانباید هرگز فراموش کنیم که همیشه نفعی پنهان در هرچیزی که اتفاق می افتد، وجود دارد.

بنابراین بیایید به هر واقعه وتصادفی که در زندگیمان رخ می دهد با کلمات « **من قبول می کنم** » خوش آمد بگوییم .دراین صورت مهار عصبانیت برای ما اصلا سخت نیست .

منبع :کتاب خشمت رابسوزان قبل از آنکه خشم تو را بسوزاند جی .پی .واسوانی ، مترجم : شهناز مجیدی ، انتشارات: محراب دانش، متن خلاصه شده از : فریبا همتی

جنس انسان از جنس روح خداست

و روح خدا قادر به انجام هر کاری هست

عظمت خدای درون

فقط در دستان او آرام و جاری باش و به آیات و نشانه هایی که برایت می فرستد ایمان داشته باش. اجازه بده خداوند به زیباترین شکل، طرح زندگی ات را طراحی کند.به او توکل کن. او تصویر شکوه، بالندگی و کامیابی عظیم تو را با ناب ترین رنگ ها نقش خواهد کرد. هر آن چه را می بینی و هر آن کسی که وجود دارد را بپذیر و اجازه بده همه همان گونه که هستند، باقی بمانند. **خود را به خداوند بسپار و بگذار به هر سمتی که می داند، تو را ببرد.**او به همه عالم دانا و آگاه است. کسانی که در رهایی و تسلیم به خدا زندگی می کنند، قدرتمندترین و آگاه ترین انسان ها هستند. چون می دانند هر چه از خدا می رسد، از درون خودشان که جایگاه خداست، ایجاد شده. ماهی خود را به دل اقیانوس بزرگ می سپارد و تسلیم اقیانوس است و رها و آرام به هر سمتی از اقیانوس که امواج هدایتش کند، می رود. ماهی با تمام اقیانوس یکی است. **تو و اقیانوس بی کران خدا یکی هستی.** خدا تو را به زیباترین نقاط خواهد برد. تو فقط او را سپاس و ثنا گو.همه چیز را به دست خدا بسپار و در همه چیز و همه کس مثبت ها و زیبایی های الهی را ببین و لذت ببر.همه چیز همان گونه است که باید باشد و همه چیز آن طوری است که خودت و خدا انتخاب کرده اید پس رها و هماهنگ و تسلیم باش. تمام اتفاقات و حوادث را، خودت هر ثانیه به بیرون می فرستی. پس با اراده خودت جاری و هماهنگ و همنوا باش. آنچه را از قبل داری، اول بپذیر و دوست داشته باش...

اتفاقات هر ثانیه زندگی ات، حتی اتفاقات کوچکی که درخیابان یا خانه ات رخ می دهد را، خودت خواسته ای.حتی آن اتفاقاتی که خوب نیستند را با انتخاب این که به قوانین روحت توجه نکنی،جذب کرده ای.گذشته بهترین راهی بود که پیمودی تا به جایگاه سرشار از درک و آگاهی و عشق و لذت و خوشبختی و آرامش اکنون تا ابد برسی.

تو اکنون هستی زیرا قبل از ورود به این دنیا، با همه اشتیاق و عشق، خواستی که بیایی و هستی حالا خدا عمیقاً خوشحال است که در ضیافت او، مشتاقانه و عاشقانه حضور یافتی. تو خودت قبل از به دنیا آمدنت، راهی را برای تکامل روحت و برای لذت بردنت مشخص کردی، تو انتخاب کردی برتر، زیبا، خوشبخت، ثروتمند، شادکام و پیروز باشی. تو انتخاب کردی تا از هر ثانیه ی زندگی ات لذت ببری و هر لحظه خوشبخت تر از لحظه ی قبل زندگی کنی. نفس آرزو داشتن و خواستن را طراحی کردی تا از طریق آن، قدرت عظیم خودت را بیشتر کشف کنی ، و روز به روز فقط عاشق تر و عاشق تر نسبت به یک نفر شوی و آن خود الهی ات هستی. همان که عصاره ی ذات متعالی و قدرتمند خداست.

بزرگترین صفت تو خالق بودن است. چنان که بزرگ ترین لذت برای تو خلق است و تو در زندگیت، ثانیه به ثانیه به خلق مشغولی. چنانکه خدا ثانیه به ثانیه به خلق مشغول است.

هیچ کس خارج از تو، هیچ نقشی در تربیت تو نداشته است. گذشته تو، هر چه که بوده، راهی بوده که تو را آماده کند تا کار عظیم جهانی و تاریخی ات را به انجام برسانی. هنگامی که تسلیم خدا باشی، به این نتیجه لذت بخش خواهی رسید که تو برای کاری بسیار عظیم و شگرف به دنیا آمده ای. تو همواره و همیشه مختار هستی و اختیار داری کاری را انتخاب کنی که وجود سه بعدی و جسمی ات از تو می خواهد یا تسلیم باشی و اجازه دهی کاری انتخاب شود که وجود الهی و لایتناهی از تو می خواهد و مسلماً آرامش ابدی و لذت روحت در کاری است که وجود الهی خودت از تو می خواهد. چون او به اسراری عظیم و سحرآمیز آگاه و عالم است که در صورتی که این جریان زیبای خیر ابدی را از او بپذیری، به مرور آنها را برای تو نمایان می سازد. همه چیز به اراده او در جایی قرار دارد که باید باشد و در تکامل و توازن کامل است.

کمال از ازل توسط خدای درون تو خلق شده و الآن در هستی جاری ست.همه چیز، همین الان، به اراده عظیم خدا همان گونه است که باید باشد.

تو حالا از تمام انسان ها، از تمام اشیاء و از تمام دنیا آزاد و رها و بی نیاز هستی. در عین حال همه آن ها تحت فرمان اراده تو هستند. تو حضور مقتدر ترین و نیرومندترین



را در درونت داری. تو در آرامشی خدایی به سر می بری. تو با همه چیز و به همه کس و هر اتفاقی و هر شرایطی، در آرامش و آشتی و آسودگی هستی.

اجازه بده همه چیز به راحتی و در مسیر الهی خود پیش رود و دنیا آن گونه که دیگران می خواهند هم وجود داشته باشد.اجازه بده دیگران هم آن گونه که می خواهند خلق کنند.به هر حال **هر آفرینشی خود به خود ،توسط نیروی درونی الهی خودت به بهترین و کامل ترین و خیرترین راه به وجود می آید. پس رهایش کن.**

همه را به حال خود رها کن. همه زندگی را راحت بگیر. نیروی درونی تو کاملا هوشمندانه دنیا را خودش به پیش می برد و برای همه خیر و برکت و آسودگی را فراهم می کند. هر آن چه وجود دارد را رها کن و خیالت تخت تخت باشد.همین گونه که هستی بیاسای و اجازه بده جریان رویدادها به طور طبیعی پیش رود و همه به طور طبیعی به حق الهی خود برسند.

کارهایی را که خود به خود سبب وصولش برای تو مهیا می شود، بپذیر. آن ها عطایای خدا به تو هستند و آن کارهایی را هم که می خواهی انجام شود، به خدا بسپار تا با اسباب حصول غیر مادی، آن را برای تو حاصل کند. تو بازیگر نقش اول داستان زیبای خلقت در محضر خدا به رهبری قدرتمندانه خدا هستی.

و تو همچنان و همیشه هستی... ابدی هستی... مقدس هستی...در آغوش او... پر معنا... پرتوان... ژرف... آرام... جاری...

هر اتفاقی که برایت در مسیر زندگی روی می دهد، بهترین و کامل ترین اتفاقی است که می تواند رخ دهد. تمام اتفاقات زندگی ات، راهی درست و به خیرو نفعت است که تو می پیمایی تا به کمال و خوشبختی برسی. رویدادهای گذشته را خداوند برایت به سکوی آمادگی تو برای پرتابت به اوج کمال تبدیل کرده است.

تو در هر شرایطی که باشی، پیروز و قهرمان و موفق هستی. چون همه چیز تو را به خواسته هایت نزدیک می کنند. هر اتفاقی که می افتد، در پشت پرده آن فایده و منفعت تو و تجلی آرزوهای تو نهفته است .هر چیزی که وارد زندگی ات شود، به خواست خدا تو را در دستیابی به هدفت کمک می کند و هر اتفاقی که بیفتد، در قدرتمندانه پیش بردنت درمسیر هدفت کمکت خواهد کرد و جلو خواهدت انداخت. اکسیر کائنات خدا از سمت او برای تو همیشه حامل معجزات و شگفتی هاست.هر صحنه ای که هر روز می بینی و هر کسی که در مسیر زندگی ات قرار می گیرد، از مظاهر لطف و عنایت مهربانی خداست و در تمام آن ها خیر و خوبی و خوشی نهفته است. خدا از هر اتفاقی، برایت خوشی عظیم و به یاد ماندنی می سازد. اگر مادر و پدرت ،این مادر و پدر بوده اند این به نفع تو و بهترین مسیر زندگی برایت بوده. اگر در این مکان از دنیا به دنیا آمدی، این به نفع تو بوده است. برخوردهایی که در زندگی رخ می دهد، با حکمت و درایت خداست. آسوده باش، چون هر اتفاقی که بیفتد،به اراده خداوند به نفع تو خواهد بود.

تو خود او هستی...

دنیا در هر لحظه به تو احتیاج دارد

(خلاصه ای از کتاب عظمت خدای درون می باشد)

www.workforliving.com



بازاریابی بر مبنای رابطه

تئودور روزولت (رئیس جمهور ایالات متحده از ۴ مارس ۱۹۰۱ تا ۱۴ سپتامبر ۱۹۰۱) در جای گفته بود که: **"هیچکس به دانسته های شما اهمیت نمی دهد، تا زمانی که بداند شما چقدر (به او) اهمیت می دهید."** این گفته از چندین منظر مختلف در زندگی حقیقت دارد - و البته که بیزنس و کسب و کار از این مقوله استثناء نیست.

در حقیقت، زمانی که نوبت به برند سازی شخصی می شود، داشتن ارتباط دو سویه و ایجاد اعتماد امری حیاتی بوده و برای کسب موفقیت یک باید محسوب می شود. زمانی که روابطی دو سویه با مشتریان خود ایجاد کردید و اعتماد آنها را بدست آوردید، وفاداری آنها را هم برای خود بدست آورده اید و این مزیت فوق العاده ای به حساب می آید. چرا که زمانی که یک مشتری به شما وفادار می شود، وی را برای تمام عمرش از آن خود کرده اید.

در زیر چند ایده ویژه مبنی بر چگونگی ایجاد ارتباط دو سویه و کسب وفاداری به برند ارائه شده است:

۱- پیشنهاد یک تخفیف در ازاء خدمات به مشتریانی که برای خرید مجدد مراجعه می کنند

هر کسی عاشق یک پیشنهاد خوب و مناسب است. بنابراین، زمانی که یک مشتری مجددا به شما مراجعه می کند، پاداش دادن به آنها برای این بازگشت مجدد ایده ای خوب و منطقی می باشد. این پاداش حتما نباید یک تخفیف خیلی بزرگ باشد، بلکه تنها می تواند درصد کوچکی از صورتحساب آنها باشد. با این وجود، تنها اعلام اینکه شما به چنین ارتباطی با آنها اهمیت می دهید و از آنها برای مراجعه مجدد سپاسگزار هستید روشی فوق العاده برای تقویت وفاداری آنها می باشد.

۲ - دادن جایزه برای معرفی دیگر افراد

دادن جایزه به مشتریان فعلی برای معرفی دیگر دوستان و آشنایان خودشان به شما نیز روش دیگری برای نشان دادن قدردان بودن شما نسبت به ارتباط تجاری با آنها می باشد. این روش همچنین باعث می شود شما سریعتر موفق به تشکیل پایگاه مشتریان خود شوید.

۳ - ارائه اخبار و اطلاعات بروز و جدید

بر روی صفحه فیسبوک یا توئیتر خود، شما می توانید مطالب و محتوایی جدید در رابطه با کسب و کار یا زندگی شخصی خود منتشر کنید.

- البته اگر در رابطه با این موضوع اخیر مشکل شخصی نداشته و راحت هستید. اینگونه آنها اطلاعاتی ویژه و مخصوص از شما و پشت صحنه کسب و کار شما از یک روز کاری نسبت به دیگرانی که با شما در ارتباط نیستند خواهند داشت. در نتیجه شما در نظر آنها وجه ای انسانی تر خواهید داشت.

این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که ظاهر شدن به عنوان یک انسان در نظر آنها بجای یک شرکت بزرگ، سرد و بی احساس کلید اصلی در ایجاد رابطه دو سویه با آنها می باشد. بنابراین این موضوع برای برند سازی شخصی هم از اهمیت بسیار زیادی برخوردار می باشد. بروز رسانی وبسایت ها یا حساب های کاربری شما در شبکه های اجتماعی روشی فوق العاده برای واجد شرایط انسانی شدن شما می باشد.

۴- توجه و مراقبت واقعی نسبت به مشتریان

مشتریان شما بخوبی متوجه هرگونه رفتار تصنعی از طرف شما هستند. بنابراین زمانی که به دنبال ایجاد ارتباط دو سویه با مشتریان خودتان هستید، حتما به اهمیت دادن خودتان نسبت به سر و سامان داشتن امور مشترک بین شما و آنها توجه کافی داشته باشید. از طریق رفتار صحیح با مشتریان خودتان، از میزان تمایل آنها نسبت به پشتیبانی و حمایت از کسب و کار شما متعجب خواهید شد.

ایجاد ارتباط دو سویه و برند سازی شخصی به نوعی در هم تنیده می باشد. در حقیقت قادر به داشتن یکی از این موارد بدون دیگری نیستید. تلاش و کوشش شما برای ایجاد روابط دو سویه ماندگار با مشتریان خودتان سودی سرشار در رابطه با رشد برند شخصی شما برایتان به ارمغان می آورد.





مشتری ها از ما چی می خرند؟

هر وقت که در مرکز شهر، خصوصا سمت پایین شهر و بازار بزرگ تهران، کاری دارم سعی می کنم برای رفت آمد از به اصطلاح موتوری هایی استفاده کنم که گوشه و کنار هر چهار راه و میدانی ایستاده و خطاب به افراد پیاده می گویند: "موتوری، آقا موتور می خوای؟" همواره از این گونه خدمات استفاده می کنم، فقط و فقط به خاطر اینکه مدت زمان رفت و آمد من را کاهش می دهند. وبا دقت بیشتری می توانم تعیین کنم که چه زمانی به مقصد می رسم. اما در برخی از موارد هم این به اصطلاح موتوری ها جزء موارد انتخابی من قرار نمی گیرند و تنها دلیل آن این است که این وسایل حمل و نقل "موتور" هستند!!!

مثالی دیگر:

ما در شرکت خودمان اخیرا برای استفاده از خدمات طراحی سایت، اپلیکیشن و . . . اخیرا با یک مجموعه قراردادی بسته ایم. با وجود اینکه در مجموعه خودمان تعدادی از دوستان متخصص هستند که امکان راه اندازی و پشتیبانی از سایت و . . . را هم دارند، اما باز ترجیح دادیم که این مسئولیت را به مجموعه دیگری واگذار کنیم. دلیل این کار آزاد شدن وقت آن مجموعه از دوستان فعال در همین حوزه و استفاده بهتر از آنها بود، نه اینکه تنها آن شرکت مورد نظر قادر به انجام این کارها بودند!!!

و مثالی ساده تر:

ما برای شرکت خودمان یک حسابدار استخدام کرده ایم، فقط و فقط به این دلیل که به رشد و توسعه کسب و کار ما کمک کنند، نه به این خاطر که "آن فرد مورد نظر یک حسابدار است."!!!

آیا با این سه مثال متوجه منظور من شدید؟ زمانی که ما چیزی می خریم، در حقیقت هیچ علاقه ای نسبت به آن کالای خاصی که می خریم نداریم، بلکه ما به چیزی علاقه داریم که آن کالا یا خدمات خاص در اختیار ما قرار می دهد، یا به نظر من می توان گفت منافع حاصل از آن. چرا پس از خرید احساس می کنیم در موقعیت بهتری قرار داریم؟

به عبارتی باید گفت که ما در خرید های خودمان اغلب به بدست آوردن این منافع حاصل از آن خرید توجهی آگاهانه نداریم. به عنوان مثال خریدن یک روزنامه را در نظر بگیرید. واقعا تصور می کنید که هدف ما خرید روزنامه بوده؟ نه مطمئنا نبوده! بلکه هدف اصلی اخبار است. عینک چطور؟ داشتن دیدی بهتر! خمیر دندان چطور؟ دندان های تمیز و سالم! بنابراین فروشندگان باهوش از این منافع حاصل از محصولات یا خدمات خود برای اقناع ما به خرید استفاده می کنند. به عنوان مثال شرکت کداک در فروش محصولات خود به کیفیت عکس ها اشاره نمی کند، بلکه از ثبت خاطرات صحبت به میان می آورد. دیسنی برای فروش خود بر کارتون های خودش تمرکز نمی کند، بلکه صحبت از به واقعیت تبدیل کردن رویاهای ما می زند.

با توجه به این مطالب شما برای قانع کردن به خرید از شما و پذیرفتن حرف های خودتان، بر چه چیزی تمرکز می کنید؟ ایده های خودتان؟ ابتکار؟ پیشنهاد های شگفت انگیز؟ تحقیق بازار؟ خودتان؟یا اینکه به احساس یا مزیت حاصل شده برای خریدار پس از خرید از شما تمرکز می کنید؟

زمانی که برای آنها ذخیره می کنید، یا هزینه ها، یا مضرات عدم استفاده از محصولات شما. در واقع شما استرس آنها را کاهش می دهید، کسب و کار آنها را توسعه می دهید، به آنها کمک می کنید در برابر رئیس خود ظاهر بهتری داشته باشند . . . اینها دلایل خوبی برای خرید کردن از شما هستند.

بنابراین، همواره سعی کنید دیگران را با اشاره به منافع حاصل از خرید به سمت خود جذب کنید. البته این کار ساده ای نیست و نیاز به تجربه و مشاوره بسیار دارد. توجه داشته باشید که در مثال اولی که در ابتدای این مطلب زدم، من به شخصه هرگز برای اینکه یکی از دوست داران پر و پا قرص استفاده از موتور سیکلت سالیان سال از لذت موتور سواری برایم گفته، اقدام به استفاده از آن در خیابان های شلوغ جنوب تهران نمی کنم.

به یاد داشته باشید **"تا زمانی که منافع حاصل از یک خرید برای مشتری شما همانند روز روشن نباشد، هرگز به سمت ارزیابی محصول شما جذب نمی شود!"**

منبع:سایت بازاریابی

نکاتی ساده برای توسعه بازار

توسعه و گسترش یک کسب و کار به بازارهای جدید کار ساده ای نیست. در ضمن فرصت های زیادی که در این کار نهفته است، به ریسک ها و خطرات آن هم باید توجه داشت. برای آن دسته از کسب و کارهایی که دارای مشتریانی در خارج از بازار فعلی خود هستند، توسعه کسب و کار به بازارهای جدید یک قدم منطقی به حساب می آید. اما در واقع انجام دادن آن نیازمند برنامه ریزی دقیق، تحقیق و داشتن صبر و حوصله است. در این مطلب سعی دارم در مورد سه نکته حیاتی که از توسعه دادن یک کسب و کار خدمت محور به بازارهای جدید آموختم صحبت کنم:

۱ - موقعیت خود را در بازار فعلی مستحکم کنید.

در ابتدا قبل از اینکه یکباره با دیدن تقاضای موجود اقدام به گسترش کسب و کار خود به بازارهای جدید بکنیم، همواره از طرف مشتریان فعلی با این پرسش روبرو می شدیم که آیا شعبه یا دفتری برای ارائه محصولات خودمان در فلان شهر یا منطقه داریم؟ با وجود اینکه بدون تبلیغات مراجعه کنندگانی از نقاط دیگر هم داشتیم، که نکته بسیار مثبتی است، همواره پاسخ ما برای اینگونه پرسش ها "نه" بود. چرا؟

برای اینکه هنوز از آمادگی لازم برخوردار نبودیم.
در حقیقت ما بجای وارد شدن به بازارهای جدید ترجیح دادیم چندین سال متمادی در بازار اولیه خودمان باقی بمانیم و ضمن شناخت کامل آن جایگاه خودمان را در آن بازار مستحکم کنیم.

توجه داشته باشید که هر کسب و کاری پیش از توسعه یافتن به بازارهای جدید نیازمند رسیدن به حالت تعادل و مرحله بلوغ در بازار اصلی خودش می باشد. با وجود اینکه وارد شدن به بازارهای دیگر بسیار وسوسه انگیز است، اما ورود زودرس به آنها هم تنها می تواند دلیلی موجه برای شکست شما باشد.

پس ابتدا زمانی را برای ایجاد ثبات در تیم اجرایی، پایگاه مشتریان، درک صنعت خودتان در این بازار اول و همچنین بدست آوردن اعتبار در آن صرف کنید.

۲ - بازار هایی را انتخاب کنید که از هر نظر منطقی به نظر می رسند.

زمانی که احساس کردیم به مرحله ای رسیدیم که قادر به صرف منابع، زمان و توجه و تمرکز خودمان به عرضه محصول به بازارهای جدید هستیم، تنها به طور اتفاقی اقدام به انتخاب بازارهای جدید نکردیم. در عوض بر بازار هایی تمرکز کردیم که بیشتر با آنها آشنا بودیم.
باید توجه داشته باشید که بازار انتخابی شما بر اساس عواملی از قبیل نیازهای کسب و کار، نیاز های مشتریان و منابع یا ارتباطات شما در این صنعت شکل گرفته باشد.
پس از شناخت بازار، باز هم باید در این مورد تحقیقاتی را انجام دهید. در این رابطه با راه هایی برای کنار آمدن با مسائل مرتبط با تفاوت زمانی، تفاوت های فرهنگی و داشتن درکی از روندهای صنعت در آن بازار آشنا شوید.

۳- مشتریان خود را در رابطه با این توسعه مطلع سازید.

ما پس از اینکه به این نتیجه رسیدیم که قادر به ارائه و فروش محصول خود در بازارهای جدید خودمان هستیم، اجازه دادیم تا مشتریان فعلی ما از این گسترش و وارد شدن به بازار جدید مطلع شوند. با استفاده از مطبوعات، پیام های شخصی سازی شده، جلسات و سخنرانی ها در مورد توانایی های جدید مجموعه و ارزش بالقوه آن به مشتریان اطلاع رسانی کردیم.

زمانی که یک کسب و کار برای فروش خدمات و محصولات در یک بازار جدید از آمادگی لازم برخوردار است، نباید این موضوع را مخفی نگاه دارد. اجازه دهید مشتریان فعلی شما در مورد توسعه خدمات و محصولات شما آگاهی پیدا کنند. رساندن این خبر به مشتریان راه و روشی مناسب برای حرکت و رشد کسب و کار خودتان در بازار جدید می باشد. برای آنها توضیح دهید که این توسعه برای آنها چه ارزش و منفعتی را به همراه دارد و چگونه در برآوردن نیازهای آنها مفید واقع می شود.

شما در این رابطه چطور فکر می کنید؟ مهمترین نکاتی که یک کسب و کار با محوریت خدمات برای گسترش پیدا کردن به بازارهای جدید باید به آنها توجه کند، چه مواردی می باشد؟

منبع:سایت بازاریابی



کارایی بیشتر

به انجام رساندن کارها:

تقریبا برای همه ما اتفاق افتاده است هنگام صبح برای همه روز خود برنامه ریزی می کنیم اما در انتهای روز نیمی از آنها را انجام نداده ایم. اگر انرژی زیاد داشته باشیم شاید بتوانیم آنها را به انجام برسانیم. به همین دلیل، روش هایی برای افزایش انرژی و کارایی ذکر کرده ایم که شاید تاکنون به گوشتان نخورده باشد.

اجتناب از انجام چند کار همزمان

اینکه بتوانید در آن واحد کارهای بیشتر انجام دهیم خوب است اما انجام چند کار همزمان خوب نیست. هنگامی که چند کار را همزمان انجام می دهیم، یک کار را متوقف و کار دیگر را شروع می کنیم. این باعث گیج شدن مغز می شود. انجام چند کار همزمان استرس را افزایش می دهد و باعث ترشح هورمون کورتیزول و منجر به از بین رفتن سلول های مغز می شود. برای جلوگیری از این کار، روی یک کار متمرکز شوید و پس از اتمام آن سراغ کار بعدی بروید. تفاوت زمانی آنها شاید فقط چند دقیقه باشد پس به خود آسیب نرسانید.

کاهش ساعات کاری

پس انداز زمان نیز همچون پس انداز پول است، باعث می شود تا مفیدتر باشید. اگر یکبار در هفته سعی کنید نیم ساعت زودتر به خانه بروید تاثیر بسیاری در کارایی بیشتر شما خواهد داشت. اگر نمی توانید زودتر بروید، یک روز نیم ساعت دیرتر سرکار حاضر شوید. همان تاثیر را دارد.

مسابقه با ساعت

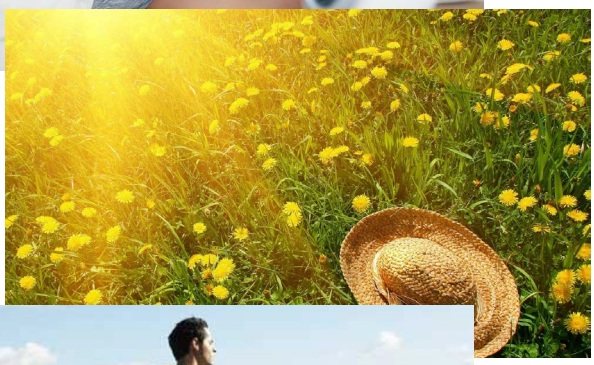
رقابت، همیشه محرک بسیار خوبی است. بنابراین، ساعت را - حتی برای ده دقیقه - تنظیم کنید تا کارکرد خود را افزایش دهید. سعی کنید کارهای خو را پیش از موعد مقرر انجام دهید. این کار باعث می شود تا فشار کمتری روی خود احساس کنید و کارایی تان بالا می رود. بین انجام کارهای متفاوت سعی کنید وقفه ای چند دقیقه ای ایجاد کنید تا مغز کمی رفرش شود.

انجام کارها در کافی شاپ

نه فقط به دلیل اینکه عطر قهوه همه فضار را پر کرده است. یافته های جدید نشان داده اند، سروصدای آرامی که در نتیجه صحبت افراد در محیط کافی شاپ وجود دارد بسیار بهتر از صداهای بلند محیط های شلوغ است و در کافی شاپ بهتر از مکان های دیگر می توان کار کرد. بعلاوه، بودن در کنار افراد دیگر باعث افزایش ترشح هورمون اکسی توسی می شود که باعث کاهش ترشح هورمون های استرس‌زا است که منجر به مسدود شدن مغز می شوند.











همراه داشتن دفتریادداشت

اینکه همه چیز را در مغز خود ذخیره کنید باعث کاهش کارایی مغز می شود. بنابراین بهتر است کارهای خود را در دفتری یادداشت کنید و ذهن خود از کشیدن بار سنگین انواع مسایل راحت کنید. رها کردن حافظه از انواع مسایل باعث افزایش قدرت تمرکز شما می شود. دفترچه یادداشت کاغذی این مزیت را به انواع الکترونیک دارد که هرگز ناخواسته پاک نمی شود.

کمتر خبر بخوانید

جز در مواردی که شغل شما ایجاب می کند، سعی کنید کمتر پیگیر اخبار روز باشید . این خبرها اصولا منفی هستند و می توانند به افسردگی و استرس شما منجر شوند. مغز نیز همچون دیگر اعضای بدن خسته می شود. بنابراین انرژی آن را برای انجام کارهای مهم خود نگه دارید. اگر صبح خود را با استرس آغاز کنید، نمی توانید تا آخر روز پر انرژی و مفید باشید. در عوض، شب ها در خانه فقط سرتیتر اخبار را مطالعه کنید.

خوردن انواع توت ها

انواع توت ها به خصوص بلوبری (که البته در ایران نیست)، چون آنتی اکسیدان بالایی دارد باعث افزایش حافظه و جلوگیری از آسیب سلول ها و کاهش استرس می شود. نه فقط توت، بلکه انواع میان وعده های کوچک که سرشار از پروتئین هستند نیز در کارایی بیشتر مغز تاثیر مستقیم دارند.

پیش از کار ورزش کنید

دو ساعت پس از ایروبیک و ورزش، کارایی بهتری خواهید داشت زیرا اکسیژن و گلوکز به مغز می رسد. بنابراین، ورزش کردن پیش از حضور در محل کار باعث افزایش انرژی و کارایی است. پیش از انجام کنفرانس های مهم نیز سعی کنید چندین بار در جا بالا و پایین بپرید. مغز از این کار خوشش می آید و بهتر کار می کند.

انجام بازی های فکری

مغز نیز همچون دیگر اندام بدن به ورزش نیاز دارد. برای افزایش انرژی و کارایی مغز می توانید بازی های فکری که به تمرکز و دقت بالایی نیاز دارند، انجام دهید. به طور مثال، می توانید روز خود را با حل جدول یا سودوکو آغاز کنید. البته خیلی زیاد هم از مغز خود کار نکشید تا انرژی لازم برای انجام کارهای روزانه را نیز داشته باشد.

استفاده از رنگ زرد

برای افزایش دقت و توجه بهتر است رنگ زرد را وارد دکور محیط اطراف خود کنید. این رنگ باعث کاهش ملاتونین - هورمونی که باعث خواب آلودگی شما در صبح می شود - و افزایش انرژی برای انجام کارها می شود. برای این منظور می توانید از نورهای زرد، تابلو یا گل های زرد در محیط کار استفاده کنید. اگر نمی توانید در دکور محیط کار خود نظر دهید، حداقل پرده ها را کنار بزنید و اجازه دهید نور زرد آفتاب باعث گرما بخشیدن به محیط شود.

منبع : سایت بیتوته



یک ساعت از عمر شما چقدر برایتان ارزش دارد؟

سارقین زمان را می شناسید؟

زمان بزرگترین سرمایه ی ماست ، سرمایه ای رایگان و در دسترس، اما محدود، فرّار و غیر قابل افزایش. زمان می تواند بهترین دوست و بدترین دشمن ما باشد: اگر وقتمان را خوب اداره کنیم، همچون کارمندی وظیفه شناس به ما خدمت می کند، و آرامش خاطر، قدرت، ثبات قدم، امنیت وآزادی به ما می بخشد و اگر از مدیریت زمان غافل شویم، آن قدر به خاطر کمبود زمان و کارهای ناتمام تحت فشار قرار می گیریم که تسلط بر امور زندگی را از دست داده و در برهوت کارهای غیر ضروری ، جلسات بی فایده و فعالیت های فرعی و بی هدف از سرابی به سوی سرابی دیگر می دویم و لحظه به لحظه شاهد کم شدن، فرسودن و تحلیل رفتن قوایمان و از دست دادن امیدها، آرمان ها، باورها و انگیزه هایمان هستیم.

"طبق تحقیقات تنها ۳۰ تا ٤۰درصد از توان و پتانسیل اشخاص آزاد است و بیشتر مردم ٦۰درصد از زندگی کاریشان را حرام می کنند."

من و ساعت همیشه در حال دویدن هستیم ، من روی عقربه ی ثانیه شمار می ایستم و همراه با او و پا به پایش تا خط پایان می دوم ، من هر روز سریعتر و سریعتر می دوم اما وقتی به کنارم نگاه می کنم ، اثری از او نمی بینم ، او سریعتر از باد می دود و به آخر خط می رسد و من .... من نمی توانم گذشت زمان را متوقف کنم ، نمی توانم زمان را به عقب ببرم یا آنرا منجمد کنم ، اما می توانم آن را مدیریت کنم **با اولویت بندی کارها به ضروری ، مهم ، غیر ضروری ، غیر مهم** .

با استفاده از اصل ۲۰ : ۸۰ متوجه می شوم که فقط ۲۰ درصد کارهایی که انجام می دهم ، ۸۰درصد موفقیتم هایم را می سازد ، پس روی ۲۰ درصد مهم وغیرضروری متمرکز می شوم و کارهای غیرمهم را کنار می گذارم ، البته برای همه ی کارهای مهم و ضروری ، مهم و غیر ضروری ، غیر مهم و ضروری وقتی در نظر می گیرم ، کارهای غیر ضروری و بی نتیجه را کاملاً حذف می کنم.حالا می دانم که باید بیشتر وقت ، انرژی و انگیزه ام را بر روی ۲۰ درصد کارهایم یعنی اولویت ها متمرکز کنم.

مطمئنم با این روش دیگر نیازی به وقت اضافه ، ضربه ی پنالتی ، گل نقره ای یا طلایی ندارم ، دیگر نیازی نیست در جام جهانی زندگی دنبال زمان بدوم می توانم با آرامش خاطر گذر آن را نظاره کنم " بنشین بر لب جوی و گذر عمر ببین " و از سپری شدنش لذت ببرم . پس قلم و کاغذ را برمی دارم ، مدتی به آرمانهایم می اندیشم ، سپس اهدافم را بر روی کاغذ می آورم.

برنامه ی روزانه

همیشه می گویم بی خیال برنامه ریزی ، برای برنامه ریزی وقت ندارم ، اما ندایی به من می گوید : اگر طرح و نقشه نداشته باشی ، باید مدام بایستی و بپرسی حالا باید کجا بروم ؟ قدم بعدی چیست ؟ چپ یا راست ؟ بالا یا پایین ؟ پس چرا نقشه را بر نمی داری؟ چرا اره را تیز نمی کنی ؟ فقط ۸ دقیقه این در برابر زمانی که تو تلف می کنی اصلاً به حساب نمی آید. راست می گوید ، من برای برنامه ریزی فقط به ۸ دقیقه نیاز دارم ، اما این ۸ دقیقه می تواند ۲۴ ساعت زندگیم را متحول کند ، می تواند امروزم را باشکوه کند و فردایم را بسازد ...

می تواند مرا از سردرگمی ، اضطراب ، کشمکش ، تنش و پریشانی برهاند ، به من امید ، انگیزه ، شور و شوق بدهد . راستی چرا برای برنامه ریزی وقت ندارم ؟ شاید چون برنامه هایم درست اجرا نمی شوند ، از برنامه ریزی می ترسم ؟ شاید برنامه ریزی درست و اصولی را بلد نیستم ، شاید برای تمام ساعتها و دقیقه ها برنامه می گذارم و بعد که با حوادث پیش بینی نشده روبرو می شوم و برنامه ام بهم می ریزد ، ناامید می شوم.

خب این اشتباه است ، " تجربه نشان داده است تنها ۶۰ % امکان دارد که برنامه ریزی کاملاً مطابق ساعات کاری شما باشد ." به این ترتیب من باید ۶۰ درصد از وقت مفیدم را برای کارهای گلچین شده و مهم کنار بگذارم ، ۲۰ درصد را برای زمانهای تلف شده و دزدهای زمان در نظر می گیرم ، ۲۰ درصد دیگر را هم به فعالیتهای فوری ، مهم و اجتماعی که پیش می آیند اختصاص می دهم ، با این حساب من باید فقط برای نیمی از زمان مفیدم برنامه ریزی دقیق داشته باشم ، برنامه ای که به آن پایبند باشم و آن را نشکنم . عالی است دیگر نگران به هم ریختن برنامه ام نیستم

"برنامه ی نوشته شده به معنی کاهش بار از روی حافظه است"

آیا همان قدر که مراقب پول و دارایی تان هستید ،

مراقب وقتتان هم هستید ؟

با " مدیریت زمان " یاد می گیرید : چگونه از زمان با ارزش ترین سرمایه تان به دقت مراقبت کنید، سارقین زمان را شناسایی و دستگیر کنید، با قانون پارتو (اصل ۲۰ : ۸۰) اهداف و اولویتهایتان را شناخته و زمان ، توانایی ها و انگیزه تان را بر روی آنها متمرکز کنید ، با برنامه ریزی روزانه در وقتتان صرفه جویی کنید و..... "بکارگیری موفق تکنیک برنامه ریزی زمان و روش های انجام کار می تواند بین ده الی بیست درصد از وقت و زمان را در هر روز ذخیره و حفظ نماید."

منبع:سایت سمینار ما



سه اشتباه مالی که زندگی شما را نابود می‌کند

بسیاری براین باورند که پول منشاء تمام بدبختی‌ها است. آنها نمی‌دانند که پول به‌نوبه خود چیز بدی نیست، بلکه ناتوانی در استفاده از آن و واسطه قراردادن آن در ارتباطات انسانی، به‌خصوص در زندگی مشترک می‌تواند مشکل آفرین شود.

یکی از معروف‌ترین نقل قول‌ها درباره پول به شکل جدی تحریف شده است. وقتی مردم این نقل قول را دهان به دهان و سینه به سینه نقل می‌کنند که «پول ریشه همه بدبختی‌ها و منشاء شر است»

یک نکته مهم را به‌کلی فراموش می‌کنند، که پول به خودی خود شر و شیطان نیست بلکه عاشق پول شدن، منشا شرارت و شیطانی است. بنابراین، **اگر اجازه دهید که پول بین شما و دیگری قرار گیرد، خوبی‌ها و روابط انسانی نابود می‌شود.**

به‌گزارش اقتصادنیوز، در این گزارش به نقل از پایگاه اینترنتی چیت‌شیت، به برخی خواص شرارت‌آمیز پول که می‌تواند زندگی مشترک شما را نابود کند، اشاره می‌کنیم.

فقدان ارتباطات و مشورت

اهمیت ارتباط برقرار کردن در روابط شخصی کاملا اثبات شده است اما وقتی به این رابطه پول را بیفزایید، این اهمیت بیش از پیش افزایش می‌یابد.
صحبت کردن مداوم درباره تصمیمات مهم زندگی نظیر هزینه‌ها، بازنشستگی، یا حتی بحث‌های پیش پا افتاده‌ای مانند خرج کردن مبلغ مشخصی درطول ماه، به زوجین کمک می‌کند تا پا به پای هم برای اهداف مشترکی که هردو می‌خواهند، برنامه‌ریزی کنند.

بنابراین، شروع این مکالمه دوطرفه، به راحتی نشستن روی یک کاناپه و صحبت کردن معمولی است؛ کافی است یک یا دوبار در ماه، همراه با همسرتان، نگاهی صادقانه به درآمدها و هزینه‌های ماهانه خود بیندازید. متاسفانه، بسیاری از مردم، ترجیح می‌دهند بیشتر درباره مرگ صحبت کنند تا درباره پول! و جالب‌تر اینکه شمار قابل توجهی نیز هرگز توانایی پاسخ دادن به سوالات پیش پا افتاده مالی را در زندگی مشترک ندارند.

جان سوئینی، استراتژیست مالی و بازنشستگی در موسسه Fidelity می‌گوید: همه خوب می‌دانیم که زوجین هیچگاه درباره مسایل مالی اتفاق نظر ندارند اما وقتی مشاهده می‌کنیم مطالب بسیار پیش پا افتاده‌ای نظیر میزان حقوق همسرشان را هم نمی‌دانند، بیشتر متعجب می‌شویم.
بنابراین، زوجین با اندکی وقت گذاشتن می‌توانند درباره برنامه‌ها و اهدافشان صحبت کنند و این شانس را داشته باشند تا یک امنیت مالی مستحکم برای رسیدن به اهداف آینده خود فراهم آورند.

کوهی از بدهی‌ها

بدهی، یکی از حقایق زندگی امروز ما است. به‌عنوان مثال، از هر ۱۰ آمریکایی، ۸ نفر به‌نوعی درگیر بدهی هستند. همه انواع بدهی‌ها به یک



شکل ایجاد نشده‌اند. دست‌کم، بدهی‌های تحصیلی می‌توانند در آینده به مشکلات مالی جدی‌تری تبدیل شوند.

اما برخی از انواع بدهی‌ها نظیر قرض‌ها، وام‌ها یا اقساط خرید، چیزی جز یک مانع جدی مالی در راه شکل گیری یک رابطه زناشویی مستحکم نیستند. اگر همسرتان میلیونها تومان بدهی دارد، این مساله می‌تواند یک مشکل جدی باشد که نه از فردا، بلکه از همین امروز نیاز به رسیدگی فوری، دارد.

داشتن بدهی‌های بالا، از یک مشکل اساسی یعنی «افراط در خرج کردن»، حکایت دارد که این یک مشکل احساسی و روانی محسوب می‌شود. بدهی بالا، همچنین نشان می‌دهد که همسرتان از نبود سواد مالی رنج می‌برد که این هم رسیدن زوجین به اهداف مشترک را با مشکل مواجه می‌کند.

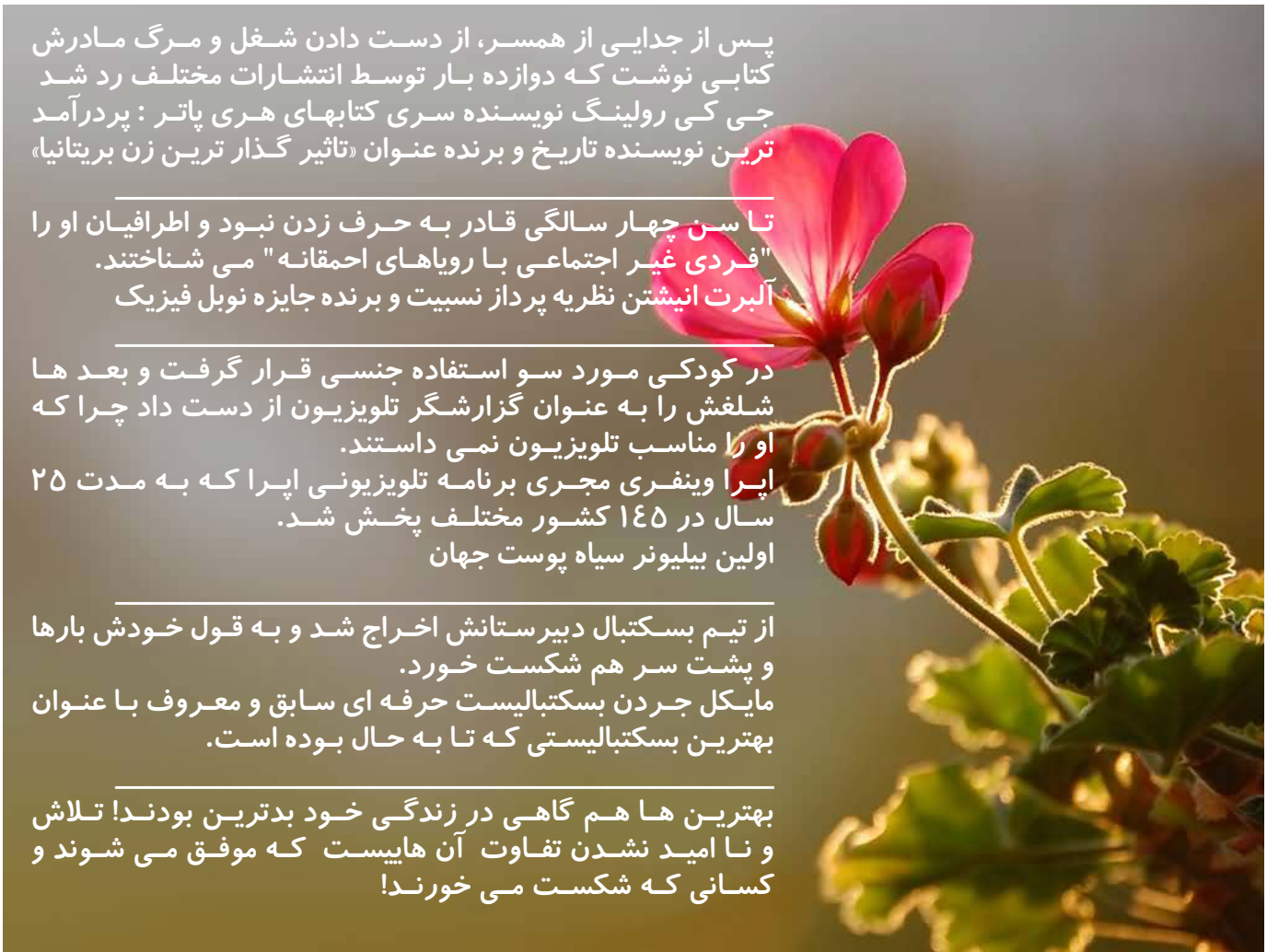
برگزاری مراسم عروسی پر زرق و برق

چرا برخی عروسی‌ها تا این حد پرهزینه و زمان‌بر هستند؟ درست است که شب عروسی، یک شب به یادماندنی و منحصر به‌فرد و همین‌طور فرصت مناسبی است تا عشقتان را به کل جهان ثابت کنید. اما این بدین معنا نیست که این اثبات عشق باید به قیمت نابودی آینده تمام شود.

گرچه برخی از زوجین به‌طور میانگین صدها میلیون تومان خرج مراسم عروسی خود می‌کنند، اما برخی زوجین هم هستند که با هزینه‌ای بسیار بسیار کمتر از این مراسم ازدواج خود را برگزار می‌کنند و به همان نسبت گروه اول از شب ازدواج خود لذت می‌برند.

جالب اینجاست که برگزاری یک مراسم بسیار پرهزینه، هرگز تضمینی بر خوشبختی و جاودانگی عشق شما نخواهد بود بلکه برعکس، منجر به برخی اختلافات آینده می‌شود. نتایج یک مطالعه که ازسوی دانشگاه ایموری انجام شده نشان می‌دهد نرخ طلاق در زوج‌هایی که برای مراسم ازدواج خود ۲۰ هزار دلار (حدود ۶۶ میلیون تومان) یا بیشتر هزینه می‌کنند، در مقایسه با زوج‌هایی که مبلغ بسیار پایین‌تری را هزینه می‌کنند، بسیار بالاتر است.

منبع:شهر خبر



استراتژی های جلوگیری از ضرر در بازارهای سهام بین الملل

باید با این حقیقت رو به رو شویم که اغلب مردم نمی‌دانند چه زمانی باید سهامی که ارزش خود را از دست می‌دهد بفروشند. بیشتر افراد در چنین شرایطی قادر به تصمیم گیری نیستند و از خود می‌پرسند «آیا باید دارایی خود را نگه دارم و امیدوار باقی بمانم یا باید از همین جا جلوی ضرر را بگیرم؟».

این حالت بی‌تصمیمی، اغلب دائمی‌است و آن قدر ادامه پیدا می کند که فرد به خودش می گوید «دیگر برای فروش خیلی دیر شده است». یکی از دوستان خوب من به خاطر این که دائم به خود می گفت «برای فروش خیلی دیر شده» تمام آنچه را که داشت از دست داد. وی با توجه به توصیه‌های دوستش مبلغ قابل توجهی سهام خرید. چیزی نگذشت که ارزش این سهم‌ها نصف شد و اما باز همان دوست که با بازار آشنایی داشت توصیه کرد که همچنان باید از همان سهم خرید. دوست من هم همین کار را کرد. وی خیلی دیر خرید این سهام را متوقف کرد و تمام پولش را از دست داد.

شاید چنین چیزی برای شما هم پیش آمده باشد. بعد از این که مقاله امروز را خواندید، اگر توصیه من را در نظر بگیرید از حالت بی‌تصمیمی خارج می‌شوید. در این صورت دیگر وقتی سر به بالین می گذارید، نگران این نیستید که فردا بازار به چه سمتی خواهد رفت؛ زیرا بر خلاف دیگر سرمایه گذاران، طبق برنامه می‌دانید که چه زمانی باید از بازار خارج شوید و چه زمانی باید منتظر سودهای احتمالی بمانید.

خرید سهام آسان است. هزاران تئوری در مورد این که چه زمانی و چرا باید سهم خرید وجود دارد؛ اما زمانی که بحث پول درآوردن می‌شود، خرید تنها نیمی‌از مسائل را حل می کند.

هیچ کس راجع به قسمت سخت کار یعنی زمان مناسب برای فروش چیزی نمی‌داند.

من می‌خواهم شما بدانید برای این که با موفقیت سرمایه گذاری کنید، باید همان‌طور که برای ورود به بازار تحقیق و تامل می کنید، برای خروج از بازار نیز استراتژی تعیین کنید.

چطور کسب و کارها را ارزیابی کنیم؟

در انواع کسب و کارها و سهام، باید یک برنامه و یک استراتژی خروج داشته باشید. در این صورت می‌دانید که دقیقا کی باید به بازار وارد شده و چه زمانی از بازار خارج شوید. استراتژی‌ای که من می‌خواهم به شما نشان دهم این اجازه را می‌دهد که تا زمانی که در بازار هستید سود کرده و ضررهای خود را حداقل کنید، اما قبل از آنکه استراتژی خاصی را پیش بگیرید به مثال زیر توجه کنید:

بیایید فکر کنیم که شما در ایالات‌متحده در کسب و کار فروش لباس‌های اسپرت فعالیت می کنید. شما پول زیادی از این راه به دست آورده‌اید و حالا می‌خواهید در باهاماس شانس خود را امتحان کنید. شما اندازه بازار را در نظر می گیرید و متوجه می‌شوید که می‌توانید در دو بازار لباس گلف و لباس شنا به منفعت برسید. واضح است که این دو محصول دو بازار متفاوت را هدف می گیرند.

شما در هر کدام از این بازارها ۱۰۰۰۰۰ دلار سرمایه گذاری می کنید. در انتهای سال اول، لباس‌های گلف ۲۰۰۰۰ دلار سود داده‌اند. اما لباس‌های شنا ۲۰۰۰۰ دلار ضرر داده‌اند. شما دقیقا نمی‌دانید که چرا چنین وضعیتی ایجاد شده برای همین در طرح‌ها و بازاریابی کالای خود تغییراتی ایجاد کرده و یک سال دیگر را هم به همین نحو ادامه می دهید.

در سال بعد همین اتفاق تکرار می‌شود. شما یک ۲۰۰۰۰ دلار دیگر روی لباس‌های گلف به دست می‌آورید و ۲۰۰۰۰ دلار هم در بازار لباس شنا ضرر می‌دهید. پس از دو سال می‌توان با اطمینان گفت که کسب و کار فروش لباس گلف جواب داده و کسب و کار فروش لباس شنا شکست خورده است.

حال بیایید فرض کنیم که شما آماده اید که در یکی از این کسب و کارها ۱۰۰۰۰۰ دلار دیگر سرمایه گذاری کنید. واضح است که کدام بازار را انتخاب می کنید. شما به عنوان صاحب کسب و کار تصمیم

می‌گیرید که در صنعت موفق بیشتر سرمایه‌گذاری کنید؛ اما همان‌طور که خواهید دید این دقیقا کاری است که ۹۹ درصد سرمایه‌گذاران آمریکایی انجام نمی‌دهند.

چطور سهام خود را ارزیابی کنیم؟

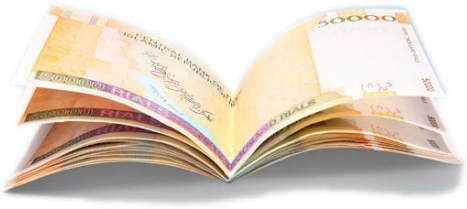
بگذارید ابتدا یک سوال را مطرح کنم. «مالک سهام» بودن دقیقا به چه معنی است؟ این سوال هیچ نکته انحرافی ای ندارد. مالکیت سهام به این معنی است که شما مالک جزئی از یک شرکت هستید. این مالکیت را می‌توان با مالکیت یک شرکت فروش لباس اسپرت مقایسه کرد.

با این که مالکیت یک شرکت با مالک سهام یک بنگاه بودن تفاوت بنیادی ندارد، رفتار اغلب افراد در قبال این دو مالکیت متضاد است.

حال فرض کنیم شما سهام شرکت‌های فروش لباس‌های ورزشی را خریداری کرده‌اید. سهام هر کدام از این شرکت‌ها ۱۰ دلار فروخته می‌شود. در انتهای سال اول، ارزش سهام شرکت لباس گلف که سودده است به ۱۲ دلار می‌رسد و ارزش سهام شرکت لباس شنا به ۸ دلار افت می‌کند. در انتهای سال دوم نیز سهام شرکت فروش لباس گلف به ۱۴ دلار می‌رسد و ارزش سهام شرکت فروش لباس شنا به ۶ دلار کاهش پیدا می‌کند.

ترجیح می‌دهید که کدام سهم را داشته باشید؟

با وجودی که می‌دانید باید بر اساس مثال مربوط به کسب و کار سهام



برنده را بخرید، اغلب سرمایه‌گذاران طور دیگری رفتار می‌کنند. آنها پول ارزشمند خود را صرف خرید سهام بد می‌کنند به این امید که اوضاع برگردد. آنها سهام بازنده را خریداری می‌کنند.

استراتژی توقف ضرر

من معتقدم که در بازار سهام و در کسب و کارها هر کسی باید یک استراتژی خروج داشته باشد تا بتواند جلوی ضررهای بیشتر را بگیرد. اگر شما این قانون را در دستور کار قرار دهید، شانس خوبی برای موفقیت خواهید داشت. در غیر این صورت، شکست خواهید خورد.

استراتژی خروجی مورد نظر من بسیار ساده است. من زمانی که ببینم سهمم سقوط می‌کند از استراتژی خروجم استفاده می‌کنم تا از خودم حفاظت کنم. مهمترین عنصر در این استراتژی قانون ۲۵ درصد است. من زمانی که ارزش یک سهم ۲۵ درصد نسبت به ارزش ماکزیمم اش کاهش پیدا کند سهام خود را می‌فروشم. برای مثال، اگر من یک سهام را در قیمت ۵۰ دلار بخرم و این سهم تا ۱۰۰ دلار افزایش ارزش پیدا کند، زمانی آن را می‌فروشم که از ۷۵ دلار ارزان‌تر شود.

نگذارید ضررهایتان به ضررهای بزرگ تبدیل شوند

با استراتژی خروج می‌توان فهمید که من چه زمانی از بازار لباس‌های ورزشی خارج می‌شوم. به یاد آورید که سهم این شرکت بلافاصله بعد از آن که آن را به قیمت ۱۰ دلار خریدم کاهش ارزش پیدا کرد. من صبر نمی‌کنم تا قیمت این سهم به ۶ دلار کاهش پیدا کند بلکه آن را زمانی که به ۷,۵۰ دلار برسد می‌فروشم.

در واقع اگر قیمت سهام به ۸ دلار کاهش یابد شما فقط به ۲۵ درصد افزایش ارزش نیاز دارید که به همان جایی برگردید که بودید، اما اگر بگذارید که سهمتان به ۵ دلار کاهش پیدا کند باید منتظر باشید ارزش آن ۱۰۰ درصد افزایش پیدا کند تا ضررتان جبران شود. احتمال این امر بسیار کم است.

اما چه چیزی در مورد رقم ۲۵ درصد این قدر جادویی است؟

در واقع هیچ چیز. مهم نظم است. بسیاری از معامله‌گران حرفه‌ای از معیارهای سفت و سخت‌تری استفاده می‌کنند.

خلاصه آنکه من می‌خواهم بگویم شما هرگز نمی‌خواهید در موقعیتی قرار بگیرید که سهامتان ۵۰ درصد ارزش خریدش را از دست بدهد، چون در این صورت ارزش سهامتان باید ۱۰۰ درصد یا بیشتر افزایش یابد تا به جایی که بودید برگردید. بله با استفاده از استراتژی خروج می‌توانید از چنین وضعیتی اجتناب کنید.

استیو جاگراد، مترجم: پریسا آقاکثیری، مصطفی جعفری، برگرفته از بورس کالا



حباب یک سهم چیست ؟
و چگونگی شکل گیری حباب ها در بازار سهام

«حباب ها اغلب با بروز پیشرفت‌های حقیقی در سطح بهره‌وری و سوددهی اولیه یک بنگاه یا صنعت به‌وجود می‌آیند، اما تاریخ نشان داده است که در این وضعیت، سرمایه‌گذاران در مورد توانایی‌های اساسی این اقتصاد مبالغه می‌کنند.» گرین‌اسپن (۲۰۰۲)

تفسیر میزان تغییرات کوتاه مدت قیمت دارایی‌ها در چارچوب بازارهای کارآمد و عقلایی همچنان یک چالش محسوب می‌شود. مطالعات تجربی بسیاری نشان داده‌اند که قیمت‌های سهام نوعی «فراریت افراطی» از خود نشان می‌دهند، به آن معنا که این قیمت‌ها به قدری تغییر می‌کنند که تفسیر و تبیین آنها به‌واسطه تغییرات عناصر بنیادین از قبیل سود سهام یا میزان وجوه در گردش امکان‌پذیر نیست. یکی دیگر از ویژگی‌های برجسته قیمت دارایی‌ها، جهش پایدار و متناوب این قیمت‌ها نسبت به تخمین ارزش ساختاری آنها است که به اصطلاح حباب قیمتی نامیده می‌شود، پدیده‌ای که در طول تاریخ می‌توان شواهد بسیاری از آن را در کشورها و بازارهای مختلف یافت.

افزایش چشمگیر قیمت‌های سهام در آمریکا در طول دهه ۱۹۹۰ و متشابه افزایش قیمت مسکن در آمریکا در اواسط دهه اول هزاره سوم، هر دو جزو این دسته حباب‌های قیمتی به حساب می‌آیند. مورد اول رونق سرمایه‌گذاری در بخش تجاری و تولیدی و مورد دوم نیز افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در بخش مسکن را به همراه داشت. اما از قضا هر دو مورد چندی بعد با کاهش قیمت دارایی‌ها و لذا تغییر چیدمان شدید در بخش‌های سرمایه مربوطه مواجه شدند به‌گونه‌ای که شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران به دنبال خلاص شدن از دست مازاد سرمایه‌ای بودند که در طول این حباب‌ها ایجاد شده بود. جهش‌های همزمان در قیمت دارایی‌ها و سرمایه‌گذاری در طول دهه ۱۹۲۰ نیز سابقه داشته است. دوره‌ای که بسیاری از ویژگی‌های آن مشابه حباب ۱۹۹۰ بود. در هر دو دوره موجی از نوآوری‌های تکنولوژیک، نوعی اشتیاق ناشی از یک «عصر جدید» را در سرمایه‌گذاران ایجاد نمود. در این مقاله قصدداریم به بررسی برخی روابط تاریخی میان حباب‌های قیمتی، نوآوری‌های تکنولوژیک و تخصیص نامناسب سرمایه بپردازیم.

حباب‌ها و اشتیاق شروع یک عصر جدید

شیلر (Shiller، ۲۰۰۰) در مطالعات خود نشان داده است که سرمایه‌گذاران نسبت به نوآوری‌های تکنولوژیک عکس‌العمل نشان می‌دهند. به عقیده او جهش‌های بزرگ در قیمت سهام معمولا با ظهور برخی تفکرات سطحی و پذیرفتنی نزد فرهنگ عامه پیرامون «عصر جدید» همراه می‌شود که باعث اغراق در مزایای تکنولوژی جدید می‌گردد. تفکرات اقتصادی شروع یک عصر جدید، نوعی جهش ناگهانی در قیمت دارایی‌ها و کنارگذاشتن معیارهای ارزیابی سنتی را به همراه می‌آورد.

وی چهار جهش عمده را در شاخص حقیقی سهام S&P۵۰۰ نشان می‌دهد. شیلر هر یک از این جهش‌ها را مرتبط با یک پیشرفت تکنولوژیک می‌داند که در ایجاد نوعی اشتیاق به شروع یک عصر جدید سهیم بوده‌اند: اوایل قرن بیستم: قطارهای ریلی با سرعت بالا، ارتباطات رادیویی با آن سوی اقیانوس، خطوط انتقال برق با فواصل طولانی.

دهه ۱۹۲۰: تولید انبوه اتومبیل، استفاده از جاده‌ها و بزرگراه‌ها، ایستگاه‌های رادیویی تجاری، استفاده گسترده از برق در کارخانجات.

دهـه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰: ظهـور گسـترده تلویزیـون، گسـترش و ظهـور زندگـی بـرون شـهری، سـفر بـه فضـا.
اواخـر دهـه ۱۹۹۰: دسترسـی گسـترده بـه اینترنـت، نوآوری‌ها در صنایـع کامپیوتـر و فـن‌آوری اطلاعـات، ظهـور مدل‌هـای تجـاری بر مبنـای وب.
گـوردون و وایـت (۲۰۰۶) در مقایسـه میـان دهـه ۱۹۲۰ و ۱۹۹۰ بـر وقـوع همزمـان نوآوری‌هـای تکنولوژیـک برجسته، تقویـت بهـره‌وری، مـازاد سـرمایه‌گذاری و حبـاب بـازار سـهام ناشـی از سـفته‌بازی تاکیـد نموده‌انـد. مجلـه Business Week در تاریـخ ۷ سـپتامبر ۱۹۲۹ بـه ایـن مطلـب اشـاره کـرده بـود کـه «صاحبـان مشـاغل در آمریـکا حداقـل ۵ سـال را بـه تجلیـل و سـتایش از رفـاه بی‌نظیـر حاصـل از یـک «عصـر جدیـد» خواهنـد پرداخـت. دورانـی کـه برخـی از مـا ممکـن اسـت وارد آن شـده باشـیم.» همیـن مجلـه به‌گونـه‌ای مشـابه در تاریـخ ۸ مـارس ۱۹۹۹ مدعـی شـده بـود کـه «صنایـع فناوری‌هـای پیشـرفته (High-tech) در نـوک پیـکان عصـری جدیـد در صنایـع کامپیوتـر قـرار دارنـد کـه در آن دیگـر قطعـات کوچـک دیجیتالـی صرفـا در پردازنده‌هـا و کامپیوترهـای کوچـک و شـخصی قـرار نمی‌گیرنـد، بلکـه صنعـت کامپیوتـر در غالـب ابزارهـای گوناگـون وارد تمـام جنبه‌هـای زندگـی افـراد خواهـد شـد.»

سرمایه‌گذاری‌های تجاری و حباب بازار سهام

سـرمایه‌گذاری‌های تجـاری از سـال ۱۹۹۶ به‌طـور متوسـط بـا نـرخ رشـد مرکـب سـالانه ۱۰درصـد افزایـش یافـت تـا در سـال ۲۰۰۰ بـه اوج خـود رسـید. ایـن نـرخ معـادل ۲/۵برابـر نـرخ رشـد کل اقتصـاد ایالات‌متحـده بـود. بخـش اعظمـی از ایـن سـرمایه‌گذاری‌ها در اواخـر دهـه ۱۹۹۰ مربـوط بـه صنایـع کامپیوتـر و فـن‌آوری اطلاعـات بـود. در طـول ایـن سـال‌ها، رشـد بهـره‌وری بـه عنـوان یـک معیـار تغییـر سـاختاری دائمـی افزایـش یافـت کـه خـود خبـر از رشـد اقتصـادی بیشـتر در آینـده مـی‌داد. اعتقـادات گسـترده بـه پدیـده‌ای موسـوم بـه «اقتصـاد جدیـد»، سـرمایه‌گذاران را بـر آن داشـت تـا قیمت‌هـای سـهام را تـا سـطح بی‌سـابقه‌ای نسـبت بـه درآمـد شـرکت‌ها افزایـش دهنـد. گـوردون (۲۰۰۳) بـه بسـیاری از عوامـل گـذار اسـتناد می‌نمایـد کـه در اواخـر دهـه نـود منجـر بـه افزایـش تقاضـای کالاهـای تکنولوژیـک شـدند. از جملـه ایـن عوامـل می‌تـوان بـه خصوصی‌سـازی صنایـع مخابـرات، ابـداع شـبکه جهانـی اینترنـت، افزایـش شـدید تقاضـای تجهیـزات و نرم‌افـزار از سـوی شـرکت‌های اینترنتـی و چرخـه فشـرده جایگزینـی کامپیوترهـای شـخصی بـرای مقابلـه بـا خطـای تاریـخ آغـاز سـال ۲۰۰۰ (Y2K) در کامپیوترهـا اشـاره کـرد.
کابالـرو (Caballero,۲۰۰۶) نیـز اشـاره کـرده اسـت کـه افزایـش سـریع قیمت‌هـای سـهام، منابـع مالـی ارزان‌قیمتـی را در دسـترس شـرکت‌ها قـرار می‌دهـد تـا نسـبت بـه تامیـن مالـی پروژه‌هـا یشـان اقـدام نماینـد. لـذا افزایـش انباشـت سـرمایه منجـر بـه رشـد بهـره‌وری خواهـد شـد کـه ایـن امـر نیـز بـه ادامـه یافتـن افزایـش قیمت‌هـای سـهام کمـک خواهـد کـرد. وی نشـان می‌دهـد کـه خـط سـیر شـاخص سـهام S&P۵۰۰، قبـل و بعـد از اوج حبـاب سـرمایه‌گذاری تـا حـد قابل‌توجهـی مشـابه خـط سـیر سـرمایه‌گذاری‌های تجـاری اسـت.
در ۱۳ ژانویـه ۲۰۰۰ و در آسـتانه اوج ایـن حباب‌هـا، رییـس فـدرال رزرو، آلـن گرینسـپن از افزایـش احتمـال واکنـش بیـش از حـد سـرمایه‌گذاران در قبـال نوآوری‌هـای اخیـر کـه افزایـش بهـره‌وری را نیـز بـه همـراه آورده‌انـد، خبـر داد «وقتـی کـه از دیـد سـال ۲۰۱۰ بـه دهـه ۱۹۹۰ می‌نگریـم ... ممکـن اسـت بـه ایـن نتیجـه برسـیم کـه بـا آغـاز هـزاره سـوم، اقتصـاد آمریـکا شـتاب یکبـاره‌ای را در زمینـه نوآوری‌هـا تجربـه کـرد کـه شـاید بتـوان گفـت باعـث بهبـود بهـره‌وری، افزایـش تولیـد و سـود شـرکت‌ها و قیمـت سـهام بـا سـرعتی بی‌سـابقه شـده بـود. همچنیـن در سـال ۲۰۱۰ نیـز شـاید بتـوان نتیجـه گرفـت کـه بخـش اعظمـی از آنچـه کـه مـا در حـال تجربـه کـردن آن هسـتیم، صرفـا یکـی از چندیـن و چنـد حبـاب قیمتـی ایجـاد شـده‌ای اسـت کـه تاریـخ بشـر را تحت‌تاثیـر قـرار داده‌انـد و صـد البتـه بـا نـگاه بـه گذشـته نمی‌تـوان مانـع از ایـن نتیجه‌گیـری شـد کـه برخـی عناصـر در هـر دو مـورد نقـش مهمـی را در سـال‌های اخیـر ایفـا کرده‌انـد.»

ادامه دارد...

منبع : برگرفته از بورس کالا

از شروع دوباره نهراسید
چون فرصتی است تازه برای بازسازی آنچه که می خواهید.

نشست های موفقیت و ارتقای مهارت های زندگی

سخنران : دکتر محمدرضا ماجد



دسترسی از طریق مترو

نزدیکترین ایستگاه مترو
به ساختمان های سازمان اسناد
و کتابخانه ملی ایران
ایستگاه مترو شهید حقانی
واقع در بزرگراه شهید حقانی می باشد.

سرویس های رفت و برگشت
از ایستگاه مترو وجود دارد.

مکان : ساختمان آرشیو ملی ، سالن دکتر پرهام

زمان : شنبه ها ، ساعت ۱۷ الی ۱۸:۳۰

لطفا جهت رزرو جا با تلفنهای

۸۸۲۱۰۵۳۸ و ۸۸۰۶۳۱۹۷

و ۰۹۳۵۵۹۲۶۲۸

تماس حاصل فرمایید

ثبت نام دوره نهم

کلاسهای موفقیت مالی







مدرس: دکتر محمدرضا ماجد

(رئیس کارگروه ابزارهای نوین مالی،

مدیرمعاملات مشتقه کارگزاری مفید)

طول دوره: ۷۲ ساعت

@workforliving

@wflschool

www.workforliving.com

ترم اول: شناخت ذهن ثروتمند و گره گشایی از موانع تولید ثروت

ترم دوم: مبانی بازارها و ابزارهای مالی

ترم سوم: تحلیل فنی بازارها و ابزارهای مالی مبتنی بر تجزیه وتحلیل نمودارها

ترم چهارم: تحلیل بنیادی بازارها و ابزارهای مالی

ترم پنجم : مدیریت دارای ها واستراتژی های سود ده

وکارگاه روش های سرمایه گذاری موفق در املاک و مستغلات

تلفن: ۸۸۰۶۳۱۹۷ - ۸۸۲۱۰۵۳۸ و ۰۹۳۵۵۵۹۲۶۸۲