

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

پیش‌بینی «فرصت امروز» تحقق یافت

شاخص کل کانال
۸۰ هزار واحد را فتح کرد

طی معاملات هفته پایانی تیرماه ۹۶ شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران با ۶۵۳ واحد افزایش مواجه شد و چنان که در ابتدای هفته گذشته پیش‌بینی کرده...

۵

آیا رشد اقتصادی، اشتغال را تکان می‌دهد؟

نسبت رشد و اشتغال
در اقتصاد ایران

فرصت امروز: از آخرین باری که اقتصاد ایران نرخ بیکاری تک‌رقمی را تجربه کرد، نزدیک به دو دهه می‌گذرد. این نکته نشان می‌دهد اشتغال در حال حاضر مهم‌ترین چالش اقتصاد ایران است، تا جایی که بسیاری از کارشناسان از آن به‌عنوان «سونا می بیکاری» یاد می‌کنند و معاون اول رئیس‌جمهور نام ابرچالش به آن داده است. همچنین بررسی‌ها نشان می‌دهد طی سال‌های اخیر اگرچه روند رشد اقتصادی ایران از حالت منفی خارج شده و سال گذشته به کمک درآمدهای نفتی به رشد دورقمی رسیده، اما نرخ بیکاری نیز به موازات آن بالا می‌رود...

۲

نقش بازار بین بانکی در اقتصاد ایران

۴

مدیریت و کسب و کار



فارادی فیوچر مدیر اسبق
پروژه آ بام و را استخدام کرد

- ایجاد یک نام تجاری بزرگ از طریق محتواهای ویدئویی
- ۵ نکته برای تبدیل شدن به یک میلیونر قبل از ۳۰ سالگی
- آنچه خرده‌فروشان می‌توانند از پرایم‌دی آمازون بیاموزند
- نقش روابط عمومی در موفقیت کسب و کار
- بهبود عملکرد و مشکل بیان توصیه‌ها
- ضرورت استفاده از نمودار

۸ تا ۱۶

روند صدور پروانه‌های ساختمانی نشان می‌دهد

رونق؛ حلقه گمشده بازار مسکن



۳

سرمقاله

نقش مدیران کسب و کار
در رکود اقتصادی کشور

رکود اقتصادی معمولاً حاصل شوک بازار ملی یا بین‌المللی یا سیاست‌های تورمی یا عدم همخوانی تولید با...

ارتباط و هماهنگی بخش
بازرگانی و تولید

نگاهی به سیاست‌های اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته حاکی از ارتباط تنگاتنگ بخش تولید با بخش بازرگانی...

تعریف صنایع کوچک
باید تغییر کند

قانون تأسیس صندوق در سال ۱۳۸۳ در مجلس در قالب یک ماده واحد تصویب شد که یک تبصره...

سرمقاله

نقش مدیران کسب و کار در رکود اقتصادی کشور

اینکه تا چه اندازه سوءمدیریت می‌تواند بر رکود حاکم بر اقتصاد تولید نقش داشته باشد پاسخ آن قطعاً زیاد خواهد بود. اگر بپذیریم که قوانین و مقررات، تدوین سیاست‌ها و نظارت بر اجرای آنها بر عهده مدیران ارشد است در این صورت خواهیم دید که علل ناکارآمدی سازمان‌ها نیز به عهده مدیرانی است که مسیر تحول کشور را با سوءمدیریت قفل می‌کنند. سوءمدیریت مجموعه رفتارهای ناآگاهانه و بعضاً آگاهانه افرادی است که با دانش اندک و غیرتخصصی خود منابع ملی را به خطر می‌اندازند. این افراد براساس فقدان استراتژی مناسب و پردازش غلط اطلاعات، تصمیمات نابخردانه‌ای می‌گیرند که بر اقتصاد تولید تأثیر منفی البته جبران‌ناپذیری می‌گذارد. این مدیران که دچار خودشیفتگی شده‌اند، توجهی به نظرات کارشناسان و محققان اقتصادی نمی‌کنند و از طریق گفت‌وگو با سایر مدیران معامله‌گر و بی‌هویت منابع را تلف می‌کنند. این مدیران اغلب قبیله‌ای، غیرحرفه‌ای و صرفاً با تحصیلات دانشگاهی و البته مطیع و ترسو انتخاب می‌شوند. بدین ترتیب سوءمدیریت حاصل انتخاب‌های صاحب و گزینش‌های غیرعلمی

ارتباط و هماهنگی بخش بازرگانی و تولید

تاریخی این دو حوزه در فرآیند صنعتی شدن کشور، رویکرد جایگزینی واردات غلبه داشته و ظرفیت‌های بخش تولید در پاسخگویی به نیازهای بازارهای خارجی شکل نگرفته‌اند. اخیراً هماهنگی‌های صورت گرفته میان دو حوزه موجب معرفی ضوابط نوینی مانند ظرفیت حداقل بهینه، سرمایه‌گذاری به قصد صادرات و... شده است که بارور شدن آن نیاز به زمان دارد. ساختار سیاست‌گذاری و مدیریت بخش تولید و بازرگانی در ایران در طول تاریخ با تغییرات و تحولات بسیاری روبه‌رو بوده است. از سال ۱۲۸۵ هجری خورشیدی که وزارت تجارت در ایران تأسیس شد تا سال ۱۳۹۰ که وزارت صنعت، معدن و تجارت به شکل کنونی خود درآمد، بارها دو حوزه تولید و بازرگانی در کنار هم و به صورت مجزا در ساختار اقتصادی کشور نقش ایفا کرده‌اند. برای نمونه در سال ۱۳۱۶ هجری خورشیدی وزارت بازرگانی و وزارت صنایع و معادن وجود داشته‌اند که در سال ۱۳۲۰ با ادغام آنها وزارت بازرگانی، پیشه و هنر تأسیس شد. پس از آن در سال ۱۳۳۴ مجدداً وزارتخانه‌های صنایع و معادن و بازرگانی از هم جدا شدند که این موضوع بارها و بنابر مصالح آن

دکتر مهدی کریمی تفرشی
رئیس هیأت‌مدیره تعاونی تولیدکنندگان مواد غذایی

نگاهی به سیاست‌های اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته حاکی از ارتباط تنگاتنگ بخش تولید با بخش بازرگانی است و یکپارچگی و انسجام بین بخش‌ها مشاهده می‌شود. بر این اساس، بخش بازرگانی با استقرار واحدهای تحقیقات بازار، مراکز تجاری، اعزام رایزنان بازرگانی و... در بازارهای هدف به شناسایی فرصت‌های تجارت کالایی و خدماتی، شناسایی نیازها و خواسته‌های مصرف‌کنندگان و تجزیه و تحلیل رفتار مصرف‌کنندگان و الگوی خرید آنان و... می‌پردازند. گام بعدی انتقال این اطلاعات به بنگاه‌های تولیدی و خدماتی کشورشان با استفاده از شیوه‌های گوناگون و ابزارهای اطلاعاتی است. سپس بخش تولید، اقدام به تولید کالاهایی می‌کند که متناسب با ویژگی‌های تقاضا و نیازها و خواسته‌های مصرف‌کنندگان بازار هدف است. گام نهایی نیز بر عهده بخش بازرگانی است که با به کار بردن سیاست‌های مناسب فروش محصولات تولیدی را که متناسب با خواسته‌های بازارهای هدف تولید شده است، تسهیل کند. متأسفانه به دلیل جدایی



امور مشتریان: ۶۱۹۸۷۰۰۰
www.parker.co.ir
www.bidar.com

پارکر
PARKER

یادداشت

تعریف صنایع کوچک باید تغییر کند



محمد حسین مقبسه

مدیر عامل صندوق ضمانت سرمایه گذاری صنایع کوچک

قانون تأسیس صندوق در سال ۱۳۸۳ در مجلس در قالب یک ماده واحده تصویب شد که یک تبصره دارد و در آن تبصره عنوان شده است «صنایع کوچک به صنایعی اطلاق می‌شود که تعداد شاغلین آن زیر ۵۰ نفر باشد.» هم‌اکنون با توجه به تغییرات تکنولوژی، شرایط صنعت و سایر عوامل اقتصادی، نیاز است تعریف صنایع کوچک مورد بازبینی قرار گیرد. هم‌اکنون صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک طبق این تعریف، فقط می‌تواند به واحدهای تولیدی خدمات بدهد که زیر ۵۰ نفر هستند و این موضوع باعث می‌شود اگر واحد تولیدی چند نفر بیشتر از ۵۰ نفر شاغل داشت، از خدمات این صندوق محروم شود. علاوه بر این سایر دستگاه‌هایی هم که متولی حمایت از صنایع کوچک هستند با این تعریف، محدودیت‌هایی در خدمات به واحدهای صنعتی دارند. در دنیا برای تعریف صنایع کوچک، فقط به تعداد شاغلین اکتفا نمی‌کنند، بلکه به حجم گردش مالی، میزان سرمایه‌گذاری، دارایی‌ها و ... بنگاه‌ها نیز توجه می‌شود یا تلفیقی از این معیارها مدنظر قرار می‌گیرد. بعد از گذشت سال‌ها از تصویت قانون (۱۳۸۳) و تغییر شرایط اقتصادی نیاز است بار دیگر، تعریف صنایع کوچک مورد بررسی قرار گیرد. البته به دلیل اینکه فرآیند تغییر قوانین در مجلس زمان بر است، بهتر است برای تعریف صنایع کوچک، این مسئولیت به یک بخش تخصصی واگذار شود که هر زمان با توجه به وضعیت اقتصادی و صنعت کشور، لازم بود این بخش تخصصی اقدام به بازبینی تعریف صنایع کند و نیاز به طی شدن فرآیند طولانی در مجلس نباشد و بهترین و تخصصی‌ترین مرجع در این زمینه را وزارت صنعت، معدن و تجارت دانست. ارزش ضمانت نامه‌های صادر شده این صندوق در سه ماهه نخست سال ۹۶، ۵۶۴ میلیارد ریال بوده که نسبت به مدت مشابه در سال ۹۵ رشد بیش از ۱۰۰ درصدی را نشان می‌دهد. این در حالی است که بیشترین ضمانت نامه‌ها برای سرمایه در گردش به تعداد ۲۴ عدد و به ارزش ۱۶۳ میلیارد ریال بوده است و پس از آن طرح‌های ایجاد به تعداد ۱۷ فقره به ارزش ۱۳۴ میلیارد ریال برای صنایع کوچک صادر شده است و استان‌های مازندران، ایلام و کرمانشاه بیشترین ضمانت نامه را در سه ماه نخست سال ۹۶ به خود اختصاص داده‌اند.

منبع: ایسنا

صنعت و معدن



رشد ۶۷ درصدی صادرات فولاد خام در سه ماهه امسال

انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران اعلام کرد: میزان صادرات فولاد خام ایران در سه ماهه نخست امسال به یک میلیون و ۶۷۵ هزار تن رسید که نسبت به یک میلیون و ۱۶ هزار تن در دوره مشابه پارسال افزایش ۶۷ درصدی را نشان می‌دهد. برپایه آمارهای انجمن مزبور، سهم صادرات بیلت و بلوم از صدور فولاد خام ۷۵۱ هزار تن بود که نسبت به رقم ۷۱۲ هزار تن در دوره مشابه پارسال رشد ۵۵ درصدی دارد. علاوه بر این سهم صادرات اسلب از مجموع رقم فولاد خام صادراتی نیز ۹۴۴ هزار تن بود که در مقایسه با ۳۰۴ هزار تن سه ماهه نخست ۱۳۹۵ رشد ۲۱۱ درصدی یافت. (تیر آهن، میلگرد، ورق گرم و ... در دوره این گزارش به رقم ۳۰۰ هزار تن رسید و در مقایسه با ۷۱۵ هزار تن عملکرد سه ماهه نخست ۱۳۹۵ که ۷۱۵ هزار تن بود، افت ۵۸ درصدی نشان می‌دهد. بالاترین رشد صادرات در دوره سه ماهه در این بخش مربوط به میلگرد با صادرات ۱۸۷ هزارتن است و در مقایسه با ۶۸ هزار تن صادرات مدت مشابه افزایش ۱۷۵ درصدی را ثبت کرد. همچنین در بخش سایر تولیدات فولادی صادرات ۱۷ هزار تنی ثبت شد که در مقایسه با ۱۱ هزار تن سه ماهه پارسال رشد ۵۵ درصدی نشان می‌دهد. میزان صادرات ورق پوشش دار نیز در دوره این گزارش به ۱۱ هزار تن رسیده که نسبت به رقم ۹ هزار تن در سه ماهه اول ۹۵ افزایش ۲۲ درصدی را ثبت کرد. صادرات تیر آهن در مدت سه ماهه نخست امسال برابر با ۴۷ هزار تن بود که نسبت به عملکرد دوره مشابه پارسال بدون تغییر ماند. صدور ورق‌های گرم و سرد در مدت این گزارش به ترتیب ارقام ۳۴ و ۴ هزار تن را نشان می‌دهد و در مقایسه با سه ماهه نخست پارسال که به ترتیب ۵۱۲ و ۶۸ هزار تن بود، افت ۹۳ و ۹۴ درصدی را ثبت کرد. ایران اکنون چهاردهمین فولادساز جهان محسوب می‌شود که در افق چشم‌انداز رشد هفت پله‌ای را پیش‌بینی کرده است.

روند صدور پروانه‌های ساختمانی نشان می‌دهد

رونق؛ حلقه گمشده بازار مسکن



احیای وزارت مسکن و کنترل بافت‌های فرسوده وضعیت فعلی پروانه‌های ساختمانی و بازار مسکن را بهبود ببخشیم. رئیس کمیسیون عمران مجلس با اشاره به اینکه مسکن پویایی و شادابی خود را از دست داده، گفت: در حوزه مسکن حرکت‌های جدی نمی‌کنیم و عقب‌ماندگی‌های بسیاری در این بخش داشته‌ایم، که ارتباط مستقیمی با افزایش قیمت مسکن و اجاره دارد. نمی‌توان انتظار داشت برای شهر ۵۰ هزار نفری ساختمان ۱۰ طبقه ساخته شود، همانطور هم نباید انتظار داشت برای شهر ۵ میلیون‌نفری فقط ساختمان یک‌طبقه ساخته شود. باید علاوه بر نوع و میزان ساخت‌وساز، مکان‌یابی مناسب هم صورت گرفته، مشکلات دسترسی برطرف شده و ساخت‌وسازها براساس ضابطه شهرسازی و رعایت فاصله، میان هر برج باشد.

گذشته بازار مسکن تجربه نکرده است. وی در ادامه افزود: با توجه به رسیدن فصل جابه‌جایی‌ها در تابستان طبیعی به نظر می‌رسد که قیمت‌ها در این ایام با افزایش روبه‌رو شود. از سوی دیگر ایرادات پروانه‌های ساختمانی باشد. وی در ادامه افزود: با افزایش صدور پروانه‌های ساختمانی رونق اولیه به بازار مسکن بازمی‌گردد و با کمک به سازندگان مسکن می‌توانیم زمینه‌ساز کاهش قیمت تمام‌شده مسکن شویم. رجبی تصریح کرد: آمار دقیقی از میزان صدور پروانه‌های ساختمانی نداریم. ولی از گلابه‌های مهندسان این طور به نظر می‌رسد که بازار مسکن اوضاع و احوال خوبی ندارد.

نوسازی بافت‌های فرسوده روی کاغذ

محمدرضا رضایی، رئیس کمیسیون عمران مجلس، گفت: در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه روی نوسازی بافت‌های فرسوده تأکید شده، ولی آثار جدی از آنها تا به امروز مشاهده نمی‌شود. سخنگوی کمیسیون عمران مجلس تصریح کرد: با افزایش صدور پروانه‌های ساختمانی بازار عرضه و تقاضا به اینکه پروانه‌های ساختمانی در کشور وضعیت مناسبی ندارد، گفت: یک سیاست جامع و کلی و نیز یک تحرک طی چهار ساله

شهر ایجاد تسهیلات برای افزایش میزان صدور پروانه‌های ساختمانی است، گفت: افزایش همکاری با انبوه‌سازان می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد افزایش صدور پروانه‌های ساختمانی باشد. وی این واحدهای خالی، لوکس هستند و اقشار متوسط جامعه قادر به خرید آنها نیستند، بنابراین ساخت واحدهایی با متراژ متوسط در مرکز شهر می‌تواند جوابگوی این نیازها باشد. همچنین عدم حمایت از تولیدکنندگان مسکن و انبوه‌سازان و پرداخت نکردن تسهیلات کافی به سازندگان باعث کاهش میزان صدور پروانه‌های ساختمانی طی چند سال گذشته شده است.

به حدود ۲.۵ میلیون واحد مسکونی خالی از سکنه در کشور، بسیاری از کارشناسان و مسئولان معتقدند نیازی به ساخت مسکن جدید در کشور نیست، درحالی‌که بسیاری از این واحدهای خالی، لوکس هستند و اقشار متوسط جامعه قادر به خرید آنها نیستند، بنابراین ساخت واحدهایی با متراژ متوسط در مرکز شهر می‌تواند جوابگوی این نیازها باشد. همچنین عدم حمایت از تولیدکنندگان مسکن و انبوه‌سازان و پرداخت نکردن تسهیلات کافی به سازندگان باعث کاهش میزان صدور پروانه‌های ساختمانی طی چند سال گذشته شده است.

افزایش همکاری با انبوه‌سازان

فرج‌الله رجبی، رئیس سازمان نظام مهندسی کشور با اشاره به اینکه یکی از بحث‌های مهم دولت با وزیر کشور و شورای

اصلاح بازار عرضه و تقاضا

صدیف‌بدری، سخنگوی کمیسیون عمران مجلس با اشاره به اینکه پروانه‌های ساختمانی در کشور وضعیت مناسبی ندارد، گفت: یک سیاست جامع و کلی و نیز یک تحرک طی چهار ساله

فراخوان ثبت نام

بیستمین نمایشگاه بین المللی

صنعت ساختمان

(مصالح، تکنولوژی، سبک سازی، مقاوم سازی)

ایران - اصفهان

۲۷ تا ۳۰ مهر ماه ۹۶

اصفهان، پل تاریخی شهرستان

محل برگزاری نمایشگاه‌های بین المللی

ستاد ثبت نام:

۰۳۱-۳۴۵۹۳۴۱۵ و ۰۳۱-۳۲۶۰۶۶۰۱

تازه‌ترین اخبار و اطلاعات نمایشگاه در:

/isfahanfair

اهمیت به روزرسانی تکنولوژی در حوزه معدن

فریال مستوفی

رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری اتاق ایران

بسیاری از کشورهای دنیا با مقوله محیط زیست و معدن به‌راحتی کنار آمدند و قوانین مناسبی را پیاده‌سازی کرده‌اند، اما قوانین پیچیده فعلی کار را برای پیشبرد اهداف دوجانبه سخت و دربرخی مواقع غیرممکن می‌کند. بهربرداری از معادن به‌عنوان یکی از محل‌های درآمدزایی کشور به‌شمار می‌آیند که بر محیط زیست نیز تأثیرگذار هستند، بنابراین باید بخشی از درآمدها در همین محل سرمایه‌گذاری شود تا محیط‌زیست برای نسل‌های آینده نابود نشود. از همین رو باید با وارد کردن ماشین‌آلات جدید در حوزه معدن که بر محیط‌زیست نیز تأثیرگذاری منفی ندارند حرکت کرد تا با یک حرکت برد-برده فکر بهره‌برداری و حفظ محیط‌زیست کشور باشیم تا به‌خاطر منفعت اقتصادی، محیط پیرامون خودمان به نابودی کشیده نشود. مالکیت معادن تنها بر عهده بخش خصوصی نیست و تمام معدن خصوصی و دولتی باید در راستای استفاده از تکنولوژی سازگار با محیط زیست پیش روند و هیچ منعی برای هر کدام از معدن وجود نداشته باشد. بانک‌های متوسط فعالیت‌های دوجانبه را با بانک‌های ایرانی آغاز کرده‌اند و باید از این فرصت برای به‌روزرسانی تکنولوژی در کشور استفاده کرد. تأمین مالی از مهم‌ترین نیازهای معدن در شرایط کنونی کسب‌وکار کشور است که گریبانگیر تمامی بنگاه‌ها شده و حتی بنگاه خصوصی و دولتی نمی‌شناسد. دولت باید در زمانی که بیمه‌های متعددی علاقه‌مند به پوشش بیمه‌ای فاینانس‌های ایران هستند، راه‌فعالیت در زمینه نوسازی ناوگان و زیرساخت‌های اقتصادی را بگشاید. با توجه به این شرایط، مذاکرات بانک‌های متوسط در چارچوب توافقات بانک‌مرکزی می‌تواند نقطه آغازی بر شروع نقل و انتقالات مالی سرمایه‌گذاران باشد تا مشکل سرمایه‌گذاری که امروز در کشور وجود دارد برطرف شود. بخش خصوصی نیز درصدد یافتن راهی برای تضمین فاینانس‌ها به نفع خود است تا با سرمایه‌گذاری که به‌اتاق می‌آیند بتوانند سرمایه‌گذاری مشترکی را در کشور انجام دهند.

اخذ اقامت دائم قبرس اروپایی

- با امکانات بی شمار تحصیلی
- در پنجمین کشور امن جهان
- آب و هوایی مدیترانه‌ای
- پرواز هفتگی داخلی و خارجی
- تیم تخصصی معتبر

تنها با خرید یک ملک

بصورت اقساط

مشاورین شما دکتر شببانی و خانم تهرانی

تلفن مطب ۰۸۸۶۸۵۲۴۱
شماره همراه ۰۹۱۲۲۸۳۵۵۴۱

یادداشت

فرصت کنونی بازار عراق طلایی است



حسن دانایی فر

سفیر سابق ایران در عراق

عراق کشوری ثروتمند است که از ذخایر سرشار نفتی بهره می‌برد. ۹۸ درصد بودجه عراق متکی به درآمدهای نفتی است، زمانی بزرگ‌ترین تولیدکننده و صادرکننده خرمای جهان بود، اما با وجود جنگ‌های داخلی و خارجی در چهار دهه اخیر این ظرفیت را از دست داد. این کشور روزانه بیش از ۳ میلیون بشکه نفت صادر می‌کند، ظرفیت پذیرش سالانه ۵ میلیون نفر زائر را دارد و با جمعیت حدود ۳۴ میلیون نفری و وسعت اراضی به اندازه یک سوم ایران، از پتانسیل بالایی برخوردار است. عراق کشوری کاملاً وارداتی است و هر چیزی از لبنیات تا دارو، لاستیک، نمک، کلر، اسید، شیشه و ... که تصور کنیم را وارد می‌کند، عراق یکی از کشورهای پرمصرف جهان است و در زمینه الگوی مصرف در این کشور کار نشده، به‌طوری‌که میانگین سرانه مصرف مردم این کشور از ایرانیان بسیار بالاتر است. تا پیش از حمله داعش، صادرات کشورمان به عراق پیاپی در حال افزایش بود، به‌طوری‌که فقط در مقوله خدمات فنی و مهندسی از سال ۱۳۸۲ تا ۱۳۹۰ از ۴۰۰ میلیون دلار صادرات به رقم چشمگیر ۴ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار رسیده بودیم، اما با حمله داعش و سقوط موصل، بلافاصله شاهد سقوط قیمت نفت بودیم که تأثیرات بعدی را بر درآمد و اقتصاد این کشور گذاشت. شرایط فعلی عراق یک فرصت طلایی برای ایران است و مرحله پس از آزادسازی موصل، مرحله‌ای است که مردم عراق کاملاً آماده استقبال از ایرانی‌ها هستند و فضایی مناسب است.

پیش از روی کار آمدن داعش، برآوردها حاکی از نیاز این کشور به ۲۵۰ میلیارد دلار هزینه برای بازسازی عراق بود، اما افزایش و تداوم حضورمان در این کشور نیازمند ظرفیت‌سازی است؛ باید آنچنان ظرفیت اقتصادمان را بالا ببریم که تولیدمان افزایش یابد. به‌طور مثال بازار عراق بزرگ‌ترین بازار خارجی خودرویی ایران است، اما کشتش بیشتری برای افزایش صادرات به این کشور نداریم. باید تولید صادرات محور داشته باشیم؛ تولیدی که بتواند با رقبای ما در بازار عراق از نظر کیفیت، قیمت و استمرار حضور رقابت کند. فرصت کنونی، طلایی و تاریخی است، اما باید با برنامه‌ریزی از آن استفاده کنیم. چینی‌ها در سه چهار سال اخیر وارد بازار عراق شده‌اند و با کنار رفتن داعش، کم‌کم احتمال ورود کالاهای‌های تک و اروپایی به این کشور فراهم است. باید بازار عراق را بازار رقابتی محسوب کنیم. راه ما سرمایه‌گذاری مشترک، فعال شدن اتاق بازرگانی مشترک، تولید رقابتی و واگذار کردن کار به بخش خصوصی است.

منبع: ایرنا

خبرنامه



رئیس فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران
اعلام کرد

حضور بانک پاسارگاد در کنار ورزش ملی کشور، خالصانه و صادفانه است



سازمان مدیریت کشتی کشور، همواره و در تمام فرازونشیب‌ها، حضور گرم، مثبت، خالصانه و صادفانه دکتر مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد و همکاران‌شان را در کنار خود احساس کرده است. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، دکتر رسول خادم رئیس فدراسیون کشتی، در مراسمی که در تاریخ ۲۷ تیرماه امسال با حضور روسای هیأت‌های کشتی سراسر کشور، مدیرعامل بانک پاسارگاد و جمعی از مدیران این بانک برگزار شد، با بیان این مطلب گفت: از دکتر قاسمی و همکاران‌شان در بانک پاسارگاد، به دلیل زحمات بسیاری که برای ورزش ملی کشور کشیده‌اند، قدردانی می‌کنیم. وی با اشاره به ساخت آکادمی کشتی توسط این بانک ادامه داد: این اقدام ارزشمند نیز نتیجه دلسوزی و حمایت بانک پاسارگاد از کشتی بود که شایسته سپاسگزاری خالصانه است. وی با اشاره به نقش مؤثر روسای هیأت‌های کشتی استان‌ها تصریح کرد: روسای هیأت‌های کشتی استان‌ها، بار سنگین پرورش استعدادهایی را می‌کشند که مردم ما به هر کدام از آنها می‌بالند و افتخار می‌کنند. ما نتیجه کار این عزیزان را در تیم‌های ملی می‌بینیم و شاید در نتایجی که حاصل می‌شود هیچ‌گاه نام این مدیران شایسته که مسئولیت حمایت و پرورش و کمک به حضور قهرمانان ملی ما را در سطوح بین‌المللی دارند، برده نشده.

کار بزرگ بانک پاسارگاد در حمایت از کشتی به یادماندنی است

علی‌اصغر ثمربخش، پیشکسوت کشتی و رئیس هیأت کشتی استان مازندران ضمن تشکر از دکتر قاسمی برای انجام اقدامات مؤثر و ارزشمند در حمایت از کشتی کشور، این کار بزرگ را به یادماندنی و بی‌ظیر خواند و گفت: پس از سال‌ها توقع و انتظار، کشتی مملکت که همیشه به‌عنوان ورزش اول کشور تلقی می‌شد اما دیده نمی‌شد، با تلاش دکتر قاسمی و همکاران‌شان، کاری بزرگ در کشتی کشور رقم خورد. وی ادامه داد: بنده پس از گذراندن ۵۰ سال در عرصه کشتی، چنین حمایتی را از این ورزش ملی ندیده‌ام. واقعیت این است که حاصل خدمتی که بانک پاسارگاد برای ورزش کشتی انجام داد، همین موفقیت‌هایی است که برای مردم و کشور ما اتفاق افتاد.

جوانان ما در ورزش کشتی، سرمایه‌های اجتماعی کشور هستند.

دکتر مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد با بیان این مطلب که هم‌کنون خانواده کشتی با خانواده بانک پاسارگاد به نوعی یک خانواده شده‌اند، گفت: تشکر قلبی خود را به‌عنوان یک هم‌وطن نثار شما می‌کنم برای آنکه این افتخارات را برای تاریخ مپهن اسلامی ما و برای مردم ما که عاشق کشتی هستند، رقم زده‌اید. آنچه در سکوهای قهرمانی حاصل می‌شود، محصول تلاش‌های شما عزیزان است. وی با اشاره به نقش مؤثر دکتر خادم در موفقیت‌های فدراسیون کشتی ادامه داد: جا دارد واقعا از تدابیر فدراسیون که در این سال‌ها، یکی از انگیزه‌های اصلی ما ورود به این صحنه است، یاد کنم. به گواه صاحب‌نظران، دوره مدیریت دکتر خادم در فدراسیون، با هیچ‌کدام از دوره‌های پیش از آن قابل مقایسه نیست. در درجه اول اخلاق، روحیه پهلوانی و جوانمردی ایشان که تحسین‌برانگیز است. در درجه بعد روحیه مسئولیت‌پذیری و دلسوزی ایشان برای کشتی کشور است. خاطرم است در مسابقات بوداپست بود که شاهد بودم دکتر خادم بسیار سراسیمه و ناراحت، نگران وضعیت کشتی بود. واقعا اگر این روحیه و احساس مسئولیت ایشان نبود ما متوجه مسئله نمی‌شدیم. این حقیقت است که در بانک پاسارگاد ما در مورد اموال مردم تصمیم می‌گیریم. اگر قرار است این اموال برای جایی هزینه شود، باید دلیل، توجیه و نتیجه داشته باشد. این انگیزه دکتر خادم، یکی از سرمایه‌های اصلی کشتی و فرهنگ پهلوانی کشور است که باید قدر آن را بدانیم و خدا را شاکر باشیم.

آمارها از توسعه بازار بین بانکی حکایت دارد

نقش بازار بین بانکی در اقتصاد ایران



اما منتقدان می‌گویند کارکرد این بازار سبب شده نرخ سود بانکی پایین نیاید و نرخ سود تسهیلات اعطایی به مردم توسط بانک‌ها کم نشود. نقد دیگر به بازار بین‌بانکی است که تا امروز بانک مرکزی برای دارایی منجمدشده بانک‌ها چاره‌اندیشی نکرده است. از همین رو این موضوع باعث شده تا هزینه تمام‌شده پول برای بانک‌ها بالا باشد. با این حال بانک مرکزی اعلام کرده که بازار بین‌بانکی از آنجا حائز اهمیت است که به‌عنوان تنظیم‌کننده بازار کلیه امور مربوط به برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی، تدوین مقررات، نظارت، کنترل و تسویه معاملات می‌پردازد و از این جهت موجب تنظیم سیاست‌های پولی است. بنابراین حمایت از نرخ سود مشخص شده توسط بانک مرکزی از طریق مداخله در بازار سبب تنظیم سیاست‌های پولی شده است. در عین حال کارشناسان

رسیده است. در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ این نرخ رو به کاهش گذاشته، به‌طوری که در سال ۱۳۹۵ نرخ سود به رقم ۱۸.۶۲ رسیده است؛ البته معتقدند ارقام بیش از آن چیزی است که بانک مرکزی اعلام می‌کند. با این حال بانک مرکزی اعلام کرده که بازار بین‌بانکی در واقع اهمیت است که به‌عنوان تنظیم‌کننده بازار کلیه امور مربوط به برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی، تدوین مقررات، نظارت، کنترل و تسویه معاملات می‌پردازد و از این جهت موجب تنظیم سیاست‌های پولی است. بنابراین حمایت از نرخ سود مشخص شده توسط بانک مرکزی از طریق مداخله در بازار سبب تنظیم سیاست‌های پولی شده است. در عین حال کارشناسان

معتقدند در شرایطی که اقتصاد ایران بانک‌محور است، کارکرد بازار بین‌بانکی اهمیت بسیاری دارد. به گفته آنها، اصلی‌ترین کارکردهای بازار بین‌بانکی مدیریت نقدینگی و سیاست‌گذاری پولی است، زیرا سبب می‌شود بانک مرکزی با حضور در بازار بین‌بانکی، بر سیاست‌گذاری پولی نظارت بیشتری داشته باشد. در واقع بانک مرکزی از یک طرف بر تمام معاملات و فعالیت‌های انجام شده در بازار بین‌بانکی نظارت می‌کند و از سوی دیگر جهت اثرگذاری بر متغیرهایی چون کل‌های پولی یا نرخ سود کوتاه‌مدت، وارد مبادلاتی با بانک‌های حاضر در بازار بین‌بانکی می‌شود. از سوی دیگر تجارب بین‌المللی در این رابطه نشان می‌دهد هر چند بانک‌ها اصلی‌ترین بازیگران بازار بین‌بانکی را شکل می‌دهند، اما موسسات

توانگری مالی شرکت بیمه پاسارگاد به تشخیص بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران برای پنجمین سال متوالی و دارا بودن کادر فنی متخصص و مجرب در امور اتکایی براساس تأیید صلاحیت تخصصی آنها توسط بیمه مرکزی، موجب شد تا این شرکت بتواند مجوز قبولی اتکایی را دریافت کند. شرکت بیمه پاسارگاد در تاریخ پنجم آبان‌ماه ۱۳۸۶ مجوز قبولی اتکایی از مؤسسات بیمه داخلی را از بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران دریافت کرد و با صدور نخستین گواهی قبولی در تاریخ هجدهم آذرماه ۱۳۸۶ فعالیت خود را در این بخش نیز آغاز کرده و این مجوز همه ساله تمدید شده است.



مبلغ ۱۳۴٫۱ میلیارد ریال به مبلغ ۴۰٫۸۲۴ میلیارد ریال طی دو مرحله و موافقت با تفویض اجرایی کردن مراحل آن به هیأت‌مدیره، مرحله اول افزایش سرمایه مذکور برای رسیدن به مبلغ ۲٫۰۴۱ میلیارد ریال در شهریورماه سال ۱۳۹۴ آغاز شد و با تکمیل عملیات مربوطه، در تیرماه سال ۱۳۹۵ به ثبت رسید و مرحله دوم آن برای رسیدن به مبلغ ۱۳۹۵ میلیارد ریال، آبان ماه سال ۱۳۹۵ آغاز شد و در خردادماه سال ۱۳۹۶ به ثبت رسیده است. همچنین کسب «سطح مطلوب» یا «سطح یک» را

مجوز قبولی اتکایی شرکت بیمه پاسارگاد از مؤسسات بیمه داخلی توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران تمدید شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پاسارگاد، طبق گزارش‌های دریافتی، این شرکت بیمه ضمن دارا بودن شرایط اجرایی آیین‌نامه اعطای مجوز قبولی اتکایی و همچنین براساس قابلیت‌های فنی، علمی و اجرایی سال‌های گذشته توانست مجوز قبولی اتکایی از مؤسسات بیمه داخلی را برای سال ۱۳۹۶ توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران تمدید کند. گفتنی است با توجه به مصوبه مورخ ۱۳۹۴/۰۶/۰۱ مجمع عمومی فوق‌العاده صاحبان سهام در خصوص افزایش سرمایه شرکت از

نرخنامه



عنوان	قیمت(تومان)	نوسان
مشتال طلا	۴۹۳,۷۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۳,۹۷۸	▲
سکه بهار آزادی	۱,۱۶۸,۰۰۰	▼
سکه طرح جدید	۱,۲۰۴,۶۵۰	
نیم سکه	۶۲۱,۵۰۰	▼
ربع سکه	۳۶۲,۵۰۰	▼
سکه گرمی	۲۴۷,۰۰۰	▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت(تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۳,۷۸۲	▲
یورو اروپا	۴,۴۰۷	▼
پوند انگلیس	۴,۹۱۷	▼
درهم امارات	۱,۰۳۳	▲

بانک‌نامه



«جایزه ملی سرآمدان اقتصاد ایران در صنعت بانکداری» به مدیرعامل بانک انصار اهدا شد

در «شانزدهمین اجلاس سرآمدان اقتصاد ایران» جایزه ملی سرآمدان اقتصاد ایران در صنعت بانکداری به مدیرعامل بانک انصار اهدا شد. به گزارش اداره کل روابط عمومی و تبلیغات بانک انصار، «شانزدهمین اجلاس سرآمدان اقتصاد ایران» با هدف توسعه تولید و اشتغال روز دوشنبه ۲۶ تیرماه در مرکز همایش‌های صدا و سیما و با استقبال شایسته مدیران، تولیدکنندگان و فعالان عرصه اقتصاد و صنعت برگزار شد. این اجلاس بزرگ‌ترین ضیافت مشترک مسئولان و برترین مدیران حوزه تولید، خدمات و صادرات ایران قلمداد می‌شود. این گزارش می‌افزاید: براساس ارزیابی‌های انجام شده توسط تیم کارشناسان این اجلاس، بانک انصار بر مبنای اقدامات، فعالیت‌ها و خدمات شایسته در صنعت بانکداری و همچنین دستاوردهای کسب شده در زمینه صداقت و اعتمادآفرینی، موفق تشخیص داده شده و «جایزه ملی سرآمدان اقتصاد ایران در صنعت بانکداری» به آیت‌الله ابراهیمی، مدیرعامل بانک انصار اهدا شد. لازم به ذکر است بانک انصار رویکرد انضباط و سلامت اداری، مشتری‌مداری، برخورد صادفانه و اعتمادآفرین با مشتریان و سهامداران را از اولویت‌های اصلی و اهداف اجرایی خود قلمداد و از بدو شروع به فعالیت در عرصه بانکداری، با توجه به نگرش‌های ارزشی و معنوی، این مهم را در انتخاب شعار خود نیز لحاظ کرده است. بر مبنای همین نگرش از دیرباز بانک انصار انجام «خدمت صادفانه را باعث پدید آمدن اعتبار جوادانه» دانسته و خود را «هماد خدمت و اعتبار» قلمداد می‌کند.

مدیرعامل بانک ملی ایران اعلام کرد

۹۰ هزار فقره، سهم بانک ملی ایران از طرح ضربتی وام ازدواج

مدیرعامل بانک ملی ایران با اشاره به برنامه‌ریزی برای اجرای طرح ضربتی اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج گفت: این طرح با منابع قرض‌الحسنه پس‌انداز بانک‌ها به میزان بیش از ۵ هزار میلیارد تومان انجام می‌شود که سهم بانک ملی ایران از آن بیش از ۹۰۰ میلیارد تومان است. دکتر محمدرضا حسین‌زاده در گفت‌وگو با روابط عمومی بانک ملی ایران افزود: بانک ملی ایران قرار است اعطای ۹۰ هزار فقره از این تسهیلات را بر عهده بگیرد که تقریباً ۲۰ درصد کل تسهیلات اعلام شده است. به گفته وی، طرح ضربتی اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج از اول مرداد تا آخر شهریور عملیاتی خواهد شد. مدیرعامل بانک ملی ایران تأکید کرد: تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج برای هر یک از زوجین ۱۰ میلیون تومان است.



سازمان امور مالیاتی کشور

قابل توجه مودیان محترم مالیاتی

اشخاص حقوقی و صاحبان درآمدا ملاک اجاری



سازمان امور مالیاتی کشور

امروز آخرین مهلت ارائه الکترونیکی اظهارنامه مالیاتی عملکرد سال ۹۵ و پرداخت مالیات مربوطه از طریق سامانه **www.tax.gov.ir** می باشد.

روابط عمومی سازمان امور مالیاتی کشور

۱۵۲۶ مرکز ارتباط مردمی



درج نماد شرکت تولید و صادرات ریشمک در سامانه پس از معاملات

شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه (سمات) از درج نماد شرکت تولید و صادرات ریشمک در سامانه پس از معاملات خبر داد. به گزارش سمات، شرکت تولید و صادرات ریشمک با سرمایه ۱۱,۴ میلیارد تومانی و برنامه افزایش سرمایه ۱۶۱درصدی از دو محل جذاب در بازار دوم معاملات فرابورس، درج و در نوبت عرضه اولیه ایستاد. این شرکت جدید که با پلاک ۸۸ بازار دوم معاملات فرابورس و نماد «دریشمک» در گروه مواد و محصولات دارویی و زیرگروه تولید داروهای شیمیایی و گیاهی، حاضر خواهد بود از سال ۱۳۴۸ در زمینه تولید پودر و عصاره شیرین‌بیان از ریشه گیاه شیرین‌بیان در شیراز (بعد از انتقال از تهران به شیراز در سال ۱۳۵۰) فعال بوده و در حال انتقال کارخانه به شهرستان سپیدان (با پیشرفت ۵۲درصدی تا سال گذشته) است تا قادر به افزایش تولید از ۱,۶ به ۳ هزار تن باشد. در همین رابطه، شرکت سپرده‌گذاری مرکزی نماد شرکت تولید و صادرات ریشمک را در سامانه پس از معاملات درج کرد تا شرایط برای عرضه اولیه این شرکت فراهم شود.

بورس انرژی

رقابت بر سر معامله بیش از ۸۰۰۰ تن گاز مایع

بازار فیزیکی بورس انرژی ایران طی هفته گذشته در هر دو رینگ داخلی و بین‌الملل متنوع و داغ بود؛ به طوری که در مجموع بیش از ۱۶ هزار تن انواع فراآورده‌های هیدروکربوری عرضه و معامله شد که سهم رینگ داخلی قریب به ۵هزار تن و سهم رینگ بین‌الملل بیش از ۱۱هزار تن بود. در جریان معاملات بازار فیزیکی بورس انرژی ایران کالاهای حلال ۴۱۰,۴۰۶,۴۰۲ و ۴۰۰ پالایش نفت اصفهان، متانول پتروشیمی شیراز، برش سه کربنه و سنگین‌تر شرکت پلیمر آریاساسول در رینگ داخلی و حلال ۴۰۲ پالایش نفت اصفهان، حلال ۴۰۲ پالایش نفت تبریز، گاز مایع پالایش نفت آبادان و گاز مایع پالایش نفت لاوان در رینگ بین‌الملل عرضه شدند. کل معاملات صورت‌گرفته معادل ۱۶,۲۰۸ تن و به ارزش بیش از ۲۱۵ میلیارد و ۴۷۳ میلیون ریال است. از نکات مهم عرضه‌ها می‌توان به معامله ۸,۱۰۰ تن گازمایع در رینگ بین‌الملل اشاره کرد. بازار گازمایع در این روز شامل معامله ۵,۱۰۰ تن گازمایع پالایش نفت لاوان و رقابت شدید خریداران گاز مایع پالایش نفت آبادان در عرضه ۳هزار تنی بود. از دیگر نکات مهم بازار بین‌الملل می‌توان به رقابت شدید خریداران حلال ۴۰۲ برای هر دو عرضه پالایش نفت تبریز و اصفهان یاد کرد. شایان ذکر است در معامله ۱۸۰۰ متر مکعب حلال ۴۰۲ پالایش نفت تبریز تقاضایی بالغ بر ۷هزار مترمکعب و در عرضه ۳هزار مترمکعب و حلال ۴۰۲ پالایش نفت اصفهان تقاضایی قریب به ۹هزار مترمکعب به ثبت رسید که در نهایت هر دو عرضه با رقابت خریداران خود با موفقیت به معامله انجامید.

بورس بین‌الملل

۵۰۰ صندوق قابل معامله در بورس تورنتو مشغول به فعالیت است

بورس تورنتو با پذیرش موفق ۵۰۰ صندوق قابل معامله (ETF) این رکوردشکنی را جشن گرفت. براساس این گزارش، این بازار توانسته در پنج سال گذشته میزان پذیرش صندوق‌های قابل معامله در بازار خود را دو برابر کرده و ارزش بازار این صندوق‌ها را به ۱۳۰ بیلیون دلار تا تاریخ ۳۰ ژوئن ۲۰۱۷ برساند. اوگاد چادا، مدیر سهام و سرمایه‌های بورس TMX تورنتو در این خصوص اظهار داشت: به دست آوردن ۵۰۰ صندوق قابل معامله هم برای بازار اوراق بهادار کانادا و هم برای بورس تورنتو موفقیتی بسیار ارزشمند است. وی ادامه داد: ما مفتخریم که در این مدت از ناشران این صندوق‌ها و سهامداران آنها حمایت کرده‌ایم تا بتوانند سود مناسبی را از این صندوق‌ها کسب کنند. بورس تورنتو به‌عنوان میزبان نخستین صندوق قابل معامله در دنیا در سال ۱۹۹۰ میلادی بود و بسیار خوشحال است که این صنعت و ابزار سرمایه‌گذاری در تمامی دنیا رشد کرده و عده زیادی می‌توانند سود قابل توجهی را از این صندوق‌ها کسب کنند. بر این اساس، در شش ماه نخست سال ۲۰۱۷ میلادی بورس تورنتو میان ۵۶ صندوق قابل معامله از سوی پنج ناشر مختلف بوده است. در کل بورس تورنتو، ۵۰۰ صندوق قابل معامله وجود دارد که توسط ۲۳ ناشر مختلف ارائه شده است. بورس تورنتو در پی رودشوی اخیر که برای مدیران سرمایه‌گذاری و مشاوران ترتیب داده است سعی بر ادامه حمایت از صنعت صندوق‌های قابل معامله دارد. این رودشوها در شهرهای لندن و رچینا برگزار می‌شود.

پیش‌بینی «فرصت امروز» تحقق یافت

شاخص کل کانال ۸۰ هزار واحد را فتح کرد



بازدهی ۵۰درصدی آیفکس از ابتدای سال

معاملات فرابورس ایران در هفته منتهی به ۳۰ تیرماه با دادوستد ۹۹۲ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۶ هزار و ۲۳۰ میلیارد ریال دنبال شد. هفته گذشته با رشد ۱,۲درصدی شاخص کل بازدهی آیفکس نیز به ۵,۱درصد رسید. شاخص فرابورس چهارشنبه ۲۸ تیرماه تا ارتفاع ۹۲۰ واحدی صعود کرد که در پی آن ضمن افزایش بازدهی این نامگر تا حدود ۲درصد از ابتدای تیرماه، بازدهی آیفکس از ابتدای سال نیز به ۵,۱درصد رسید. در همین حال ارزش بازار نیز با افزایش نزدیک به ۰,۵درصدی روبه‌رو شد که در نتیجه آن از ابتدای معاملات سال جاری، ارزش این بازار ۳,۵درصد رشد کرد. بررسی روند معاملات بازار فرابورس در روزهای کاری هفته گذشته نشان می‌دهد بیشترین حجم معاملات روزانه در روز یکشنبه با معامله ۲۶۴ میلیون ورقه بهادار و بالاترین ارزش معاملات به میزان یک‌هزار و ۶۵۰ میلیارد ریال در روز چهارشنبه ۲۸ تیرماه رقم خورده است. نگاهی به دادوستدهای انجام شده در بازارهای فرابورس نیز حاکی از آن است که بهترین عملکرد هفتگی را در افزایش حجم و ارزش معاملات، به ترتیب بازار ابزارهای نوین مالی و پایه تجربه کرده‌اند.



الکامپ و بازار سرمایه

مشتريان و بستر آموزش‌های تخصصی از مهم‌ترین عناصر فناوری اطلاعات هستند که کارگزار در کنار زیرسیستم‌های اصلی فرآیند معاملات با آنها سروکار دارد و هنوز فرصت‌های بی‌شماری در این حوزه‌ها برای پیشرفت کارگزاران در نقش درجه ارتباط با جامعه سرمایه‌گذاران بازار سرمایه وجود دارد. حضور نهادهای اصلی بازار سرمایه در نمایشگاه الکامپ، یکی از موفق‌ترین و کاراترین تجمع‌های تجاری حوزه فناوری اطلاعات، نشان از مسیر روبه‌پیشرفت این بازار دارد.

منبع: سنا



سرمایه‌گذاری مطمئن و قانونی با ورود مسکن به بورس کالا

طبقه و ۲۰ واحدی انجام می‌شود، صحیح است اما نمی‌توان از سوی دیگر نیازهای بخش مسکن به حضور در بورس کالا را نادیده گرفت. در حال حاضر بانک مسکن شرکت سرمایه‌گذاری مسکن تأسیس می‌کند که تأسیس این شرکت همراه با تشویق مردم برای سرمایه‌گذاری در بخش مسکن بوده و بهتر است به منظور ارائه بهتر و شفاف‌تر، عرضه محصولات شانس‌دار فعال در این زمینه است که این اقدام هم برای بهبود وضع موجود هم برای آینده‌ای بهتر لازم است.

کار، سرمایه اولیه‌شان را هم از دست دادند. در بورس به دلیل اعمال مقررات مربوط به شناسایی شرکت‌ها، امکان کلاهبرداری و سوءاستفاده از حسن نیت مردم نیست و مردم می‌توانند در فضایی شفاف، مطمئن و قانونی سرمایه‌گذاری کنند. یکی از انتقاداتی که به عرضه مسکن در بورس کالا وارد می‌شود، از ناحیه تعداد کم انبوه‌سازان و شرکت‌های شناسنامه‌دار فعال در این زمینه است که این انتقاد از این جهت بخش بزرگی از ساخت‌وسازها که در سطح واحدهای پنج

فناوری اطلاعات در بازار سرمایه نسبت به سال‌های گذشته مصدق اهمیت این موضوع است و تمامی نهادهای بازار هدف و استراتژی خود را به‌گونه‌ای تنظیم کرده‌اند که نخستین قدم آن اهتمام در حوزه فناوری اطلاعات است. شرکت‌های کارگزاری فعال در بازار سرمایه به‌عنوان اعضای کانون نیز از این امر مستثنا نبوده و در این جریان هم مسیر با سایر اهالی بورس در این شتاب شریک هستند. زیرساخت‌ها، سیستم‌های پردازش اطلاعات، سیستم‌های اطلاعات مدیریتی، مدیریت دانش، ابزارهای مختلف ارتباط با

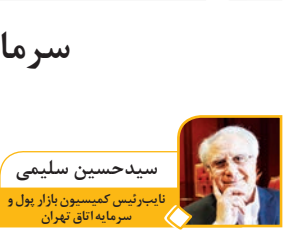
خواهد شد. هرچند در ابتدای کار عرضه هر نوع کالایی در بورس کمی مشکل به نظر می‌رسد، اما پس از شکل‌گیری ساختارهای موجود به شرایط بهتری می‌رسیم که مسکن هم از این قاعده مستثنی نیست. یکی از مهم‌ترین پیامدهای عرضه مسکن در بورس کالا جلب اعتماد بیشتر مردم است؛ به‌طوری که بارها پیش آمده است که مردم برای به‌کارگیری سرمایه‌های خرد در پروژه‌های بزرگ ساختمان‌سازی نام‌نویسی کردند، اما در نهایت علاوه بر بی‌نتیجه ماندن



محمد رضا کاشی‌پز
مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات کانون کارگزاران بورس و اوراق بهادار

فناوری اطلاعات به‌عنوان مهم‌ترین ابزار تعیین‌کننده بلوغ بازارهای سرمایه دنیا به عاملی تبدیل شده است که تمامی علوم و فنون ذی‌ربط در فرآیندهای این بازار را تحت‌الشعاع خود قرار داده است؛ به نحوی که کارایی هر فرآیندی در گرو بستر مناسب فناوری‌های است که برای آن در نظر گرفته شده است. رشد و ارتقای چشمگیر و پرشتاب جایگاه

نگاه



سیدحسین سلیمی
نایب‌رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران

عرضه مسکن در بورس کالا به شفافیت معاملات مسکن منجر می‌شود و مردم می‌توانند در فضایی شفاف، مطمئن و قانونی سرمایه‌گذاری کنند. عرضه مسکن در بورس کالا حرکتی به سوی شفافیت است و عرضه عمومی مسکن در بورس کالا منجر به افزایش راهکارهای فروش

شرکت‌ها و مجامع

پوشش ۵۹درصدی پیش‌بینی‌های «ولصنم»

شرکت لیزینگ صنعت و معدن پیش‌بینی درآمد هر سهم در دوره شش ماهه نخست سال مالی منتهی به ۳۰ آذرماه ۹۶ را حسابرسی نشده و با سرمایه ۲هزار میلیارد ریال منتشر کرد. شرکت لیزینگ صنعت و معدن پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی ۹۶ را مبلغ ۲۹۵ ریال اعلام کرد و توانست طی شش ماه نخست این سال مالی، با اختصاص ۱۷۵ ریال سود به ازای هر سهم معادل ۵۹درصد از پیش‌بینی‌هایش را پوشش دهد. «ولصنم» سود خالص دوره شش ماهه منتهی به ۳۱ خردادماه ۹۶ را مبلغ ۳۴۹ میلیارد و ۶۲۲ میلیون ریال اعلام کرد.

اختصاص سود یک هزار و ۴۸۰ ریالی «سقاين»

شرکت سیمان قاین صورت‌های مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۱۳۹۶ را با سرمایه ۵۳ میلیارد و ۲۲۲ میلیون ریال به صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت سیمان قاین در دوره سه ماهه یاد شده مبلغ ۷۸ میلیارد و ۷۶۹ میلیون ریال سود خالص کسب کرد و به هر سهم مبلغ یک هزار و ۴۸۰ ریال سود اختصاص داد که نسبت به دوره مشابه در سال ۹۵ معادل ۶۹درصد افزایش داشته است. همچنین «سقاين» سود انباشته پایان دوره مذکور را مبلغ ۱۲۳ میلیارد و ۲۳۰ میلیون ریال اعلام کرده است. یادآوری می‌شود این شرکت در دوره مشابه در سال ۹۵، مبلغ ۴۶ میلیارد و ۵۵۱ میلیون ریال سود خالص و ۸۷۵ ریال سود به ازای هر سهم شناسایی کرده بود.

پوشش ۳۴درصدی پیش‌بینی‌های «فاسمین»

شرکت کالسیمین پیش‌بینی درآمد هر سهم در دوره سه ماهه نخست سال مالی منتهی به ۳۱ خردادماه ۹۶ را حسابرسی نشده و با سرمایه ۲هزار میلیارد ریال منتشر کرد. شرکت کالسیمین پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی ۹۶ را مبلغ ۵۰۱ ریال اعلام کرد و توانست طی سه ماه با اختصاص ۱۶۸ ریال سود به ازای هر سهم معادل ۳۴درصد از پیش‌بینی‌هایش را پوشش دهد. این رقم در مقایسه با سه ماهه نخست سنال مالی ۹۵ معادل ۹۵درصد افزایش یافته است. این شرکت پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی ۹۵ را مبلغ ۴۹۸ ریال اعلام کرده بود و طی سه ماه با کسب ۵۷ ریال سود به ازای هر سهم معادل ۱۱درصد از پیش‌بینی‌هایش را محقق کرده بود.

رشد ۴۱درصدی EPS «وتوشه»

شرکت سرمایه‌گذاری پارس توشه صورت‌های مالی سه ماهه منتهی به ۳۱ خردادماه ۹۶ را حسابرسی نشده و با سرمایه یک هزار میلیارد ریال منتشر کرد. شرکت سرمایه‌گذاری پارس توشه در سه ماهه نخست سال مالی ۹۶ مبلغ ۱۸۳ میلیارد و ۵ میلیارد ریال سود خالص داشت و مبلغ ۱۸۳ ریال سود به ازای هر سهم کتار گذاشت و ۲۵درصد از پیش‌بینی‌هایش را محقق کرد. این عدد در مقایسه با دوره مشابه در سال مالی قبل معادل ۴۱درصد رشد را نشان می‌دهد. سود خالص سه ماهه نخست سال ۹۵ «وتوشه» نیز مبلغ ۱۲۹ میلیارد و ۱۲۹ میلیون ریال و سود خالص هر سهم نیز مبلغ ۱۲۹ میلیارد و ۹۰۲ ریال بوده است.

افزایش یک هزار و ۸۶۸درصدی سود انباشته «فباهنر»

شرکت صنایع مس شهید باهنر صورت‌های مالی سه ماهه نخست سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه ۹۶ را با سرمایه‌ای معادل ۹۰۰ میلیارد ریال و به صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت صنایع مس شهید باهنر در دوره سه ماهه منتهی به ۳۱ خردادماه ۹۶ مبلغ ۱۸۰ میلیارد و ۹۴۳ میلیون ریال سود خالص کسب کرد و مبلغ ۲۰۱ ریال سود به ازای هر سهم کتار گذاشت که نسبت به سال مالی قبل افزایش چشمگیری داشت. «فباهنر» در دوره سه ماهه یاد شده موفق شد مبلغ ۴۵۰ میلیارد و ۷۹۹ میلیون ریال سود انباشته کسب کند که در مقایسه با سال مالی ۹۵ برابر یک هزار و ۹۰۸درصد افزایش نشان داد. سود انباشته پایان دوره سه ماهه سال مالی ۹۵ مبلغ ۲۲ میلیارد و ۹۰۵ میلیون ریال گزارش شده است. این شرکت در دوره مشابه منتهی به ۳۱ خرداد ۹۵، مبلغ ۲۷ میلیارد و ۱۵۵ میلیون ریال زیان خالص کسب کرد و معادل ۳۰ ریال زیان به ازای هر سهم اختصاص داد.

رشد ۸۰درصدی

در سود هر سهم «زاگرس»

شرکت پتروشیمی زاگرس صورت‌های مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۱۳۹۶ را با سرمایه ۲ هزار و ۴۰۰ میلیارد ریال به صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت پتروشیمی زاگرس در دوره سه ماهه یاد شده مبلغ ۲ هزار و ۶۴۷ میلیارد و ۵۷۳ میلیون ریال سود خالص کسب کرد و به هر سهم مبلغ یک هزار و ۱۰۳ ریال سود اختصاص داد که نسبت به دوره مشابه در سال ۹۵ معادل ۸۰درصد افزایش داشته است.

اپراتور چهارم تلفن همراه به بازار
نخواهد آمد

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: فعلا صلاح ندیدیم اپراتورهای تلفن‌های همراه افزایش پیدا کنند و اپراتور چهارمی به بازار نخواهد آمد. سیدمحمود واعظی در گفت‌وگو با خبرنگار ایلنا، درباره طرح افزایش اپراتورهای تلفن‌های همراه گفت: تعداد اپراتورهای تلفن همراه افزایش پیدا نخواهد کرد. او در ادامه افزود: در حال حاضر سه اپراتور تلفن همراه در کشور فعال هستند؛ پیشنهاد برای فعالیت اپراتور چهارم هم داده شد، اما با توجه به اینکه ۶۰ میلیون مشترک داریم فعلا صلاح دیدیم اپراتورها افزایش پیدا نکنند. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات خاطرنشان کرد: برای افزایش تعداد اپراتورها کار کارشناسی ۱۰ ماهه با حضور کارشناسان صورت گرفت و نتیجه آن شد که اپراتور چهارمی به بازار وارد نشود زیرا در حال حاضر تنظیمات را برهم می‌زند. او در ادامه افزود: به جای اضافه کردن اپراتورها به برخی از آنها اجازه دادیم که از بستر شبکه‌های مجازی برای فعالیت استفاده کنند. واعظی در پاسخ به این سوال که مصرف‌کنندگان بسته‌های اینترنت اپراتورهای تلفن همراه از وضعیت موجود ناراضی هستند و معتقدند برخلاف قیمت‌های بالا خدمات مناسبی ارائه نمی‌شود، گفت: به مردم ما این گله را دارند که خدمات اینترنت از سوی اپراتورهای تلفن همراه با هزینه‌هایی که دریافت می‌کنند یکسان نیست؛ باید بگوییم که ما در شرکت مخابرات این بخش از فعالیت اپراتورها را به دقت زیر نظر داریم. او در ادامه افزود: نرم‌افزاری طراحی شده است تا مشترکان برای استفاده از خدمات اینترنت میزان استفاده خود را دریافت کنند. او در ادامه تشریح کرد: گفته می‌شود بسته‌های اینترنت اپراتورهای تلفن همراه زودتر از آن چیزی که به نظر می‌رسد تمام می‌شود، در این باره باید یادآوری کنم که نوع استفاده مشترکان نسبت به چندین سال قبل تغییر کرده است، شما در گذشته با سرعت ۱۲۸ شاید به زحمت می‌توانستید ۱۰ صفحه از یک کتاب را دانلود کنید، اما دیگر چنین نیست شما امروز می‌توانید یک بازی فوتبال ۹۰ دقیقه‌ای را به‌صورت زنده از طریق شبکه اینترنت نگاه کنید. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات ادامه داد: در حال حاضر مشترکان خودشان هم متوجه نیستند که چگونه با این سرعت‌های بالا از خدمات نت استفاده می‌کنند. واعظی با اشاره به اینکه خدمات اینترنت با گذشته متفاوت شده است و رصد بر عملکرد اپراتورها به‌صورت دقیق صورت می‌گیرد، گفت: به مردم اطمینان خاطر می‌دهم که تمامی فعالیت‌های اپراتورهای تلفن‌های همراه زیر نظر ماست و اگر جایی خلافی صورت بگیرد برخورد خواهیم کرد.

مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت با اشاره به لزوم تغییر در تعرفه شرکت‌های ارائه‌دهنده اینترنت برای مهاجرت به سمت اینترنت نامحدود در راستای پرداخت هزینه براساس سرعت و نه میزان مصرف، گفت: در حال حاضر مبنای محاسبه ما این است که کاربر می‌تواند تا پنج ساعت روزانه تماشای ویدئو داشته باشد و تنها برای مصرف بیشتر باید هزینه اضافی بپردازد.

به گزارش ایسنا، محمودجواد آذری‌چهرمی با اشاره به تغییراتی که در مسیر حرکت از اینترنت حجمی به نامحدود وجود دارد، گفت: طبیعتاً این پیشنهاد مشکلاتی جدی در هماهنگی بین تعرفه‌های بین مخابرات ایران و شرکت‌های FCP ایجاد می‌کند. مخابرات در حال یک تحول جدی در حرکت از سمت صوت به سمت دیتاست و درآمدش هم به این سمت می‌رود. با توجه به اینکه درآمد صوتی مخابرات در حال کاهش است، این شرکت نگران درآمدهای حوزه دیتاست. وی در ادامه خاطرنشان کرد: مخابرات و شرکت‌ها باید اطمینان خاطر داشته باشند پکیجی که استخراج می‌شود باعث ریزش درآمدهای‌شان نشود. بنابراین گفت‌وگو و مذاکرات، فشرده و سخت و سنگینی انجام شد. در نهایت ما به فرمولی رسیدیم و با توجه به دستور وزیر ارتباطات، پیشنهادی تهیه و با تغییرات کمی به کمیسیون ارائه شد. شرکت‌ها هم موظف شدند

آخرین ملاحظات را به سازمان تنظیم مقررات ارتباطات بدهند.

در انتظار مصوبه روز
یکشنبه رگولاتوری

مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت با بیان اینکه پیشنهاد تهیه شده به کمیسیون تخصصی تنظیم مقررات ارتباطات داده شده، گفت: فضای کلی جلسه تقریباً حاکی از پذیرش پیشنهاد است. تا روز یکشنبه سازمان تنظیم مقررات ارتباطات جمع‌بندی نهایی را خواهد داشت و ممکن است ملاحظاتی را به این پیشنهاد اضافه کند. روز یکشنبه هم جلسه اصلی کمیسیون تنظیم مقررات تشکیل می‌شود تا درباره آن تصمیم‌گیری شود.



چهرمی با بیان اینکه تعرفه‌های زیرساخت در مصوبه ۲۳۷ کمیسیون تنظیم مقررات روشن است، افزود: در این مصوبه نحوه فروش اینترنت به شرکت‌ها آمده است. ما بنابر تعرفه‌های سازمان اقدام می‌کنیم و نمی‌توانیم به مدل‌های مختلف با شرکت‌های مختلف برخورد کنیم، زیرا این کار مغایر با رقابت است بنابراین اگر چه زیرساخت اینترنت حجمی نمی‌دهد، اما فروش حجمی درآمد بیشتری را برای شرکت‌ها به همراه دارد.

معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در ادامه با تأکید بر لزوم حرکت به سمت ارائه اینترنت نامحدود بیان کرد: در اینترنت حجمی حقوق مصرف‌کننده

در حال حاضر موضوع بسته برای کاربر نهایی جمع‌بندی شده و مشکلی وجود ندارد. تنها مسئله درباره مدل هزینه‌های بین اپراتوری است که امیدواریم حل شود. چهرمی با تأکید بر لزوم بالا رفتن سرعت و مقرون به صرفه شدن قیمت برای کاربران بیان کرد: ما نمی‌توانیم عقبگرد داشته باشیم، باید روزه‌روز سرعت بالا برود و قیمت مقرون به صرفه شود. در حال حاضر مبنای محاسبه ما این است که کاربر می‌تواند تا پنج ساعت روزانه تماشای ویدئو داشته باشد و تنها برای مصرف بیشتر باید هزینه اضافی بپردازد.

اساس مصرف این است که شما در این مدل کانکشن، براساس سرعت هزینه می‌پردازید و نه براساس میزان مصرف. البته این میزان مصرف هم بی‌نهایت نیست و سقف دارد.

هدف اصلی، رضایت
مصرف‌کننده و رشد

مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت با اشاره به تأثیر تغییر در ارائه اینترنت در راستای شبکه ملی اطلاعات اظهار کرد: همه این اقدامات در راستای اهداف فرعی شبکه ملی اطلاعات است، اما هدف اصلی این است که ما مدل را به نوعی اصلاح کنیم که رضایت مصرف‌کننده را به همراه داشته باشد و محتوای داخلی هم رشد بیشتری کند.

تاریخ معرفی گلکسی نوت ۸
با ارسال دعوتنامه‌های رسمی
تایید شد

کمپانی کره‌ای سامسونگ با ارسال دعوتنامه‌های رسمی پرچمدار جدید خود، تاریخ معرفی گلکسی نوت ۸ (Samsung Galaxy Note ۸) را مشخص کرد.

در تصویر منتشر شده، یک گوشی با حاشیه‌های کم در بخش بالایی و پایینی دیده می‌شود که عدم نمایش لبه‌های آن، احتمالاً بیانگر خمیده بودن این بخش‌ها هستند.

در این صورت می‌توان گفت گلکسی نوت ۸ نیز همانند گلکسی اس ۸ به صفحه نمایش «Infinity Display» با نسبت تصویر ۲:۱ تجهیز خواهد شد.

با توجه به دعوتنامه رسمی سامسونگ، گلکسی نوت ۸ در تاریخ ۲۳ آگوست (یک شهریور) طی رویداد «Unpacked» در شهر نیویورک رونمایی خواهد شد. ما بسیار خوشحالیم که شکست گلکسی نوت ۷ بر میزان فروش و شهرت این کمپانی تأثیرگذار نبوده است.

برای اثبات این حرف خود نیز تنها به فروش بسیار بالای گلکسی S8 و گلکسی S8 پلاس بسنده می‌کنیم.

به هر صورت، گلکسی نوت ۸ می‌تواند همان چیزی باشد که کاربران گلکسی نوت ۵ سال‌ها در انتظار آن بوده‌ند؛ محصولی قدرتمند و خوش‌ساخت که آتش نمی‌گیرد.

گلکسی نوت ۸ از نظر سخت‌افزاری تفاوت چندانی با پرچمداران قبلی سامسونگ نخواهد داشت و اگر شایعات قبلی صحت داشته باشد، این گوشی جدید با تراشه اسنپدراگون ۸۳۵ یا اگزینوس ۸۸۹۵، چهار گیگابایت رم، مقاومت کامل در برابر آب و بدنه‌ای از جنس شیشه روانه بازار خواهد شد.

ویژگی اصلی گوشی جدید سامسونگ را می‌توان دوربین دوگانه آن در نظر گرفت؛ ویژگی خاصی که البته ممکن است سامسونگ نخستین‌بار در گلکسی اس ۹ از آن استفاده کند.

F-Secure

احتراما دعوت می‌گردد از غرفه های شرکت سایسک
واقع در نمایشگاه بین المللی الکامپ سالن ۶
بازدید به عمل آورید.

آدرس: محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران
زمان بازدید: از تاریخ ۳۰ تیرماه الی ۲ مرداد از ساعت ۱۰ صبح الی ۶ بعد از ظهر

سایسک

نماینده انحصاری آنتی ویروس اف سکیور در ایران

تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان زرتشت، کوچه میرهادی، پلاک ۱۶، واحد ۱۰۱

www.cysec-co.com

پیش‌بینی آینده‌ای روشن برای پارس خودرو

مهندس ناصر آقا محمدی در مجمع عمومی سالانه و در جمع سهامداران گفت پارس خودرو به لحاظ برنامه و ساختارهای مدون جزو شرکت‌هایی است که آینده درخشانی خواهد داشت.

مجمع عمومی عادی سالانه شرکت پارس خودرو (سهامی عام) با حضور ۸۰درصد از صاحبان سهام یا نمایندگان قانونی در سالان همایش‌های بین‌المللی هتل المپیک برگزار شد. در این نشست گزارش هیات‌مدیره درباره فعالیت شرکت طی سال مالی منتهی به آخر اسفندماه ۱۳۹۵ متضمن صورت‌داری و دیون شرکت و همچنین ترازنامه، حساب عملکرد و سود و زیان و جریان وجوه نقد شرکت به استماع حضار رسید.

به گزارش کارپرس در این نشست مهندس ناصر آقامحمدی - مدیرعامل پارس خودرو از روند رو به رشد تولید در این شرکت خبر داد و گفت: با برنامه‌ریزی صحیح و افزایش تولید و تنوع‌بخشی به سبد محصولات با تولید ۲۰۰ هزار و ۴۱۵ دستگاه تولید خودرو، رشدی ۷۳درصدی در سال ۹۵ داشته‌ایم. وی رشد رو به پایین در تولید خانواده X۱۰۰ را از سیاست‌های گروه خودروسازی سایپا دانست و تصریح کرد: رشد فروش پارس خودرو حدود دو و نیم برابر شده و تمام برنامه‌ها در جهت افزایش بهره‌وری بوده و توانستیم با کمک همکاران خود در شرکت پارس خودرو به رکورد تولید ۳۲دستگاه خودرو برای هر نفر در سال برسیم. وی در ادامه گفت: شرکت پارس خودرو در سال۹۵ به پایگاه تولید برلیانس در گروه خودروسازی سایپا بدل شد که در انتهای سال ۹۵ با تولید خانواده برلیانس H200 سبد محصولات پارس خودرو نسبت به گذشته متنوع‌تر شده است.

وی با توجه به امکانات موجود در بخش توسعه محصول گروه سایپا گفت: تاکید مدیریت ارشد گروه خودروسازی سایپا بر این است که ما به سمت تولید پلتفرم اختصاصی حرکت کنیم و این اتفاق در سال جاری به صورت محسوس خودش را نشان داده است و در آینده نزدیک محصولاتی بر پایه پلتفرم SP-۰ در راه خواهیم داشت. مهندس آقامحمدی در ارتباط با سرمایه‌گذاری‌های این شرکت گفت: خوشبختانه توانستیم سرمایه‌گذاری خوبی در شرکت مگاموتور انجام دهیم که نتیجه آن تولید قوای محرکه و موتور خودروهایی مانند گروه رو و برلیانس در این شرکت است. مدیرعامل پارس خودرو در ادامه گفت: با افزایش سرمایه‌گذاری در سال گذشته، خوشبختانه توانستیم از ماه ۱۴۱ خارج شویم و قطعا در سال ۹۶ خبرهای خوبی از شرکت پارس خودرو خواهید شنید. ما به آینده بسیار امیدوار هستیم، شرکت پارس خودرو آینده درخشانی دارد و هر قوی که هیات‌مدیره این شرکت به سهامداران بدهد، به آن عمل خواهد کرد. در این نشست گزارش هیات‌مدیره درباره فعالیت وضع عمومی شرکت در طی سال مالی منتهی به ۳۰ اسفندماه ۱۳۹۵ متضمن صورت‌داری و دیون شرکت در پایان سال مذکور و همچنین ترازنامه و حساب عملکرد و سود و زیان و جریان وجوه نقد شرکت و گزارش حسابرِس و بازرِس شرکت قرائت شد و مجمع پس از بحث و تبادل نظر، مواردی را به تصویب رساند. بنا بر این گزارش، صورت‌های مالی شرکت شامل ترازنامه، سود و زیان و صورت جریان وجوه نقد برای سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ۱۳۹۵ با اکثریت آرا مورد تصویب قرار گرفت. بر همین اساس طبق سنوات گذشته سازمان حسابرِس به‌عنوان حسابرِس و بازرِس قانونی و روزنامه اطلاعات به‌عنوان روزنامه‌های رسمی این شرکت با رأی اکثریت برای سال مالی آتی انتخاب شدند.

ضرورت ثبت نقل و انتقال خودرو در اسناد رسمی مسلم است

یک عضو هیات‌رئیس کمیسیون اصل نود مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه «ضرورت ثبت نقل و انتقال خودرو در اسناد رسمی مسلم است»، گفت در صورت نیاز استفساریه‌ای در این زمینه در مجلس مطرح خواهد شد. بهرام پارسایی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به جلسات متعدد کمیسیون اصل نود با نیروی انتظامی و اسناد رسمی اظهار داشت: نتیجه جلسات این بود که نقل و انتقال خودرو باید در اسناد رسمی به ثبت برسد. البته پیش از این رئیس مجلس از معاونت قوانین در این زمینه سوال کرده بود که معاونت قوانین برداشت خود را مطرح کرد و این نظر جایگاه قانونی ندارد. وی یادآور شد: در صورتی که شک و تردیدی درباره نحوه نقل و انتقال خودرو وجود داشته باشد، استفساریه‌ای را در این زمینه در مجلس مطرح خواهیم کرد. البته این موضوع برای ما روشن است که ثبت نقل و انتقال خودرو در اسناد رسمی ضروری است اما اگر نیاز باشد این استفساریه را مطرح خواهیم کرد.

وی در پایان همچنین گفت: مشکل فعلی این است که حق دولت از مالیات و عوارض بالاست و این ربطی به دفترخانه ندارد. ما در بودجه ۹۶ پیشنهاد کاهش این مبلغ را داشتیم که با آن موافقت نشد، اما امیدواریم طرحی در این زمینه مطرح شود که این مشکل مرتفع شود.

وزارت صنعت، معدن و تجارت این روزها همچنان بر داخلی‌سازی خودروهای جدید خارجی پافشاری می‌کند، چه آنکه معتقد است به این وسیله (ساخت داخل قطعات) می‌توان هزینه تولید و قیمت تمام‌شده را پایین آورد.

با این حال، تجربه تولید انواع خودرو در ایران و داخلی‌سازی آنها نشان می‌دهد این حربه تقریباً هیچ‌گاه کارگر نیفتاده و ساخت داخل نتوانسته قیمت تمام‌شده را پایین آورده یا کنترل کند. البته در اینکه داخلی‌سازی خودروها سبب ایجاد ارزش افزوده و اشتغال پایدار را نیز به‌دنبال دارد، شکی نیست و طبعاً وزارت صنعت نیز علاوه بر بحث کاهش قیمت، چنین اهدافی را نیز دنبال می‌کند. به عبارت بهتر، این وزارتخانه می‌خواهد با افزایش هرچه بیشتر ساخت داخل خودروهای خارجی، ضمن پایین آوردن قیمت تمام‌شده، ارزش افزوده نیز ایجاد کرده و اشتغال‌زایی هم بکند. به گزارش دنیای اقتصاد، در دنیا نیز خودروسازان وقتی از کیفیت و قیمت تمام‌شده محصولات قطعه‌سازان خودی اطمینان داشته باشند، طبعاً سراغ واردات نمی‌روند و تامین قطعات را از این منابع

انجام می‌دهند. در واقع آنچه در تامین قطعات، اولویت به‌شمار می‌رود، قیمت خارجی پافشاری می‌کند، چه آنکه معتقد است به این وسیله (ساخت داخل قطعات) می‌توان هزینه تولید و قیمت تا حد امکان پایین تولید می‌کنند. بر این اساس، در هر کشور صاحب صنعت خودرو، تامین قطعات از مسیر منابع داخلی در اولویت قرار دارد، مشروط بر آنکه کیفیت بالا و قیمت مناسب رعایت شده باشد و در غیر این صورت، خودروسازان به سمت منابع خارجی می‌روند. تردیدی وجود ندارد که تامین قطعات از منابع داخلی، تا حد قابل توجهی هزینه‌های مربوط به بسته‌بندی و لجستیک را کاهش می‌دهد و این موضوع به نوبه خود بر کاهش هزینه تولید و قیمت تمام‌شده خودروها اثرگذار است. با این شرایط، نمی‌توان وزارت صنعت، معدن و تجارت را بابت اصل اهدافش در ماجرای داخلی‌سازی خودروهای خارجی مورد نکوهش قرار داد، چه آنکه ساخت داخل توام با کیفیت مناسب و کاهش قیمت، هم به نفع خودروسازی کشور است و هم به سود مشتریان. با این حال اما نگاهی به جاده داخلی‌سازی خودروها

در ایران نشان می‌دهد بیشتر آنها و شاید همه‌شان، در طول این مسیر با کاهش قیمت مواجه نشده و حتی رفته‌رفته به دلایل مختلفی از جمله تورم تولید و افزایش نرخ ارز و بهره‌وری پایین و مواردی از این دست، روند صعودی قیمت را به خود دیده‌اند. حال در این اوضاع و احوال، دو پرسش بسیار مهم پیش می‌آید که پاسخ به آنها می‌تواند به حل چالش ساخت داخل خودروهای جدید خارجی در ایران کمک کند. پرسش اول این است که آیا فضای کسب‌وکار و اوضاع اقتصادی ایران اجازه می‌دهد قطعات ساخت داخل با کیفیتی بهتر و قیمتی مناسب (یا حداقل برابر) با مشابه خارجی‌شان تولید شوند؟ و پرسش دوم اینکه اگر پاسخ منفی است، وزارت صنعت و خودروسازان داخلی باید چه روشی را در تامین قطعات محصولات جدید خود در پیش بگیرند؟

تجربه‌های ناکام

برای پاسخ به پرسش اول، نگاهی می‌اندازیم به روند داخلی‌سازی و قیمت برخی خودروهای داخلی، تا به تجربه بدربایم چه رابطه‌ای میان این دو

وزارت صنعت با فشار به خودروسازان خارجی به‌دنبال چیست؟



(داخلی‌سازی و کاهش قیمت) وجود داشته است. به نظر می‌رسد خودروهایی مانند تندر-۹۰، پراید، پژو ۴۰۵ و سمند مثال‌های مناسبی برای بررسی این ماجرا باشند، چه آنکه همه‌شان با وجود داخلی‌سازی در مقادیر مختلف، کاهش قیمت را تجربه نکرده‌اند. در این بین، پراید به‌عنوان خودرویی که اوایل دهه ۷۰ وارد کشور شد و سپس به خطوط تولید راه یافت، با وجود ساخت داخل بیش از ۹۵درصد تا به امروز، هیچ‌گاه با کاهش قیمت مواجه نشده است. که روزگاری قیمتی زیر ۵میلیون تومان داشت، رفته‌رفته وارد فاز داخلی‌سازی شد و اگر چه انتظار می‌رفت قیمت آن کاهش یافته یا حداقل کنترل شود، اما حالا با ساخت داخلی نزدیک به ۱۰۰درصد، خودرویی ۲۱ میلیون تومانی به‌شمار می‌رود. با این شرایط شاید گراف نباشد اگر بگوییم پراید نمونه بارز ناکامی پروژه داخلی‌سازی در خودروسازی کشور (در فاز کاهش قیمت) است، چه آنکه افکار عمومی انتظار داشت این محصول با آن حجم از ساخت داخل، قیمتی بسیار پایین‌تر داشته باشد.

پیدال نیوز

چالش‌های پیش رو در مسیر جهانی شدن خودروسازی ایران

را به دنبال دارند، ابراز داشت: کندی رشد صنعت خودروسازی منجر به کاهش بهره‌وری و عدم رقابت‌پذیری خودروهای داخلی می‌شود.

وی در ادامه بیان کرد: البته عدم ولی متأسفانه ساختارهای اقتصادی کشور موانع پیشرفت آن در گرو تولید محصول بهره‌وری چندانی در این صنعت نیستیم و این موانع به چالش‌های جدی در مسیر جهانی شدن خودروسازی ایران تبدیل شده‌اند.

وی با بیان اینکه امروز بسیاری از شاخص‌های کسب و کار کشور ضعیف هستند و کندی رشد صنعت خودروسازی

یک کارشناس صنعت خودروی کشور با اشاره به چالش‌های پیش روی جهانی شدن صنعت خودروسازی گفت: صنعت خودروسازی با چالش‌های بسیاری در مسیر جهانی شدن روبه‌رو است و رفع موانع پیشرفت آن در گرو تولید محصول رقابت‌پذیر و باکیفیت است.

امیرحسین کاکایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو افزود: تولید خودرو نباید براساس یک روال مشخص ادامه یابد و تنوع‌بخشی به محصولات و توجه به نیازهای مشتری باید در رأس فعالیت تولیدکنندگان قرار گیرد و خودرو با قیمت

۸۳۶



خودرو پیکاپ مرسدس بنز X کلاس رسماً رونمایی شد.

پایگاه فروش اینترنتی جدید ایران خودرو آغاز به کار کرد

گروه صنعتی ایران خودرو با هدف ارائه خدمات مطلوب‌تر فروش اینترنتی محصولات، نشانی پایگاه اینترنتی فروش محصولات خود را تغییر داد. ارائه خدمات فروش با سرعت بالاتر و همچنین برقراری ارتباط مناسب‌تر و بهتر با مشتریان از نتایج این تغییر پیش‌بینی شده است. به گزارش کارپرس، از این پس مشتریان محصولات گروه صنعتی ایران خودرو می‌توانند با مراجعه به پایگاه اینترنتی به نشانی esale.ikco.ir در طرح‌های فروش اینترنتی ایران خودرو نام‌نویسی کنند. بر مبنای این گزارش، کلیه ثبت‌نام‌های فوری، نقدی (قطعی) و پیش‌فروش از طریق این سایت انجام خواهد شد. پایگاه جدید فروش ایران خودرو برای مشتریان حقیقی و حقوقی راه‌اندازی شده است. بدیهی است سایت‌های قبلی فروش محصولات ایران خودرو غیرفعال شده و کلیه فعالیت‌های مرتبط با فروش محصول اعم از انواع فروش نقدی و پیش‌فروش، پرداخت مابه‌التفاوت، واریز زودتر از موعد، تغییر آدرس و ... و صرفاً در سایت با نشانی جدید esale.ikco.ir قابل انجام خواهد بود. گفتنی است فرایند نام‌نویسی در سایت جدید مشابه سایت و روش‌های قبلی است.

واردات خودرو اوج گرفت

ارزش خودروهای وارداتی از ۱.۵میلیارد دلار گذشت

در سه ماهه نخست سال جاری بیش از ۲۵ هزار خودرو، معادل ۴۰درصد کل واردات این محصول در سال ۹۵، خودروی خارجی از طریق گمرکات سراسر کشور ترخیص شده است. در حالی که در کل سال ۹۵ حدود ۶۰ هزار خودرو وارد کشور شده، در سه ماهه نخست سال جاری حدود ۲۵ هزار خودرو از طریق گمرکات سراسری ترخیص شده است. بر این اساس در فصل ابتدایی سال برابر ۴۰درصد کل سال ۹۵ خودرو وارد کشور شده است که این رشد معناداری می‌تواند نشان‌دهنده افزایش میل واردکنندگان به ترخیص خودرو از گمرکات باشد. به گزارش اقتصاد آنلاین در سال گذشته بالغ بر ۳۶ هزار خودرو با حجم سیلندر ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ سی‌سی به ارزش ۸۹۲ میلیون و ۵۹۴ هزار دلار به کشور وارد شد. همچنین بیش از ۲۵ هزار دستگاه خودروی سواری با حجم سیلندر ۲۰۰۰ هزار تا ۲۵۰۰ سی‌سی به ارزش ۶۸۴ میلیون به کشور آمد. در مجموع یک میلیارد و ۵۷۶ میلیون و ۵۳۸ هزار دلار ارزش این خودروها بوده است. گفتنی است براساس قوانین جدید مربوط به واردات خودرو در حال حاضر تنها شرکت‌هایی که دارای نمایندگی برند خودروی وارداتی باشند امکان ثبت سفارش این کالا را دارند. بر این اساس به نظر می‌رسد با کنار رفتن واردکنندگان خرد، میزان واردات خودرو به کشور کاهش یابد، در حالی که آمارهای اولیه نشان می‌دهد واردات خودرو در سه ماهه نخست سال جاری رشد چشمگیری داشته است. بر مبنای جداول سال ۹۵ گمرک، در سه ماهه نخست سال گذشته، حدود ۱۰ هزار خودرو با حجم موتور ۱۵۰۰ تا ۲۵۰۰ سی‌سی به ارزش ۲۵۵ میلیون دلار ترخیص شده بود.

خروج قیمت‌گذاری خودرو از حیطه فعالیت شورای رقابت اقدام صحیحی نیست

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی با توجه به تاثیر خروج قیمت‌گذاری خودرو از حیطه فعالیت شورای رقابت در اوضاع کنونی بازار گفت شورای رقابت متشکل از تیم کارشناسانه‌ای است که مسئولیت قیمت‌گذاری نهایی خودرو را برعهده دارد و خروج قیمت‌گذاری خودرو از حیطه فعالیت آن اقدام صحیحی نیست.

احمد محمدی‌نارکی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو افزود: وضعیت رقابت‌پذیری خودروهای داخلی به حدی نیست که بتوان قیمت‌گذاری آن را برعهده بازار گذاشت چرا که هنوز تاثیر تحریم‌ها بر بازار داخلی و موانع بانکی و اقتصادی در حوزه صنعت خودروسازی رفع نشده و بهتر است شورای رقابت تعیین‌کننده قیمت نهایی خودروها باشد. وی با اشاره به لزوم توجه شورای رقابت به سطح کیفی خودروها اذعان داشت: البته شورای رقابت باید به مسئله بهبود وضعیت کیفی و جلب رضایتمندی مشتریان و مصرف‌کنندگان نهایی توجه بیشتری کند و اقدام جدی‌تری برای رفع این معضلات در پیش گیرد چرا که تاکنون سیاست‌گذاری‌های مطلوبی در زمینه بهبود وضعیت کیفی خودروها در صنعت خودروسازی اعمال نشده است. عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی با اشاره به فراهم‌سازی شرایط برای حضور سرمایه‌گذاران خارجی در صنعت خودروسازی کشور خاطر نشان کرد: خوشبختانه پتانسیل‌های حضور سرمایه‌گذاران خارجی در صنعت خودروسازی ایران فراهم بوده، ولی بهتر است همکاری با سرمایه‌گذاران خارجی بر مبنای انتقال تکنولوژی‌های نوین تولید و ورود دانش فنی صورت گیرد تا منجر به ایجاد تحول در این صنعت شود.



۱٫۵ میلیون نفر متقاضی آموزش سازمان فنی‌وحرفه‌ای

رحمت‌الله رحمتی، قائم‌مقام رئیس سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور، در مراسم سفیران مهارت‌آموزی بازنشستگان کشوری که با همکاری سازمان فنی و حرفه‌ای برگزار شده، اظهار داشت: ششم مرداد هر سال روز مهارت است و امروز یکی از مشکلات جوانان بیکاری است، چرا که مهم‌ترین شرط لازم برای اشتغال، داشتن مهارت است. رحمتی با بیان اینکه ۵۶ تفاهنامه بین سازمان فنی و حرفه‌ای با دستگاه‌های مختلف منعقد شده است، گفت: گروه‌های هدف ما در مرحله نخست، جوانان بیکاری هستند که باید مهارت‌های مورد نیاز جهت ورود به بازار کار را بیاموزند و سپس گروه زنان خانه‌دار برای امانداری مشاغل خانگی، آموزش به زندانیان، سربازان، زنان بی‌سرپرست و بدسرپرست، متعادلان، آسیب‌دیدگان اجتماعی و روستاییان و عشایر در اولویت قرار گرفته‌اند.

یادداشت

سیر تکامل آمازون، ۲۲ سال پس از شکل گیری آن

این هفته، ۲۲ سال از راه‌اندازی کمپانی آمازون می‌گذرد. در این مقاله، سیر تکامل این شرکت را از یک کتاب‌فروشی ساده تا تبدیل شدن به بزرگ‌ترین خرده‌فروشی دنیا به‌صورت اجمالی بررسی می‌کنیم.

جرقه شکل‌گیری آمازون در سال ۱۹۹۴ و در شهر نیویورک زده شد. در آن زمان جف بزوس، در امور مالی مشغول به کار بود و در همان هنگام متوجه شد که اینترنت، چیزی نیست که وی به‌سادگی بتواند از کنار آن عبور کند.

براساس کتاب «فروشگاهی برای همه چیز: جف بزوس و سرگذشت آمازون» به قلم برد استون که در سال ۲۰۱۳ منتشر شده، بزوس در کنار کتاب‌ها، فهرستی از اقلامی که امکان فروش آنلاین آنها وجود داشت، تهیه کرد. بزوس در ابتدا، آمازون را به‌عنوان یک کتاب‌فروشی آنلاین پایه‌گذاری کرد.

در سال ۲۰۱۶، یعنی ۲۱ سال پس از تأسیس آمازون، این شرکت به آماز فروش ۱۳۶میلیارد دلار دست یافت. با معامله اخیر این شرکت در تصاحب کمپانی Whole Foods، یک کسب‌وکار برجسته بردارش ابری و خط تولید محصولات الکترونیکی شامل اسپیکرهای هوشمند محبوب اکو، آمازون از زمان شکل‌گیری به‌عنوان یک کتاب‌فروشی راه درازی طی کرده است.

اکنون به کمک وب‌سایت archive.org نگاهی اجمالی به سیر تکامل صفحه خانگی آمازون در طول ۲۲ سال گذشته انداخته‌ایم.

۱۹۹۵: فقط کتاب
آمازون به‌صورت رسمی، کسب‌وکار خود را در تاریخ ۱۶ ژوئیه ۱۹۹۵ (۲۵ تیرماه ۱۳۷۴) و به‌عنوان یک کتاب‌فروشی آنلاین آغاز کرد. با داشتن یک میلیون عنوان موجودی از انواع کتاب‌ها، این شرکت خود را به‌عنوان بزرگ‌ترین کتاب‌فروشی زمین معرفی کرد.

صفحه خانگی اصلی آمازون شامل بخشی بود به نام «نگاهی به کتاب‌هایی که ما عاشق آنها هستیم». در آن هنگام، «ما» به معنای هزاران کارمند امروزی آمازون نبود. در ابتدا شروع کار، لیست کارکنان آمازون تنها شامل بزوس، همسرش مکونگی و هفت نفر دیگر بود.

نخستین فروش
نخستین کتابی که آمازون موفق به فروش آن شد، نسخه‌ای از کتاب داکلاس هافستادر به نام «فهمیم سیال و تمثیل‌های خلاقانه: الگوهایی کامپیوتری از طرز کار اولیه فکر» بود. طبق داده‌ای وب‌سایت آتالاتیک، این کتاب توسط جان وینترای، یک محقق علوم کامپیوتر خریداری شد که در آن زمان از وی برای تست نسخه‌ای آزمایشی از وب‌سایت دعوت به عمل آمده بود. به گفته خود وین‌رایت، وی زمانی که در اداره مشغول به کار بود، با استفاده از یک اتصال T-1، این کتاب را سفارش داد.

۱۹۹۹: کارت‌های اعتباری و مزایده
تا سال ۱۹۹۹، یعنی اندکی بیش از چهار سال از شکل‌گیری سایت، آمازون کسب‌وکار خود را با فروش ویدئو و محصولات الکترونیکی گسترش داد. از آنجایی که در آن زمان کارت‌های

کسب‌وکار امروز

فارادی فیوچر مدیر اسبق پروژه i بام و را استخدام کرد

استارت‌آپ یو‌کرایبی فارادی فیوچر که با حمایت کمپانی چینی LeEco از سال ۲۰۱۴ وارد عرصه شده، با جذب مدیران و مهندسان زبده از سایر شرکت‌ها قصد دارد روند توسعه خودروهای الکتریکی خود را سرعت بخشد. در یکی از آخرین موارد این استارت‌آپ آقای اولریش کرانز (Ulrich Kranz) مدیر اسبق پروژه i بام و را به استخدام خود در آورده است. وی که سابقه ۳۰ سال همکاری با کمپانی آلمانی را در کارنامه دارد، از این به بعد به‌عنوان کارمند ارشد بخش تکنولوژی در فارادی فیوچر مشغول کار خواهد شد.
وظیفه اصلی آقای کرانز تبدیل کنسپت ۱۰۵۰ اسب بخاری FF 91 به یک خودروی پر فروش عنوان شده است.

به گزارش دیجیتایو به نقل از بلومبرگ، این مدیر سابقه در یک مصاحبه تلفنی گفته او همانند افرادی که مدام شرکت محل خدمت خود را عوض می‌کنند، نیست. وی در ادامه افزوده: شاید جدایی من از بامو باعث تعجب برخی افراد شود، اما افرادی که من را می‌شناسند، می‌دانند که من اهل پذیرفتن ریسک هستم. من همیشه وارد پروژه‌ها شده‌ام.

شاید «ریسک» خطاب کردن فعالیت در استارت‌آپ فارادی فیوچر در همین ابتدای امر چندان به مذاق مدیران این کمپانی خوش نیاید. آن‌طور که شواهد و قرائن نشان می‌دهند، فارادی فیوچر از لحاظ اقتصادی شرایط چندان مطلوبی نداشته و گاه و بی‌گاه خبرهایی مبنی بر قطع حمایت‌های مالی جیا بوئتیینگ – کارآفرین میلیاردی چینی و مدیر موسس شرکت LeEco – مطرح می‌شود. هفته پیش نیز در خبرها آمد که این کمپانی توسعه کارخانه یک میلیارد دلاری خود را در نوادا متوقف کرده است. البته مقامات کمپانی در این باره ادعا کردند که به دنبال یک مجموعه تولیدی دیگر برای شتاب بخشی به روند شروع تولید مدل FF 91 هستند. با وجود چالش‌های متعدد، فارادی فیوچر پیش از این نیز افراد مشهور دیگری را از کمپانی‌های مختلف جذب کرده است. براساس برنامه‌های این کمپانی تولید FF 91 از سال ۲۰۱۸ آغاز خواهد شد. حال باید منتظر ماند و دید که آیا تا آن زمان مقامات این شرکت نوبا خواهند توانست تأسیسات و کارخانه‌های مورد نیاز را فراهم کنند یا خیر.



مریسا میر در پی یک شغل مدیریتی جدید است

مریسا میر پس از خروج از یاهو به دنبال پست مدیریتی جدیدی است، ولی وی مذاکره با اوپر قبول مدیریت در این کمپانی را رد کرده است. به گزارش زومیت، حال که یاهو مالک جدید خود را شناخته، مریسا میر، مدیرعامل اسبق این کمپانی در پی یافتن یک شغل جدید مدیریتی برای خود است. پس از آنکه تصاحب یاهو توسط وایزن نهایی شد، مریسا میر از سمت مدیرعاملی استعفاشود.
هم‌اکنون شرایطی در اوپر حاکم است که بسیاری از متخصصان رده بالای آن تمایلی به ادامه همکاری با این کمپانی ندارند. باید دید آیا پست مدیریتی جدید است، یکی از محتمل‌ترین گزینه‌های موجود برای مریسا میر، صندلی ریاست اوپر است که با استعفاي مدیرعامل و بنیانگذار خود، فعلاً بدون مدیر به فعالیت ادامه می‌دهد. میر در چهار فصل سال مالی ۲۰۱۷ نیز ارائه کرده و بر این اساس، مایکروسافت طی ۱۲ ماه منتهی به ژوئن، موفق شده است درآمدی ۶۶٫۷ میلیارد دلاری به جیب بزند که ۲۵٫۹ درصدی درآمد بوده‌اند.

با توجه به پایان سال مالی مایکروسافت، این کمپانی گزارشی از عملکرد مالی طی چهار فصل سال مالی ۲۰۱۷ نیز ارائه کرده و بر این اساس، مایکروسافت طی ۱۲ ماه منتهی به ژوئن، موفق شده است درآمدی ۶۶٫۷ میلیارد دلاری به جیب بزند که ۲۵٫۹ درصدی درآمد بوده‌اند.

میلیارد دلار آن سود بوده است. عملکرد مایکروسافت در مقایسه با سال مالی ۲۰۱۷ نیز رشد خوبی تجربه کرده است.
سایت‌های ساتیا نادلا، مدیرعامل مایکروسافت نتیجه داده است. وی پس از تکیه زدن بر مسند



میلیارد دلار آن سود بوده است. عملکرد مایکروسافت در مقایسه با سال مالی ۲۰۱۷ نیز رشد خوبی تجربه کرده است.
سایت‌های ساتیا نادلا، مدیرعامل مایکروسافت نتیجه داده است. وی پس از تکیه زدن بر مسند

اینتل بخش دیوایس‌های پوشیدنی خود را تعطیل می‌کند

سال گذشته، وب‌سایت تک کراچ خبر داد که اینتل قصد دارد از فضای تولید دیوایس‌های پوشیدنی خارج شده و روی کسب‌وکار پر رونق خودش متمرکز شود، اما این کمپانی سرعا این موضوع را تکذیب کرد. به گزارش دیجیتایو، حالا اما گزارش جدیدی از سوی CNBC منتشر شده که نشان می‌دهد اینتل واقعا قصد دارد این حوزه را کنار بگذارد. به ادعای این وب‌سایت، دو هفته پیش کل کارمندان بخشی که روی اسمارت واچ‌ها و دستبندهای سلامتی کار می‌کردند اخراج شدند.

«گروه فناوری‌های جدید» که مسئول توسعه جدیدترین تکنولوژی‌ها است، حالا از ساعت هوشمند گذر کرده و به سراغ واقعیت افزوده رفته است. اینتل ماه گذشته نیز پروژه ساخت رقیبی برای رزبری پای را نیز متوقف کرد.

یادداشت

آیا دولت می‌تواند معامله هول فودز را سرکوب کند؟

شایان ذکر است که آمازون و هول فودز تنها ۱۴درصد از موادغذایی موجود در بازار را کنترل می‌کنند، اما با وجود تاریخچه صنایع آمازون و توزیع وسیع آن، خطری جدی برای خرده‌فروشان دیگر است.

آمازون با خرید هول فودز صاحب فروشگاه‌های فیزیکی می‌شود که موادغذایی را در کمتر از یک ساعت به ۷۰درصد از خانواده‌های ایالات متحده می‌رساند و این بدان معنی است که این شرکت قادر به ارائه اقلام، سریع‌تر از همیشه خواهد بود.

پسررون به وضوح در مورد تأثیر این معامله بر کارکنان اتحادیه در کسب‌وکار موادغذایی نگران است، زیرا هزاران کسب وکار از سوپرمارکت در سال گذشته از بین رفته است.

باید توجه کنید که بررسی این چالش توسط دولت به این معنا نیست که این معامله کاملاً لغو شود. تصمیمات فدرال در مورد چگونگی به چالش کشیدن این معامله احتمالاً چند هفته طول خواهد کشید.

گروه ترجمه فرصت امروز/ barrons.com

یادداشت

آنچه خرده‌فروشان کوچک می‌توانند از Prime day آمازون بیاموزند

هستند و هزینه حمل‌ونقل رایگان محصولات را درآمد اضافی که آمازون از بخش عضویت به دست می‌آورد، جبران می‌شود.

۱- افزایش فرکانس خرید

رینولدز توضیح می‌دهد که هوش مصنوعی برای پیش‌بینی آنچه مشتریان نیاز دارند (قبل از اینکه حتی بدانند که به آن نیاز دارند) طراحی شده است و این نشان می‌دهد خرده‌فروش خوب است. بنابرین آمازون شرکتی است که به اندازه‌ای مشتری پاسخ می‌دهد و نیازهای دیگر را پیش‌بینی می‌کند. آمازون با استفاده از اطلاعات تاریخیچه خرید مشتری، می‌تواند اطلاعات دقیقی را به مصرف‌کنندگان ارائه دهد که حتی خودشان ممکن است از عادت‌ها و نیازهای خرید خود آگاهی نداشته باشند.

۲- افزایش میزان خرید

تجربه فوق‌العاده شخصی Prime، باعث ایجاد وفاداری مشتری می‌شود تا بیشتر از آمازون خرید کنند. این فرایند باعث افزایش بودجه آمازون و کنارگیری خرده‌فروشان دیگر می‌شود.

۳- دریافت مشتریان جدید

ارائه تخفیف رایگان ۳۰ روزه یک بار مؤثر برای جلب خریداران است تا عضویت Prime را امتحان کنند. رینولدز، می‌گوید برای رقابت و موفقیت، خرده‌فروشان کوچک باید تمرکز خود را روی تجربه در فروشگاه داشته باشند. این مسئله می‌تواند شامل هر چیزی از خرید شخصی، بسته‌بندی هدیه رایگان، کلاس‌ها یا فدرالی در تجربه‌های دیگر مشتریان باشد. از آنجایی که آمازون تنها بر محصولات کالاهای رقابتی رقابت می‌کند، پس خرده‌فروشان کوچک می‌توانند بر محصولاتی غیرمعمول مانند کالاهای دست‌ساز یا یک کالای خاص تمرکز کنند.

گروه ترجمه فرصت امروز/ forbes

اپل سودده‌ترین کمپانی جهان طی سال ۲۰۱۶ شناخته شد

۵۰۰ کمپانی تنها نماینده‌هایی از ۳۴ کشور هستند. درآمد آل‌مارت به‌عنوان نخستین کمپانی از نظر درآمدزایی براساس آمار فورچون، ۴۸۵ میلیارد دلار بوده و اپل با درآمد ۲۱۵ میلیارد دلاری در رتبه نهم قرار گرفته است. اما

زمانی که نگاهی به سوددهی کمپانی‌ها داشته باشیم، اپل در جایگاه اول قرار دارد. آل‌مارت با وجود رتبه اول در درآمدزایی، در سوددهی آمریکاکی که لیست Fortune ۵۰۰ نام گرفته است، جایگاه هفدهم قرار دارد. حال آنکه اپل با سود ۱۳۶ میلیارد دلاری برای یک سال در جایگاه هفدهم قرار دارد.
میلارد دلار در مکان اول قرار گرفته است. بیش از یک دهه است که اپل با محصولات خود شکل استفاده از گجت‌های دیجیتال در دنیای فناوری را تغییر می‌دهد. این کمپانی ابتدا با آی‌پاد، گوش‌دادن به موسیقی را وارد مرحله جدیدی کرد و سپس در سال ۲۰۰۷ با زونماینی از آی‌فون، انقلابی در دنیای گوشی‌های هوشمند ایجاد کرد.

کوپرتینووی‌ها با اتکا به روزرسانی‌های آی‌فون در کنار رونمایی از محصولاتی نظیر آی‌پد و آی‌پل واچ، موفق شده‌اند به چنین سوددهی دست یابند. اما کاهش رشد فروش آی‌فون این کمپانی را به تغییر مسیر مجاب کرده است.

فورچون در گزارش جدید خود اپل را به‌عنوان سودآورترین کمپانی جهان برگزیده است. این برای دومین سال متوالی است که اپل به‌عنوان سودآورترین کمپانی از نظر فورچون انتخاب می‌شود.
فورچون در حالی اپل را انتخاب کرده است که کوپرتینووی‌ها در لیست Global Fortune ۵۰۰ فورچون، در رتبه نهم قرار دارند. به گزارش زومیت، فورچون بیشتر با رده‌بندی کمپانی‌های آمریکایی که لیست Fortune ۵۰۰ نام گرفته است، شناخته می‌شود. این در پی یافتن یک مدیرعامل جدید انتخاب‌شده برای اوپر می‌تواند با تغییر اوضاع، همچنان کارکنان خود را حفظ و فضای جدید و جذابی برای کارکنانش ایجاد کند یا خیر؟
میر موفق نشد یاهو را از ورطه نابودی نجات دهد و به روزهای خود-خود بازگردد، به‌گونه‌ای دیگر است و او این کمپانی موفق شده و برای دومین سال عنوان بهترین کمپانی از نظر سوددهی را کسب کند. براساس آمار فورچون، درآمد کوشی‌ای توسط شرکت ۵۰۰ برای سال مالی ۲۰۱۶ بوده است. مجموع ۵۰۰ کمپانی برتر جهان، ۲۷۷ تریلیون دلار است که ۱۵ تریلیون از این میزان درآمد، متعلق به اپل است.
میر موفق شده‌اند به چنین سوددهی دست یابند. اما کاهش از نظر فورچون طی سال ۲۰۱۶، بیش از ۶۷ میلیون نفر کارمند داشته‌اند. این





تأثیر برندسازی کارفرما بر جذب استعدادها

با رشد و توسعه اقتصادی، نگرانی مدیران نسبت به کشف و پرورش بهترین استعدادها و مهارت‌ها برای نیل به اهداف‌شان و به عبارت دیگر برندسازی کارفرما افزایش می‌یابد. برندسازی کارفرمایان در واقع به معنی تصویری است که دیگران از یک سازمان دارند، سازمان‌هایی که بتوانند برندسازی کارفرمای قدرتمندی خلق کنند، به‌عنوان سازمانی شناخته خواهند شد که محیط و شرایط شغلی مطلوبی را برای کارکنان خود رقم می‌زنند. نظرسنجی‌های مختلف نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۵ حدود ۳۶ درصد از کارفرمایان عدم وجود استعدادها و مهارت‌های کافی را گزارش کرده‌اند که این رقم نسبت به سال ۲۰۰۷ و بعد از آن افزایش چشمگیری داشته است. با این اوضاع، شرکت‌ها چگونه می‌توانند در این رقابت پیروز شده و بهترین استعدادها و توانایی‌ها را کشف کرده و پرورش دهند؟ مهم‌ترین اصل و کارآمدترین آن، تمرکز رهبران و مدیران بر تقویت برندسازی کارفرماست. واژه برندسازی کارفرما نخستین بار در سال ۱۹۹۰ ابداع شد. برندسازی کارفرما شهرت یک سازمان و شرکت را وابسته به کارفرمای آن نشان می‌دهد، نه شهرت کلی خود سازمان و ایجاد برندسازی قوی کارفرمایان حوزه‌ای است که در سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۸ مورد توجه بسیاری از شرکت‌ها و کارفرمایان بوده است؛ درست زمانی که رقابت رو به رشد بر سر کشف و پرورش استعدادها منجر به بهبود جایگاه کارمندان و باعث افزایش همکاری بین کارمندان و مشتریان شد. دنیا به سرعت در حال تغییر است و امروز شبکه‌های اجتماعی و وسایل ارتباط جمعی بیش از پیش در دسترس مردم است. همین تغییرات، باعث شده است نوع ارتباط شرکت‌ها و برندها با مردم شفاف‌تر از قبل باشد. در واقع مردم دیگر صرفاً از روی صحبت‌های کارمندان یک شرکت به شرکت یا محصول آن اعتماد نمی‌کنند، بلکه بیشتر به تبلیغات استعلامی‌های آن شرکت نگاه می‌کنند. این بدان معناست که امروزه جذب استعدادها و مهارت‌ها بیشتر از قبل به مشارکت کارکنان و حمایت از آنان وابسته است. برای پی بردن به نحوه تأثیرگذاری این تغییرات بر روند کاری سازمان‌ها و شرکت‌ها، بیش از ۲۰۰۰ مسئول ارشد اجرایی در ۱۸ کشور در سال ۲۰۱۴ مورد مصاحبه قرار گرفتند. این مسئولان بیشتر از بین مدیر عاملان و مسئولان بخش استعلامی شرکت‌ها انتخاب شده بودند. از مهم‌ترین نتایج این نظرسنجی این است که امروزه رهبران شرکت‌ها و سازمان‌ها بیشتر وظیفه اصلی برندسازی کارفرمایان را بر عهده مدیر عاملان و بازاریابان قرار می‌دهند تا مسئولان بخش استخدام نیرو. این تغییر، خود نشان‌دهنده این مطلب است که برندسازی کارفرمایان از جمله حوزه‌هایی است که اهمیت استراتژیک داشته و باید استراتژی‌های خاصی آن در نظر گرفته شود. در این‌صاحبه، از شرکت‌کنندگان در مورد اهداف آتی برندسازی کارفرمایان سوال شد. حدود ۴۰ درصد از شرکت‌کنندگان هدف اصلی این طرح را تضمین نیازهای استخدام نیروی شرکت در بلندمدت عنوان کردند و ۳۱ درصد نیز برندسازی کارفرمایان را در ایجاد شهرت جهانی برای برند خود مؤثر ندانستند. البته عدم توانایی و اعتماد به نفس کافی در بخش مدیریت منابع انسانی را می‌توان یکی از دلایل مهم تغییر این‌گونه مسئولیت‌ها دانست. بازاریابی نیز از عوامل مهم دیگر در شکل‌گیری برندسازی کارفرما به شمار می‌آید. از آنجا که شبکه‌های اجتماعی و وسایل ارتباط جمعی محبوبیت هر برند را از دیدگاه مشتری نیز بررسی می‌کنند، گروه‌های مشکل از مشتریان یک برند نیز نقش مهمی در شکل‌گیری برندسازی کارفرما ایفا می‌کنند. بسیاری از شرکت‌ها امروزه روی کیفیت و زمانی که کارمندان خود برای بازاریابی مشتریان به آنها اختصاص می‌دهند، توجه بیشتری دارند که این خود منجر به افزایش قضاوت در مورد یک کارفرما می‌شود. با توجه به اهمیت برندسازی کارفرمایان، می‌توان گفت همه آنها به دنبال روش‌هایی برای برندسازی مستحکم‌تر هستند. از بین افراد مصاحبه شده، ۶۱ درصد تمایل به ارزش‌گذاری بالاتر برای کارمندان خود دارند و دیگران نیز معتقدند باید از نقش رسانه برای برندسازی حداکثر استفاده را برد. با توجه به علایم روشنی که حاکی از افزایش رقابت بر سر استعدادها و توانایی‌هاست، بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها به‌طور جدی روی برندسازی کارفرمایان سرمایه‌گذاری کرده‌اند. با توجه به مطالعات و بررسی‌های انجام شده در ارزیابی مؤثر بودن استراتژی‌های اتخاذی توسط شرکت‌های مختلف، اقدامات زیر برای برندسازی به کارفرمایان توصیه می‌شود: - شهرت، محبوبیت و وضعیت فعلی برند خود را از طریق برگزاری نظرسنجی و انجام تحقیقات در بین مخاطبان هدف خود ارزیابی کنید. - مشخص کنید دوست دارید به‌عنوان یک کارفرما چگونه دیده شوید؛ این کار را از طریق انجام ارزیابی‌های واقع‌بینانه انجام داده و سپس نتایج حاصل را به ارزش‌گذاری‌های روشن در حیطه استخدام نیرو مبدل کنید. - در شبکه‌های اجتماعی فعال باشید تا بتوانید داستان‌های مربوط به کسب‌وکار و برند خود را با مشتریان در میان بگذارید و مشتریان را بیشتر با برند خود درگیر کنید. - مطمئن شوید هر اقدامی که در شرکت‌تان انجام می‌شود مطابق با اهداف شما در راستای برندسازی کارفرمایان است و هر اقدام نقش خود را در موفقیت شرکت شما به درستی ایفا می‌کند. با توجه به تغییرات دنیای اطراف ما و هوشمندتر شدن مردم، دیگر شرکت‌ها قادر نیستند با آگهی‌های استعلامی نیروهای کارآمد و ماهر را استخدام کنند و معتقدند برندها باید به برندسازی‌های مثبت روی آورند.

Ibazaryabi/ HBR

مشارکت و تبلیغ مشتریان، روشی جدید در حوزه بازاریابی



بسیاری از بازاریابان و برندها بر این باورند که داشتن فروشندگان زبردست و پرداخت حقوق‌های بالا منجر به افزایش فروش آنان می‌شود، اما باید به نقش پررنگ مشارکت و تبلیغ مشتریان به‌عنوان کسانی که از محصولات استفاده کرده و حاضر به تبلیغ کالای شما شده‌اند نیز توجه کرد. البته توانایی و مهارت شما در مبدل ساختن مشتریان خرسند به مبلغان و حامیان برندان نیز نکته دیگری است که نباید از آن غافل شد. با توجه به افزایش روزافزون نظرسنجی‌های اینترنتی و تحقیقات آنلاین، اهمیت و اثرگذاری مشتریان شما و نظرات مثبت‌شان روی تصمیمات دیگر خریداران چندین برابر شده است. با این حال، ماجرا به همین جا ختم نمی‌شود. کشف، پرورش و تشویق مشتریان خرسند برای ایجاد فرصت‌های فروش بیشتر برای محصولات یک برند همه و همه حوزه‌هایی است که در مشارکت و تبلیغ مشتریان به‌عنوان یک استراتژی بازاریابی جای کار دارد.

با این حال، چرا بیشتر سازمان‌ها و شرکت‌ها اکثر توان و هزینه خود را برای پیروزی در یک تجارت صرف می‌کنند؟ این‌گونه به نظر می‌رسد که این شرکت‌ها روش صحیح برای استفاده از مشارکت و تبلیغ مشتریان در افزایش محبوبیت برند خود را نمی‌دانند. از سوی دیگر ممکن است تیم کاری آنها به خوبی برای استفاده از نقش مشتریان در بازاریابی آموزش ندیده یا اهداف کاری آنها همسو با این استراتژی نیست. حتی ممکن است برخی از شرکت‌ها هنوز مشتریان حقیقی و وفادار خود را به خوبی نشناخته باشند.

برای پی بردن به دلایل عدم موفقیت در استفاده از مشارکت و تبلیغ مشتریان در بازاریابی و عدم سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی کافی در این حوزه و در نهایت حل این مشکلات تا پایان این نوشته با ما همراه باشید.

چگونه مشارکت و تبلیغ مشتریان باعث افزایش درآمد یک شرکت خواهد شد؟
اکثر شرکت‌ها و برندها معمولاً بر محور بازاریابی و فروش هستند، اما به راستی چرا شرکت‌ها تلاش نمی‌کنند مشتری‌محور باشند؟ حقیقت این است که هر شرکت بخش‌های مختلف برای ارتباط با مشتری داشته و هر بخش با توجه به نوع برخورد

خود، تأثیر خاص خود را که معمولاً ماندگار است، روی مشتری خواهد داشت. لذا امروزه بسیاری از متخصصین حوزه بازاریابی بر این باورند که فرهنگ سازمانی هر شرکت پارامتر بسیاری مهمی به حساب می‌آید، لذا ممکن است تلاش یک شرکت برای مشتری‌محور بودن صرفاً یک شعار به نظر برسد. براساس تجرب شرکت‌های بزرگ، هر مشتری به دو روش می‌تواند روی درآمد یک شرکت اثر بگذارد؛ اول اینکه وجود مشتریان برای حفظ درآمد فعلی شرکت حیاتی است و دوم اینکه مشتریان تضمین‌کننده درآمدهای آتی هر شرکت هستند. در مورد تأثیر مشتریان روی مورد اول، پاسخ واضح است: تا زمانی که شما مشتریان خرسند و در نتیجه وفادار نداشته باشید، درآمدی نیز نخواهید داشت. همچنین، براساس نظرسنجی‌های انجام شده حدود ۵۰ درصد از شرکت‌کنندگان معتقدند هنگامی که یک برند در کمپین‌های مختلف حضور داشته و با مشتریان ارتباط برقرار کرده است، بازده فروش بالاتری نیز داشته است.

تغییرات متعدد در مدل‌ها و روش‌های بازاریابی امروزه قدرت را از فروشندگان به مشتریان انتقال داده است. به‌طور کلی، امروزه باید انتظار تعهد و وفاداری کمتری از سوی مشتری داشت، زیرا اگر مشتری به آن چیزی که انتظار دارد نرسد، به راحتی و حتی به ارزانی‌نیاز خود را از سوی شرکت دیگری تأمین می‌کند. به همین دلیل است که تجارب مشتریان امروزه وزن سنگینی در رقابت بین برندها به شمار می‌آید.

فراموش نکنید که مشتریان امروزه هم می‌توانند صدای خود را به گوش دیگران برسانند و هم حق انتخاب دارند. تنها توجه به همین نکته می‌تواند به راحتی نقش و اهمیت مشارکت و تبلیغ مشتریان را روشن کند. همچنین، مشتریان راضی و خوشحال به فروشندگان توصیه می‌کنند با مشتریان خاصی کار کرده و به‌طور مداوم روند فروش کالا به آنها و فیدبک‌های دریافتی را بررسی کنند. در واقع، مشتریان باید بین فروشندگان مشخصی تقسیم شوند تا هر فروشنده خود را مسئول گروهی از مشتریان بداند و نسبت به نظرات و تجارب آنها اقدامات مناسب را انجام دهد. مزیت دیگر این استراتژی این است که هر فروشنده با انتظارات مشتری نیز آشناست.

به فروشندگان توصیه می‌کنند با مشتریان مشخصی کار کرده و به‌طور مداوم روند فروش کالا به آنها و فیدبک‌های دریافتی را بررسی کنند. در واقع، مشتریان باید بین فروشندگان مشخصی تقسیم شوند تا هر فروشنده خود را مسئول گروهی از مشتریان بداند و نسبت به نظرات و تجارب آنها اقدامات مناسب را انجام دهد. مزیت دیگر این استراتژی این است که هر فروشنده با انتظارات مشتری نیز آشناست.

Ibazaryabi/ Inc



آگهی شرکت کارایی Jobsintown - شعار: زندگی کوتاه‌تر از آن است که بخواهی شغل اشتباهی برای خودت انتخاب کنی.



نقش روابط عمومی در موفقیت کسب‌وکار

مترجم: امیر آل علی



بدون هیچ‌گونه شک، روابط عمومی چیزی فراتر از تنظیم کردن و ارسال مطالب و مقالات به روزنامه‌ها و رسانه‌های عمومی یا پست گذاشتن اعلان‌های مطبوعاتی است.

حوزه گسترده روابط عمومی چندین فعالیت مرتبط را دربرمی‌گیرد که هدف اصلی همه آنها انتقال پیام‌هایی خاص با هدف مشخص است.

مسئولیت مدیریت روابط بین شرکت و همه مخاطبان عام، به عهده خود شما خواهد بود. روابط عمومی یکی از آن ارکانی است که می‌تواند با کمترین هزینه و کمترین زمان ممکن کسب‌وکارهایی را که نوآورانه هستند و جنبه‌های ازهم‌گسیختگی دارند مورد پوشش قرار دهد. عدم توجه به روابط عمومی در شرکت، در نهایت باعث خواهد شد تا از رسیدن به موفقیت‌های چشمگیر دور بمانید.

روابط عمومی مجموعه‌ای از اقدامات و کوشش‌های حساب‌شده‌ای است که هر سازمان برای برقراری ارتباط مؤثر و هدفمند با گروه‌هایی که با سازمان در ارتباطند انجام می‌دهد.

روابط عمومی یکی از مهم‌ترین قسمت‌های هر مجموعه فعال در عرصه تجارت به شمار می‌رود. این در شرایطی است که معمولاً اهمیت این بخش به فراموشی سپرده شده و کمپانی‌ها صرفاً روی رشد اقتصادی خود متمرکز می‌شوند.

حال آنکه صاحبان صنایع و شرکت‌های بزرگ به صراحت اذعان می‌کنند رویکرد نادرست به بخش روابط عمومی و تلاش برای تقویت آن، یکی از قاتلان فرصت‌های بزرگ کسب‌وکار آنها محسوب می‌شود.

امروزه در شرکت‌های مدرن جهان همانند گوگل یا اپل می‌توانید پویاترین بخش مجموعه را در قسمت روابط عمومی آن بیابید.

برنامه‌ریزی دقیق، استفاده از نیروی‌های متخصص به‌ویژه در حوزه روانشناسی و همچنین بهره‌برداری از دانش روز در حوزه علوم اجتماعی منته به ایجاد تیم‌هایی قدرتمند در قسمت روابط عمومی این شرکت‌ها شده است.

در رابطه با مزایای روابط عمومی نسبت به تبلیغات، می‌توان بیان کرد که برای چاپ شدن یا نمایش پیام تبلیغاتی باید مبلغ قابل‌توجهی بپردازید ولی اگر از روابط عمومی استفاده کنید، نیاز به پرداخت هیچ پولی نیست و نوسبسته با گزارشگر بدون دریافت مبلغ درباره شما کسب‌وکاران و محصولات‌تان مطلب می‌نویسد، درواقع او خودش به‌دنبال اطلاعاتی بوده و با کسب‌وکار شما آشنا شده است.

تأثیر روابط عمومی بسیار بیشتر از تبلیغات است. زمان اثرگذاری و ماندگاری روابط عمومی بسیار بیشتر از تبلیغات است و می‌تواند تا مدت‌ها بر میزان فروش شما تأثیر بگذارد. در این تعریف روابط عمومی همان رسانه‌ها در نظر گرفته می‌شوند.

توصیه‌های حرفه‌ای از مدیران موفق

- مردم درباره آنچه می‌بینند حرف می‌زنند. آنها هرچه را بیشتر در مقابل خود ببینند بیشتر به آن اهمیت می‌دهند.

اگر بیشتر به مسائل تجاری اهمیت دهند، در این‌باره بیشتر صحبت خواهند کرد و ذهن‌شان بیشتر درگیر این دست مسائل خواهد بود و در شبکه‌های اجتماعی خود نیز این قبیل مسائل را به اشتراک خواهند گذاشت، اما نمی‌دانند تمام این اتفاقاتی که رخ می‌دهند به دلیل به‌کارگیری تکنیک‌های روابط عمومی است.

روابط عمومی اغلب کم‌صدا است. کمپین‌های روابط عمومی بعد از مدت زمان بیشتری نتیجه‌بخش هستند و یک انجمن واقعی‌تر و پایدارتری تشکیل می‌دهند.

- روابط عمومی به شما کمک می‌کند تا در اذهان مخاطبان و سازمان‌ها اعتبار خود را کسب کنید. اخبار رسمی با احاطه به فعالیت سازمان‌ها و شرکت‌ها، به شما کمک خواهد کرد تا هرچه بیشتر در سطح انظار عمومی پدیدار شده و برند خود را در جایگاه مناسب جامعه جای دهید. درواقع ما با ابزارهای برندسازی و روابط عمومی شما را قادر خواهیم کرد علاوه بر کسب اعتبار، به کسب‌وکار خود رونق ببخشید.

- روابط عمومی یکی از بخش‌های کلیدی در شرکت‌هایی است که کسب‌وکار تجاری دارند. بیشتر روابط عمومی را به‌عنوان مبلغ می‌شناسند درحالی‌که روابط عمومی فراتر از همه این حرف‌هاست. بزرگی و کوچکی یک شرکت یا کسب‌وکار ربطی به وجود یا عدم روابط عمومی ندارد. برای رسیدن به موفقیت در کسب‌وکار، روابط عمومی نقش مهمی ایفا می‌کند.

کار تابل



اشتباهاتی که در زمان ارتباط با مشتریان تان انجام می‌دهید

آزادکاری (freeLance) در حال گسترش و محبوبیت روزافزون است. علاوه بر مهارت و تخصص، احترام و تعامل سازنده با مشتری شرط اصلی موفقیت است.

مشتری‌مداری علاوه بر لذت از روند کار باعث رضایت مشتریان و تبلیغ آنها و در نتیجه موجب درآمد بیشتر شما می‌شود، اما تا زمانی که به اشتباهات رایج پی نبرده و از آنها اجتناب نکنید قادر به انجام چنین کاری نخواهید بود.

در اینجا به پنج اشتباه رایج آزادکارها در ارتباط با مشتریان خود می‌پردازیم.

۱- تفکر همیشه حق با مشتری است

اگر مسئله‌ای که مشتری شما در ارتباط با پروژه درخواست می‌کند ایده مناسبی نیست به آنها بگویید. شاید گمان کنید این موضوع ارتباطی به شما ندارد و وظیفه شما فقط تحویل پروژه است، اما اگر کارها خوب پیش نرود همه تقصیرها به گردن شما خواهد افتاد و این شما هستید که با از دست دادن مشتریان تاوان می‌دهید.

اما در این مواقع چه کار باید بکنید؟

زمانی را برای مشاوره به مشتری اختصاص دهید و با ارائه راه‌حل‌های جایگزین دلیل اشتباهاتش را به او توضیح دهید. این مسئله نه تنها موجب خرسندی آنها می‌شود، بلکه آنها در پایان سپاسگزار شما خواهند بود و نتیجه اینکه با تبلیغ شما به‌عنوان فرد قابل اعتماد، مشتری و سود بیشتری به ارمغان خواهند آورد.

۲- ناتوانی در بحث با مشتریان ناراضی و حل و فصل اختلافات

شما می‌توانید با تندی با مشتریان ناراضی یعنی همان‌هایی که با بی‌ادبی به شما می‌گویند چیزی که تحویل داده‌اید مطابق انتظارات آنها نبوده است، برخورد کنید اما باید قید سفارش دوباره را هم بزنید.

مطالعات نشان می‌دهد ۹۰ درصد مشتریانی که با تعهدات برآورده نشده مواجه شده‌اند، اگر سراغ بنگاه دیگری نروند با جدیت به این قضیه فکر می‌کنند. سعی کنید به قضیه از دید مشتری نگاه کنید.

علاوه بر از دست دادن پول و سرمایه مشتریان با مشکلات و دغدغه‌های دیگری نیز درگیر هستند. نگذارید آنها با این تفکر که در انتخاب شما اشتباه کرده‌اند از پیش‌تان بروند. اگر توقعی از شما دارند که مستلزم پرداخت بیشتری است، خاطر نشان کنید که در ابتدای قرارداد به آنها گفته بودید ولی اهمیتی نداده بودند و اگر در ابتدا به صورت شفاف بیان نکرده بودید، به تحویل پروژه و برآورد هزینه‌های احتمالی موکل کرده بوده‌اید احتمالا شما نیاز به صرف هزینه و زمان بیشتری داشته باشید.

ولی چیزی بهتر از مشتری راضی کسب‌وکار شما را بیمه نمی‌کند، مشتریان ناراضی خیلی بیشتر از تصورات شما می‌توانند مضر باشند.

۳- عدم ارتباط با مشتریان قدیمی به مدت طولانی

گمان نکنید کارتان با تحویل پروژه و پرداخت هزینه تمام شده است. گاهی با مشتریان در تماس باشید و درباره پروژه سوال کنید. خدا را چه دیدید شاید به مشکل برخورداند و تماس شما در زمان مناسبی همانند آبی روی آتش باشد.

حتی اگر به خدمات شما نیازی نداشته باشند، این تماس شما را در ذهن آنان زنده نگه داشته و در موارد مورد نیاز برای خود یا آشنایان به شما مراجعه می‌کنند.

۴- رودرپایستی با مشتری

آزادکاران به‌خصوص مبتدی‌ها به دلیل ترس از دست دادن مشتری، اغلب از رد درخواست‌های نامعقول هراس دارند.

این مسئله سرانجام موجب فرسودگی و دل‌زدگی آنها از شغل‌شان می‌شود. اگر مشتری شما درخواستی دارد که تمایلی به انجام آن ندارید (و البته قبلا موافقت نکرده‌اید) به هیچ وجه زیر بار نروید.

امکان دارد مقداری سود از دست برود، اما در عوض می‌توانید زمان فرسایشی آن مسئله را به تقویت مهارت‌های خود یا ارتباط با مشتریان قدیمی اختصاص دهید و ضرر را جبران کنید.

۵- آگاه نکردن مشتریان

مشتریان شما اهمیتی نمی‌دهند با چه روش و مهارتی پروژه را انجام داده‌اید. آنها فقط نتیجه نهایی را می‌بینند. به‌عنوان مثال اگر تایپيست هستید مشتری به ۲۰۰۰ کلمه‌ای که باید بنویسید اهمیت می‌دهد و از سایر مهارت‌های لازم از قبیل ویراستاری، اصول نگارش و... بی‌اطلاع است.

اگر می‌خواهید ارزش کارتان بالا برود و مشتریان بیشتر قدرتان شما باشند به آنها روند کاری را توضیح دهید و بفهمانید که در راستای تعهد به مشتری چه اصولی را رعایت کرده‌اید.

زومیت / FORBES

۵ نکته برای تبدیل شدن به یک میلیونر قبل از ۳۰ سالگی



نویسنده: seky\$ yhtomiT
ترجمه سارا کومرئی

امروزه بسیاری از مردم فکر می‌کنند ۲۰ سالگی زمانی است که باید برای مسائل مالی تلاش کنند. با این حال، لازم نیست که شروع کسب‌وکار محدود به سن خاصی باشد. در واقع راه‌هایی برای تبدیل شدن به یک میلیونر قبل از رسیدن به ۳۰ سالگی وجود دارد. اگر می‌خواهید در سن ۳۰ سالگی خود به یک میلیونر تبدیل شوید، در اینجا مهم‌ترین نکات برای رسیدن به موفقیت مالی فراتر از آن چیزی که ممکن است و آنچه هرگز به آن فکر نکرده‌اید ذکر شده است.

۱- صنایع سنتی را نادیده بگیرید

با انتخاب شغل‌هایی مانند وکالت و پزشکی در مسیری برای تبدیل شدن به یک میلیونر در ۲۰ سالگی خود نیستید. این حرفه‌ها نیازمند پرداختن به تحصیل هستند که هزینه و وقت زیادی برای آنها صرف می‌شود. در ادامه احتمالا باید بدهی‌های وام دانشجویی خود را تا ۳۰ سالگی یا حتی بعد از آن پرداخت کنید. علاوه بر این، افرادی که در این مشاغل مشغول به کار هستند اغلب سقف درآمد مشخصی دارند و قدم نهادن فراتر از آن سقف درآمدی برایشان کمی مشکل بوده و ممکن است هرگز به دنیای میلیونرها قدم نگذارند.

اما تمرکز بر صنایع جدید، مانند بازاریابی اینترنتی، در دنیای رسانه‌های اجتماعی امروز می‌تواند شما را به یک میلیونر تبدیل کند. شغل‌هایی مانند بازاریابی اینترنتی، که سقف درآمدی ندارند و نیازی به آموزش یا تحصیل زیادی نیز ندارند برای تبدیل شدن به یک میلیونر راه‌های مناسبی هستند و همچنین توازن بین هزینه آموزش و کسب درآمد نیز برای این کارها مناسب است.

۲- روی کسب سرمایه میلیونی متمرکز نشوید

اگر تمرکز شما روی ایجاد سرمایه میلیونی یا اینکه روی مقدار سرمایه‌ای که می‌توانید از یک سرمایه‌گذاری کسب کنید، باشد، ممکن است به موفقیت دست پیدا نکنید زیرا در وهله اول باید روی ایجاد بهترین محصولی که می‌توانید راه‌اندازی کنید تمرکز داشته باشید. علاوه بر این، اگر محصول یا خدماتی را به صورت عمومی در اختیار عموم مردم قرار دهید بهترین محصول در نوع خود باشد، همین موضوع باعث می‌شود در نهایت میلیون‌ها دلار درآمدهای شما درآمدهای کسب کنید و قطعاً برای ارائه خدمات یا تولید محصولات خود را نیز تحسین خواهید کرد و سرانجام

پاداش‌هایی برای این نوع کار سخت دریافت می‌کنید، بنابراین برای ایجاد بهترین محصول و خدمات ممکن آموزش می‌دهیم و سخت تلاش می‌کنیم تا بهترین فردی باشیم که توانایی و قابلیت‌هایش را داریم.

۴- مایل باشید که برای دستیابی به موفقیت چیزهایی را قربانی کنید

شما باید در زندگی برای تبدیل شدن به یک میلیونر قبل از ۳۰ سالگی چیزهایی را قربانی کنید تا بتوانید این سرمایه را در اوایل زندگی به دست آورید، بنابراین باید وقت کمتری را صرف دوستان کمتری را باید حرفه و شغل خود را اولویت اول زندگی خود قرار دهید و روابط‌تان با خانواده و دوستان را در اولویت‌های بعدی قرار دهید. در صورتی که بخواهید در کسب‌وکار اقتصادی خود با بهره‌گیری از خدمات و محصولات برتر میلیون‌ها دلار درآمد کسب کنید، باید اولویت اصلی شما فقط شغل‌تان باشد. هر کس می‌خواهد در کار و زندگی‌اش تعادل کامل داشته باشد، اما برای دستیابی به هدف‌تان که تبدیل شدن به یک میلیونر در اوایل زندگی است باید قبول کنید که این تعادل برای شما که در پی دستیابی به آن هدف هستید برقرار نمی‌تواند

۵- به آنچه علاقه‌مند هستید تمرکز و مشکل را حل کنید

برای اینکه خودتان در یک صنعت سرمایه‌گذاری کنید و سرمایه میلیونی به دست آورید، مطمئن باشید که به کسب‌وکاری که دوست دارید می‌پردازید و روی موضوعات مربوط به آن تمرکز می‌کنید. تمرکز بر آنچه مشتاق آن هستید نه تنها در راه‌اندازی یک صنعت لازم است، بلکه برای رفع یک مشکل در آن صنعت نیز ضروری است. اجازه ندهید مهارت‌های فنی شما را به عقب برگرداند و مانع پیشرفت‌تان شود. به یاد داشته باشید همواره می‌توانید مهارت‌های فنی کسب کنید. تنها چیزی که نمی‌توانید به آن دست پیدا کنید شور و شوق واقعی‌تان است، بنابراین صرف‌نظر از طرحی که انتخاب می‌کنید، مطمئن شوید ابتدا به آن علاقه‌مند و نیز مشتاق انجام دانش هستید. خودتان از تأثیر این شور و شوق واقعی در پیشرفت کسب‌وکار‌تان متعجب و شگفت‌زده می‌شوید، زیرا علاقه‌مندی و اشتیاق به کسب‌وکاری که به آن می‌پردازید شما را به هدف‌تان و رویای میلیونی‌ر شدن نزدیک‌تر می‌کند.

ارتباط با نویسنده: s.kiumarsi92@gmail.com
منبع: entrepreneur

بازاریابی خلاق

مشاوره بازاریابی اینستاگرام

این روزها بسیاری از کارآفرینان از طریق شبکه‌های اجتماعی درآمدزایی می‌کنند. یکی از محبوب‌ترین و پرسودترین شبکه‌های اجتماعی در حال حاضر اینستاگرام است. درباره اینستاگرام چیز زیادی نمی‌دانند و شرکت‌ها هم از این قاعده مستثنی نیستند، از این رو مشاوره بازاریابی اینستاگرام یکی از بهترین ایده‌های کسب و کار جدید محسوب می‌شود. افرادی که ساعت‌های زیادی صرف اینستاگرام می‌کنند ویژگی‌های آن را می‌شناسند و این ایده کسب و کار مختص آن‌ها است. مشاوره بازاریابی اینستاگرام از صفر ریال شروع می‌شود. تنها کاری که باید انجام دهید این است که بچرتان را در این شبکه اجتماعی نشان دهید.



ارتباط

بهبود عملکرد و مشکل بیان توصیه‌ها

ترجمه: علی آل علی

مدیریت یک سازمان دارای سطوح مختلف و پیچیده‌ای است. هر کدام از این لایه‌ها وظیفه خاصی را بر عهده داشته و براساس سلسله‌مراتب موجود ملزم به پاسخگویی در برابر مدیر بالادست‌شان هستند. در این ایده یکی از مشکلات اساسی مدیران عملیاتی را مورد بررسی قرار خواهیم داد. به‌عنوان مقدمه باید اشاره کنم که مدیران عملیاتی بیشترین تعداد مدیران یک سازمان را تشکیل داده و به‌طور مستقیم با کارمندان در ارتباط هستند. بر این اساس یکی از وظایفی که برای این گروه تعریف شده است، تلاش در راستای بهبود عملکرد کارکنان است. برای نیل به این هدف راهکارهای مختلفی وجود دارد: جلسه‌های توجیهی، کارگاه‌های آموزشی، کارآموزی، ماموریت آموزشی در بخش‌های دیگر و از همه مهم‌تر توصیه رودرو. مورد اخیر در مرحله اجرا با مشکلاتی چند مواجه است. عمده‌ترین این مشکلات عدم علاقه کارمندان نسبت به توصیه و عیب‌یابی مدیران است. در هر حال همه ما از مورد نقد، نصیحت و توجیه قرار گرفتن بیزار هستیم. بر همین اساس باید از بین محبوبیت میان کارمندان و چشم‌پوشی از وظیفه اصلاح عملکرد و منفور بودن بین کارمندان و ارائه توصیه‌های اصلاحی یکی را انتخاب کرد. هر مدیری بسته به روحیاتش یکی از گزینه‌های پیش‌رو را انتخاب کرده و به تعامل با کارمندان می‌پردازد.

اگرچه راهکارهای مذکور در سطر پیش به نظر تنها راه‌حل‌های ممکن می‌رسند، با این حال اگر راهی وجود داشت که انتقاد از کارمندان و حفظ محبوبیت را ترکیب می‌کرد، بهترین گزینه ممکن بود. در این ایده قصد دارم چنین ایده‌ای را از نقطه‌نظرهای مختلف مورد بررسی و آزمایش قرار دهم. بدیهی است که در جریان ایده بیشتر از تجربیات افراد مشهور استفاده خواهد شد.

الن بنت، نویسنده و بازیگر مشهور انگلیسی در کتاب زندگی‌نامه‌اش به نکات جالبی در مورد تعامل هر یک از گروه‌های موسیقی و بازیگری پرداخته است. در واقع الن تجربه همکاری با هر کدام از این گروه‌ها را در دوره زندگی هنری‌اش داشته است. بر این اساس وی با یک جمله جالب بحث را شروع می‌کند: «هنگامی که با یک گروه موسیقی همکاری داشتم، تمرین‌ها در سالن‌های خالی و با حضور اغلب نوازنده‌ها انجام می‌شد. در این میان آنچه توجه من را به خود جلب کرد، شیوه جالب اهالی موسیقی برای بهبود نوازندگی‌شان بود. این روش عبارت است از عیب‌یابی افراد به صورت رودرو. در واقع پس از هر تمرین نوازندگان دور یکدیگر جمع شده و به ایرادات یکدیگر اشاره می‌کردند. نتیجه این فعالیت بهبود تدریجی عملکرد نوازندگان در طول زمان است.»

هنگامی که بنت چندی بعد در ساخت یک فیلم سینمایی به‌عنوان نویسنده حضور یافت، شاهد عدم کارایی شیوه اهالی موسیقی در دنیای سینما بود: «طبق عادت به عیب‌یابی یکی از بازیگران پرداختم. آنچه نسبت به آن آگاهی نداشتم، عدم انتقادپذیری بازیگران به شیوه من بود. در واقع بازیگران از انتقاد هیچ فردی به جز کارگردان استقبال نمی‌کنند. به این اساس به تدریج یاد گرفتم که توصیه‌ام را به کارگردان منتقل کرده و منتظر بهبود عملکرد بازیگران از طریق توصیه کارگردان باشم.» چنین تفاوتی نویسنده مشهور انگلیسی را به این نتیجه رساند که تلاش برای بهبود عملکرد هر گروهی نیازمند آگاهی از قواعد عرفی آن صنف است.

به همین ترتیب سرمربی مشهور تیم منچستر یونایتد هم شیوه مخصوصی را برای تعامل با بازیکنان مستطیل سبز پیاده کرد. از آنجا که اغلب اوقات مربی‌های تیم با بازیکنان در ارتباط بودند، توصیه‌های مختلف نیز به واسطه این مربیان از فرگوسن به بازیکنان منتقل می‌شد. یکی از مربی‌های این تیم در مورد چنین ایده‌ای نظر جالبی دارد: «فرگوسن کمتر با بازیکنان درباره مسائل فنی صحبت می‌کرد. نقش وی بیشتر در طراحی تکنیک‌ها و حضور در تمرین‌ها خلاصه می‌شد. اگر توصیه فنی قرار بود ارائه شود، فرگوسن آن را به یکی از مربی‌ها منتقل می‌کرد و وی مامور صحبت با بازیکن موردنظر بود. این شیوه به دلیل ارتباط روانی نزدیک‌تر مربیان با بازیکنان در پذیرش توصیه‌ها نقش مؤثری را ایفا می‌کرد. البته اگر تمرین به خوبی پیش نمی‌رفت، مربیان مورد خشم فرگی قرار می‌گرفتند. آن لحظات یکی از وحشتناک‌ترین تجربیات دوران حرفه‌ای همه ما محسوب می‌شود.» سرمربی محبوب تیم منچستر از شیوه‌ای استفاده کرد که با روحیات بازیکنان سازگاری دارد. بر این اساس هم توصیه‌ها به بازیکنان منتقل می‌شود و هم جایگاه سرمربی حفظ خواهد شد. در دنیای کسب‌وکار نیز شرایط به همین ترتیب است. گاهی لازم است مانند گروه‌های موسیقی توصیه‌ها به‌طور مستقیم ارائه شود، گاهی با واسطه. این انتخاب بستگی به سلیقه و روحیات کارمندان خواهد داشت. با این حال به یاد داشته باشید که توصیه‌ها باید ارائه شوند و تغییر شیوه به معنای صرف‌نظر از توصیه‌ها نیست.

۳ راه برای رشد طبیعی کسب و کار

گاهی اوقات راه‌حل‌های رشد یک کسب‌وکار بدیهی به نظر می‌رسند؛ در صورتی که همین راه‌حل‌های پیش پا افتاده می‌توانند موفقیت زیادی برای شما داشته باشند. ساختن یک کسب‌وکار موفق نیازمند تمرکز دقیق و هدفمند است. هر کارآفرینی دوست دارد که کسب‌وکار خودش را گسترش دهد، اما تمرکز روی موضوعات نامناسب مانع از رشد مورد نظر آنها می‌شود. شما می‌توانید تمرکز خود را روی رشد تمام موضوعاتی که می‌خواهید بگذارید، اما بدون پیدا کردن راهی برای افزایش ارزش‌ها، رشد شما بسیار آهسته خواهد بود. به‌عنوان مثال شرکت آمازون را در نظر بگیرید. آنها به‌طور مداوم در حال پیدا کردن راه‌هایی برای ارزش دادن به مشتری‌های خود هستند. ارائه خدمات متنوع برای تحویل کالا به مشتری‌ها یکی از مواردی است که این فروشگاه اینترنتی را از دیگران متمایز کرده است. این ارزش‌ها می‌توانند برای هر کسب‌وکاری استفاده شده و باعث پیشرفت شوند. در ادامه این مقاله زومیت به بررسی سه راهی می‌پردازیم که رشد طبیعی کسب‌وکارها در همه صنایع را بالا می‌برند.

۱- برای موفقیت و رضایت مشتری‌ها تلاش کنید به‌عنوان مثال یک شرکت بازاریابی دیجیتال به نام SaonMedia در صنعت موسیقی را در نظر بگیرید. افرادی که به این شرکت مراجعه می‌کنند عاشق ساختن موسیقی و اجرا کردن هستند. هدف این شرکت این است که برای موفقیت افراد تلاش کرده و به آنها کمک کند که در این صنعت پر از رقابت دوام بیاورند. هر کدام از مشتری‌های این شرکت صدا و شخصیت منحصر‌به‌فردی دارند و کمپین‌های تبلیغاتی نیز با تمرکز روی این موضوع برگزار می‌شوند. ساون‌مدیا با کمک کردن به خواننده‌ها در انجام کار مورد علاقه‌شان مشتری‌های بیشتری جذب می‌کند و روابط خود را در این صنعت قوی‌تر می‌کند.

این رویکرد در تمام کسب‌وکارها مانند بازاریابی آنلاین و حفظ زیبایی و سلامتی مصرف‌کنندگان جواب می‌دهد. به‌عنوان مثال یک ابزار حسابداری آنلاین به دیگران کمک می‌کند که بهره‌وری خود را بالا برده و در نتیجه موفق‌تر باشند. همچنین یک برند تولید سفیدکننده دندان نیز به مشتری‌ها کمک می‌کند تا دندان‌های زیباتری داشته باشند و از این موضوع خوشحال شوند.

۲- نوآوری بیشتری نسبت به رقبا داشته باشید شرکت SaonMedia در حال حاضر روی توزیع دیجیتال و خرده‌فروشی موبایل تمرکز کرده است. آنها در ابتدا موسیقی را تنها به چند خرده‌فروشی عرضه می‌کردند، اما بعد از امضای قرارداد با یکی از توزیع‌کننده‌های بزرگ تبدیل به یکی از اصلی‌ترین پخش‌کننده‌ها در صنعت موسیقی شدند. این شرکت تحقیقات زیاد و دقیقی انجام داد تا متوجه شد که توزیع کردن موسیقی برای یک هنرمند کافی نیست. آنها متوجه شدند که بازاریابی محتوا و تبلیغات باعث تعامل خوبی میان هنرمندان و طرفداران‌شان می‌شود. در نتیجه پلتفرمی را برای هنرمندان توسعه دادند که بتوانند برای موسیقی خود بهتر تبلیغ کنند. این شرکت در حال حاضر پلتفرم‌های مختلف بازاریابی مانند موسیقی، ویدئو، محتوا و اجرا در رادیو را برای تمام هنرمندان مستقل مهیا کرده است. این رویکرد به آنها اجازه می‌دهد که به جای همکاری با چند شرکت، تنها روی همکاری با یک شرکت متخصص تمرکز کنند.

۳- از رقبای خود سبقت بگیرید

شرکت SaonMedia پلتفرم کاملا جدیدی برای بازاریابی موسیقی هنرمندان مستقل ارائه داد. این پلتفرم در نوع خود جدید بود و رقبا قبلا هرگز به آن فکر نکرده بودند. آنها معتقد بودند که یک استراتژی مستقیم برای مصرف‌کننده، کلید اصلی موفقیت در بازار است. بنابراین این موضوع را در اولویت قرار دادند تا مشتری‌های‌شان بتوانند در یک صنعت پر رقابت به موفقیت برسند.

بسیاری از طرح‌هایی که شرکت آمازون برای تحویل کالا به مشتری ارائه می‌دهد نیز دارای ایده‌های نوآورانه بوده و همین موضوع باعث موفقیت آنها شده است. البته شرکت‌های بزرگ نیز مطمئنا از این روش‌ها برای توسعه خود تقلید می‌کنند. اما این باعث نمی‌شود که تلاش‌های شرکت آمازون بی‌نتیجه بماند. رشد طبیعی کسب‌وکار یعنی یک شرکت باید بتواند به‌طور مداوم راهکارهای بازرششی ارائه دهد که در هیچ جای دیگری استفاده نشده باشند. یکی از بهترین راه‌ها برای ارائه ایده‌های جدید، نظرسنجی کردن از مشتری‌های فعلی است. از آنها بپرسید که چگونه می‌توانید ارزش‌های بیشتری به آنها ارائه دهید. سپس پاسخ آنها را تحلیل کرده و راه‌حل مناسبی برای این موضوع ارائه دهید.

زومیت/ENTREPRENEUR

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی-اقتصادی

شنبه ۳۱ تیر ۱۳۹۶ شماره ۸۳۶ صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت همپین توزیع، نشر گستر امروز
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعداز مشاهیر، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۰۲۱-۸۶۰۷۳۱۲۰-۸۶۰۷۳۱۲۲

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱۶۲، رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست.

سایت: WWW.FORSATNET.IR

ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

ارزان‌ترین موبایل هوشمند نوکیا در راه است



این محصول اقتصادی در دست نیست، اما از اسنپدراگون ۲۱۲ یا ۲۱۰ به‌عنوان چپیست احتمالی قدرت‌دهنده به Nokia 2 یاد می‌شود. همانطور که می‌توان حدس زد، پایین رده بودن این موبایل به معنی حذف برخی قابلیت‌ها خواهد بود. از جمله مهم‌ترین این موارد می‌توان به نبود سنسور اثر انگشت اشاره کرد. نکته جالب تصویر بالا این است که ظاهرا دکمه‌های ناوبری در نوکیا 2 به درون نمایشگر منتقل شده

در حالی که کاربران انتظار رونمایی از Nokia 8 به‌عنوان قدرتمندترین موبایل برند محبوب نوکیا را می‌کشند، نخستین تصاویر از ارزان‌ترین موبایل این شرکت یعنی Nokia 2 به فضای مجازی راه یافته است. به گزارش دیجیاتو، طبق شنیده‌ها مدل Nokia 2 پایین‌ترین قیمت را در میان تمام موبایل‌های تولیدی نوکیا در سال جاری خواهد داشت، هنوز اطلاعات دقیقی در خصوص سخت‌افزار به کار رفته در

برای مطالعه ۷۴۲ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: من به تازگی مدیر فروش یک شرکت تولیدی شدم. دوست دارم در مدیریت پیشرفت کنم؛ شما چه پیشنهادهایی دارید؟

پیشرفت در مدیریت

پاسخ کارشناس: اگر تاکنون کارمند شرکت بودید و به

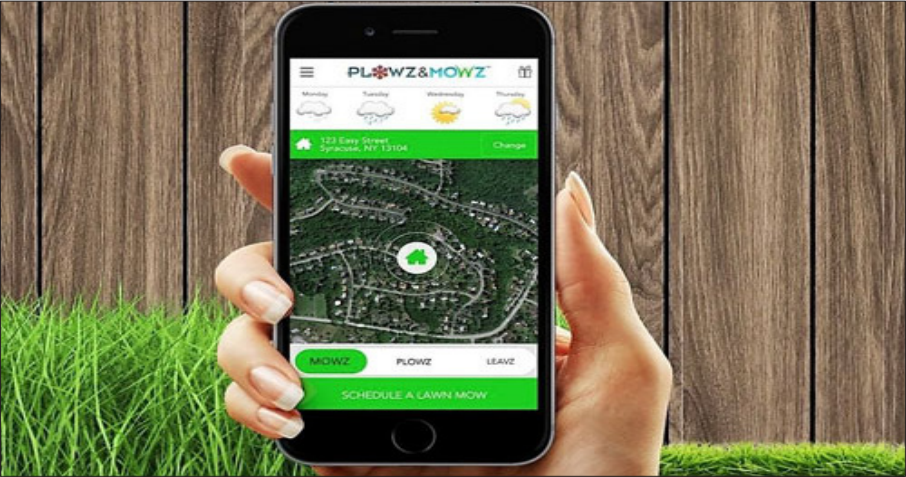
تازگی مدیر فروش شدید باید به شما تبریک بگویم، چراکه توانایی‌های شما موجب شد تا مدیران ارشد شما را برای مدیریت فروش انتخاب کنند. برای پیشرفت علاوه بر دانش آموختن در دانشگاه و مدارس کسب‌وکار باید مهارت‌هایی را بیاموزید اول از همه مسئولیت‌پذیر باشید. شما در برابر همه کارها و فعالیت‌ها و شکست‌های احتمالی مسئول هستید و قبول کردن این مسئولیت می‌تواند نشان‌دهنده اعتماد به نفس شما در امر مدیریت باشد. دوم اینکه به همکاران خود اعتماد داشته باشید و هیچ وقت از پیش قضاوت نکنید. اگر کارمند شما اشتباهی مرتکب شد او را سرزنش نکنید، بلکه سعی کنید راه حلی برای آن پیدا کنید. نکته سوم اینکه روحیه انتقادپذیر داشته باشید. اگر کارمندان از شما انتقاد کردند عصبانی نشوید، سعی کنید با مدارا نقد دیگران را

مدرسه مدیریت

ایجاد یک نام تجاری بزرگ از طریق محتواهای ویدئویی

ویدئو قرار دهید، بلکه باید در مورد کیفیت ویدئو فکر و توجه کنید که روشنایی و کیفیت صدای شما چگونه است؟ آیا تصویر مبهم است؟ بنابراین اگر شما در ویدئوی خود به ایده خاصی می‌پردازید، ممکن است فکر کنید که این موارد به اندازه خود محتوا مهم نیست، اما باید بدانید که تمامی این موارد مهم است، زیرا اگر ویدئویی را با صدا و روشنایی خوب ایجاد کنید، مخاطبان شما برای مدت بیشتری به تماشای آن می‌نشینند و به شما فرصتی برای نشان دادن آنچه در مورد محتوای شما بسیار ویژه است را می‌دهند. محتواها در دو شکل تولید می‌شوند. مدل ذهنی برای جذب بازدیدکننده است و دیگری لینک‌ها و اشتراک گذاری‌ها هستند. برای آنکه بازاریابی شما تا حد امکان مؤثر باشد فضایی ایجاد کنید

منبع: entrepreneur



معرفی استارت‌آپ

برف‌روبی به سبک برخط

نام شرکت: پلوزاند موز

Plowz & Mowz سرمایه‌گذاری

سرمایه‌گذار خطرپذیر: ۱.۵ میلیون دلار

چه کاری می‌کند؟ ترکیبی از مشاغل فصلی را که برای نگهداری خانه‌های بزرگ (ویلاها) لازم است یک جا و آنلاین تقاضا دهید.

چرا قرار است کارش بگیرد؟ برف‌روبی، چمن‌زنی، برگ‌روبی و... اینها کارهایی است که می‌توان امید داشت برای تقاضا و انجام درست آن از شبکه اینترنت بهره برد؛ تقاضا، اجرای درست کار و پرداخت، همگی به واسطه این اپ ممکن شده است.

تاکسی تلفنی

قبلا اروپا زندگی می‌کردید؟

پارسا امیری

کارشناس بازاریابی و فروش



ساعت سه باید تو فرودگاه بودم. چمدونم رو آماده کردم و لباسمو پوشیدم و به تاکسی تلفنی زنگ زدم. مردی مودب و موقر از پشت تلفن قبل از اینکه من چیزی بگم گفت: آقای امیری سلام روز شما به خیر، دستور بفرمایید در خدمت شما هستم. فهمیدم شماره‌ها تو کامپیوتر ثبت شده و هر وقت کسی زنگ می‌زنه اسم و آدرس هم میاد. واسه همین بلافاصله منو شناخت و به اسم صدا کرد. عرض کردم یک اتومبیل می‌خوام تا فرودگاه امام. با احترام پرسید: به روی چشم الان یک اتومبیل پژو ۴۰۵ سبز یشمی خدمت‌تون می‌فرستم. خداحافظی کردم و گوشی را گذاشتم. هنوز از در خونه بیرون نیومده بودم که صدای پیامک موبایلم توجه منو جلب کرد. نگاه کردم. تاکسی تلفنی محله ما بود. نوشته بود:

جناب امیری، با سلام، پژو سبز یشمی به شماره..... به رانندگی جناب آقای منصوری به سمت منزل شما حرکت کردند. هزینه شما تا فرودگاه امام مبلغ ۲۸۰۰۰ تومان است.

لیخندی زدم و تو دلم گفتم آفرین به این شیوه مشتری‌مداری.

تا برسم دم در، اتومبیل آمده بود. به محض اینکه درب حیاط را باز کردم مرد میانسانی سلام کرد و گفت: جناب امیری؟ گفتم: بله بفرمایید. گفت: من منصوری راننده آژانس در خدمت شما هستم اگر اجازه بفرمایید چمدون شما رو صندوق عقب بگذارم. تشکر کردم و چمدون را بهش دادم تا اوادم سوار بشم در اتومبیل را برام باز کرد و ایستاد تا من سوار شوم. تشرکی کردم و سوار شدم. اتومبیل پژو بسیار تمیز و خوش‌بوئی بود. آقای منصوری راننده آژانس وقتی سوار شد، گفت: اجازه می‌فرمایید حرکت کنم؟ با لیخند عرض کردم خواهش می‌کنم. چند دقیقه از حرکت ما نگذشته بود که آقای راننده رو به من کرد و گفت جناب امیری در اتومبیل من سه تا روزنامه است: روزنامه ورزشی، اقتصاد و اجتماعی اگر مایل باشید می‌تونید از این روزنامه‌ها استفاده کنید. گفتم خیلی متشکرم جناب منصوری. تا حرفم تموم شد، گفت: البته اگه مایل باشید می‌تونم رادیو اقتصاد، رادیو پیام، رادیو جوان یا رادیو فرهنگ را برای شما روشن کنم. گفتم آقای منصوری شما قبلا اروپا زندگی می‌کردید؟ نگاهی به من کرد و گفت: نه اروپا زندگی نمی‌کردم. می‌تونم بیرسم چرا این سوال را پرسیدید؟

گفتم: رفتارهای شما کاملا حرفه‌ای است و من تاکنون کمتر چنین رفتارهایی را از آژانس‌های تاکسی تلفنی مولات دیدم. رو کرد به من و گفت: آقای امیری عصر امروز عصر مشتری‌مداری است. کسی در بازار کسب‌وکار موفقه که بتوانه رضایت مشتری رو جلب کنه. ما برای مشتری کار می‌کنیم. پس در ایران هم می‌تونیم آداب کار کردن رو رعایت کنیم. در ادامه گفت: راستی عقب صندلی فلاسک آب گرم و چایی و نسکافه آماده هم هست اگر دوست دارید می‌تونید میل کنید. خیلی تشکر کردم و گفتم رفتارهای شما باید برای جامعه کسب‌وکار ما الگو باشه. بعد پرسیدم راستی چی شد که با اومدن مدیر جدید این همه آژانس تغییر کرد؟

نگاهی به من کرد و گفت: مدیریت آقا، مدیریت. شما با مدیریت می‌تونید دنیا رو آباد کنید. زمانی‌که آژانس ما به خاطر مشتری نداشتن داشت بسته می‌شد و چهار تا ماشین بیشتر نداشت جوانی اومد با مدیریتش همه چی رو عوض کرد و الان ۳۲ نفر تو آژانس ما دارن کار می‌کنند و هم مردم و هم راننده‌ها راضی‌اند. گفتم پس با اومدن اسنپ و تپسی مشتری‌های شما کم نشد. نگاهی بهم کرد و گفت: ابدا مشتری اگر رضایت داشته باشد همیشه مشتری خواهد بود. دیگه به فرودگاه رسیده بودیم. اتومبیل رو در جای مناسبی پارک کرد و پس از اینکه چمدون را از صندوق بیرون آورد کارت ویزیت آژانس رو به من داد. اون طرف کارت مشخصات و شماره خودش نوشته بود. از او خداحافظی کردم و به سمت فرودگاه رفتم. چند قدمی نرفته بودم که پیامکی از آژانس اومد و از من تشکر کرد که آژانس اون‌ها رو برای سفر داخل شهر انتخاب کردم و سفر خوشی برای من آرزو کرد. من در هواپیما تا رسیدن به مقصد به آداب کسب‌وکار در ایران فکر می‌کردم.