



توصیه اقتصاددانان به رئیس جمهور چیست؟

چالهای تازه پیش روی اقتصاد ایران

قریب به اتفاق اقتصاددانان، دو توصیه به حسن روحانی در آستانه تشکیل دوازدهمین دولت جمهوری اسلامی دارند؛ نخست، با توجه به اینکه ...

۲

بررسی ظرفیت‌های جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در ایران

پیش نیازهای رشد ۸ درصدی

۳

پیدا و پنهان عملکرد بانک مرکزی در ساماندهی موسسات مالی و اعتباری بدون مجوز

زخم موسسات غیرمجاز بر پیکره نظام بانکی ایران

۴



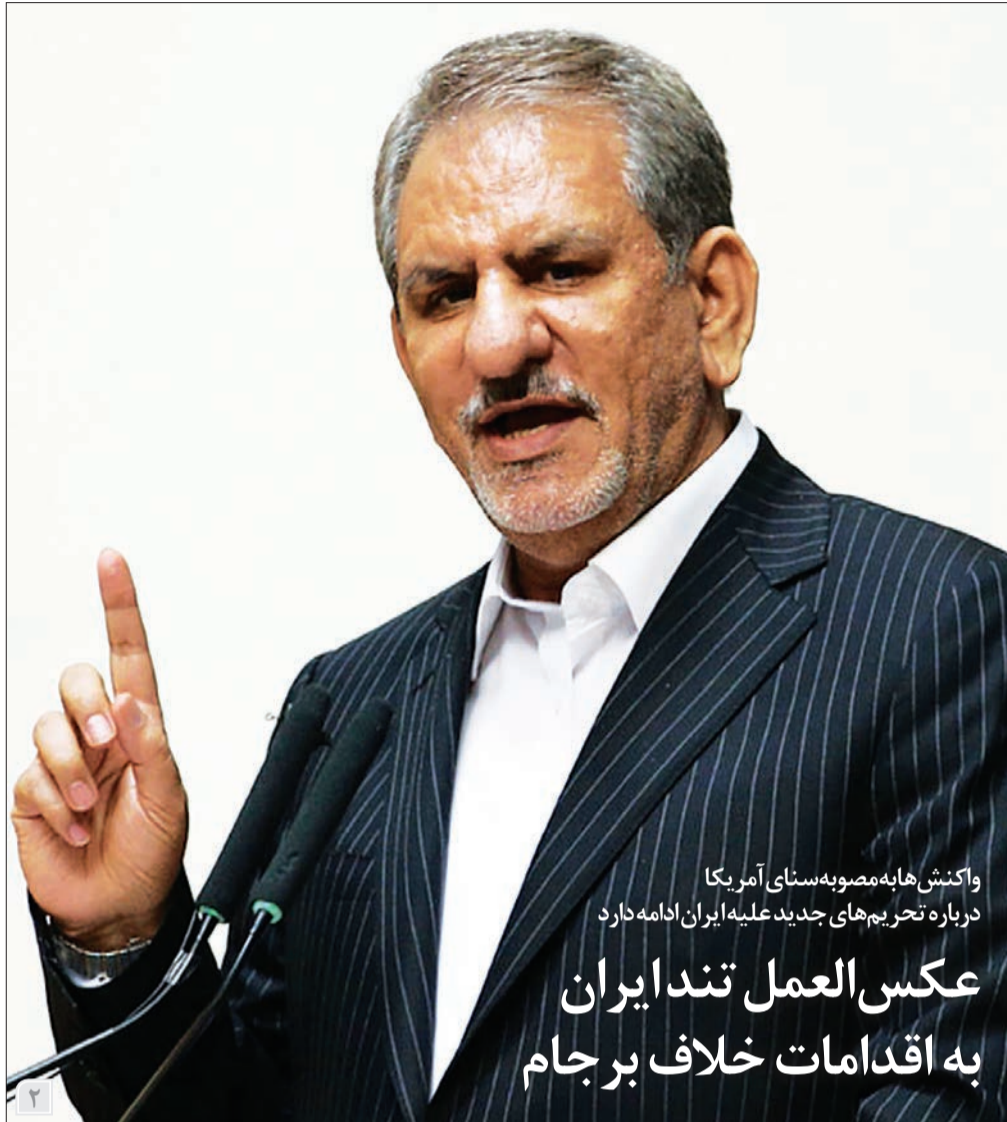
مدیریت و کسب و کار



آموزش مهارت‌های آنلاین
به ۱۰ میلیون آفریقایی

- بروشور چگونه باید طراحی شود؟
- طراحی بسته‌بندی محصول جدید
- نقش شبکه‌های اجتماعی در کسب و کار
- ۱۰ گام به سوی روابط عمومی فروش خلاقانه
- ۵ عادت روزانه موفق‌ترین کارآفرینان جهان
- ضرورت بلندپروازی برای موفقیت

۸ تا ۱۶



واکنش‌ها به مصوبه سنای آمریکا
در باره تحریم‌های جدید علیه ایران ادامه دارد

عکس العمل تند ایران به اقدامات خلاف برجام

یادداشت

اصناف راه ورود
به دنیای کار آفرینی

علی فاضلی

رئیس اتاق اصناف ایران



اصناف بهترین گزینه برای حل مشکلات بیکاری و ایجاد اشتغال در جامعه هستند، بنابراین از دولت انتظار داریم هر چه زودتر بسته حمایتی از اصناف را اجرایی کند. برای اینکه بتوانیم از آفت بخشی‌نگری که حقیقتاً یکی از بزرگ‌ترین بلیه‌های امروز کشور است، در امان بمانیم؛ با همکاری...

چرا بازار مسکن از رکود
خارج نمی‌شود؟

سیامک قاسمی

کارشناس مسائل
اقتصادی



تیرماه امسال دوره تازه رکود بازار مسکن ایران وارد پنجمین سال خود شد و از نظر تاریخی این یکی از عمیق‌ترین و طولانی‌ترین دوره‌های رکود بازار مسکن طی دهه‌های گذشته است. وقتی درباره رکود در بازار مسکن صحبت می‌کنیم به این معنی است که تقریباً از تیرماه سال ۱۳۹۲ تاکنون غیر از یک یا دو ماه در...



آنچه توانستیم لطف خدا بوده است

حرکت پایدار در مسیر موفقیت



بانک برتر ایران، برای سومین سال متوالی، بر اساس ارزیابی مؤسسه معتبر یورومانی



مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰ www.bpi.ir



مدرسه عالی کسب و کار ماهان برگزار می‌کند:



شروع دوره از

۳۱ مرداد ماه

مخاطبین دوره:

صاحبان کسب و کار، مدیران عامل، مدیران و مشاورین حوزه مارکتینگ، فروش و روابط عمومی، و برندینگ

جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره

۰۲۱-۸۸۴۰۱۳۱۳ تماس حاصل فرمایید

www.MahanBS.com



یادداشت



چرا بازار مسکن از رکود خارج نمی شود؟



سیامک فاختی
کارشناس مسائل اقتصادی

تیرماه امسال دوره تازه رکود بازار مسکن ایران وارد پنجمین سال خود شد و از نظر تاریخی این یکی از عمیق ترین و طولانی ترین دوره های رکود بازار مسکن طی دهه های گذشته است. وقتی درباره رکود در بازار مسکن صحبت می کنیم به این معنی است که تقریباً از تیرماه سال ۱۳۹۲ تاکنون غیراز یک یا دو ماه در همه ماه ها تورم نقطه به نقطه سالانه قیمت مسکن از تورم نقطه به نقطه عمومی کشور کمتر بوده است. عمق رکود در ماه های طی چهار سال اخیر به حدی بوده است که بازار مسکن تورم منفی را تجربه کرده و قیمت ها نه تنها به اندازه نرخ تورم عمومی یا بیشتر افزایش نیافته است، که حتی کاهش قیمت هم داشته ایم. این به این معنی است که هر کس با قصد سرمایه گذاری در چهار سال اخیر وارد بازار مسکن شده و خرید داشته است، به طور کلی زیان کرده و این بازار نتوانسته است به طور عمومی سودی حتی به اندازه نرخ تورم هم ایجاد کند. اما واقعاً چرا بازار مسکن در این خواب عمیق فرو رفته است و آیا این بازار دوباره در آینده شاهد رشدهای قیمتی همانند سال های ۸۶ یا ۹۱ خواهد بود یا این بازار در یک نقطه تغییر ماهیت از نظر بازار سرمایه گذاری در ایران قرار دارد؟

بررسی ها نشان می دهد عمده دلایل رکود بازار مسکن را می توان در چند عامل خلاصه کرد و باید دید آیا این عوامل در آینده می توانند شرایط بهتری را برای این بازار رقم بزنند؟

۱- عامل قیمت نفت: تحلیل ها و مقایسه دوره های رونق بازار مسکن و مقایسه آن با قیمت نفت بیانگر این نکته است که سابقه نداشته است ما در دوره های شاهد رونق بازار مسکن بوده باشیم و قیمت نفت در کف تاریخی خود باشد. طبیعی است که قیمت نفت به عنوان موتور توزیع ثروت در اقتصاد ایران وقتی رو به کاهش می رود، منابع پولی کافی در سطح جامعه توزیع نمی شود و عدم بسط نقدینگی از منظر افزایش درآمدهای نفتی و عدم شکل گیری بیماری هلندی امکان افزایش قیمت مسکن از طریق افزایش قیمت نفت را سلب کرده است.



۲- عامل مازاد عرضه: واقعیت این است که هر موج افزایش قیمت در بازار مسکن در دوره های گذشته همراه با یک موج افزایش شدید ساخت و ساز و ورود تازه واردان به این بازار با هدف سودآوری بوده است. این موج های ساخت و ساز به ویژه در دوره رونق سال های ۸۶ تا ۹۱ به اوج خود رسیده بود، اما این تازه واردان از یک موضوع مهم در این ورود خود به بازار مسکن غافل بوده اند و آن عامل این بود که با افزایش شدید قیمت مسکن آیا تقاضا همچنان توان همراهی با عرضه را دارد و آیا افزایش ساخت و ساز همگام با تقاضای واقعی بازار مسکن در ایران به ویژه کلانشهرها است؟

۳- عامل نرخ سپرده: نرخ سپرده در چهار سال قبل متناسب با کاهش نرخ تورم کاهش پیدا نکرده است. این بالا بودن نرخ سپرده بانکی تقریباً امکان رقابت را از همه بازارهای سرمایه گذاری از جمله بازار مسکن سلب کرده است و سرمایه گذاران در این سال ها ترجیح داده اند تا به جای سرمایه گذاری و خرید ساختمان با هدف سودآوری، پول های خود را در سپرده های بانکی نگه دارند. واقعیت این است که به دلیل بحران شبکه بانکی عملاً ارتباط نرخ سپرده با نرخ تورم در اقتصاد ایران قطع شده است و در شرایط فعلی امکان کاهش واقعی و نه دستوری نرخ سپرده وجود ندارد.

۴- عامل تسهیلات بانکی: بحران شبکه بانکی در سال های اخیر سبب شده است که به غیر از بانک مسکن بقیه بانک های کشور امکان ارائه تسهیلات متناسب با قیمت مسکن را نداشته باشند بنابراین بازار مسکن به یک بازار بزرگ خرید نقدی تبدیل شده است و این موضوع با توجه به قیمت بالای مسکن از عوامل رکود این بازار است.

شرایط بازار مسکن در افق میان مدت بیانگر این نکته است که هم قیمت نفت احتیاج پایینی برای افزایش دارد و هم رکود تقاضا و کاهش قدرت خرید عمومی و پدیده مازاد عرضه در بازار مسکن ادامه دارد و هم ادامه بحران شبکه بانکی در بخش عدم توان تسهیلات دهی و بالا بودن نرخ سپرده، سبب می شود در افق کوتاه مدت و حتی میان مدت هم نتوان امکان خروج بازار مسکن از رکودی که در آن گرفتار است را متصور بود و به نظر می رسد ما در آستانه تغییر ماهیت بازار مسکن از یک بازار عمومی به یک بازار تخصصی باشیم. در این باره بیشتر خواهیم گفت.

واکنش ها به مصوبه سنای آمریکا درباره تحریم های جدید علیه ایران ادامه دارد

عکس العمل تند ایران به اقدامات خلاف برجام



معاون اول رئیس جمهوری گفت: آمریکا به دنبال این است که فضای کشورمان را برای فعالیت و سرمایه گذاری نامطمئن و ریسک پذیر نشان دهد. ما درباره برجام در داخل کشور و در شورای عالی امنیت ملی تصمیمی اجماعی گرفتیم. جهانگیری با اشاره به ترکیب شورای عالی امنیت ملی و حضور سران قوا و نیروهای مسلح در این شورا افزود: مصوبات این شورا پس از تأیید مقام معظم رهبری اجرا می شود.

وی ادامه داد: در شورای عالی امنیت ملی تصمیم بر این شد که هیأت نظارت بر اجرای برجام تشکیل شود که ترکیب آن نیز مشخص است. معاون اول رئیس جمهوری در خصوص فضای برجام نیز گفت: آنها گری می خوانند که ایران برای سرمایه گذاری فضای پرریسک دارد لذا ما هم خواهیم عکس العمل نشان دهیم.

وی خاطرنشان کرد: ما باید این طراحی دشمن را شکست دهیم نه اینکه در جایی با آنها هم صدا شویم، بلکه باید به طرف مقابل اطمینان دهیم که کشور ما برای سرمایه گذاری مطمئن است. جهانگیری گفت: ما باید موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است. جهانگیری گفت: ما باید موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.



اینکه در ارتباط با کارخانه ارج قیمت پایه کارشناسی مشخص شده و سرمایه گذار نیز قبول کرده این قیمت پایه را بپذیرد، عنوان کرد که وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز یک گروه تولیدی بسیار قوی در کنار سرمایه گذار قرار خواهد داد تا راه اندازی این کارخانه به صورت مشترک انجام گیرد. او همچنین ضمن تشریح آخرین وضعیت کارخانه آزمایش در اردیبهشت ماه امسال گفته بود که واگذاری کارخانه آزمایش به یک بخش خصوصی با مشکلات

افزود: سیاست های اقتصاد مقاومتی یک نسخه اجمالی است که هم بخش خصوصی، هم دولت، هم قوه قضاییه و هم تریبون دارهای مختلف آن را قبول دارند، اما اینکه چقدر همراهی می کنند بحث دیگری است.

جهانگیری گفت: گاهی اوقات گفته می شود ما قبول داریم، اما در عمل همراهی نمی کنند، آقایان بیشتر به دنبال یقه گیری دولت هستند و اگر اقتصاد مقاومتی را مطرح می کنند می خواهند ببینند می شود از این منظر یقه دولت را گرفت یا خیر؟

معاون اول رئیس جمهوری گفت: طرح های بسیار خوب و جذابی برای طرف های داخلی و خارجی تهیه شده و ایران در دنیا جزو کشورهای

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

مطمئن است. جهانگیری با تأکید بر موضوع توافق بر سر مسائل محوری کشور میان تمامی مسئولان گفت: پس از حصول توافق و تفاهم، موضوع اصلی دیگر مسئولیت پذیری برای ورود به این حوزه است.

اقتصاد کلان



توصیه اقتصاددانان به رئیس جمهور چیست؟

چاله های تازه پیش روی اقتصاد ایران

قریب به اتفاق اقتصاددانان، دو توصیه به حسن روحانی در آستانه تشکیل دوازدهمین دولت جمهوری اسلامی دارند؛ نخست، با توجه به اینکه در جامعه ایران زمینه چینی سیاسی برای اجرای تصمیمات اقتصادی بسیار مهم است، از همین رو کوشش اصلی رئیس جمهور باید معطوف به جلب حمایت سیاسی و دفع مخالفت های سیاسی با برنامه های اقتصادی دولت باشد. توصیه دوم، آزادسازی بازارهای پولی و بانکی در کنار برداشتن کنترل های شدید روی بازارهاست که به ظاهر در جهت حمایت از مصرف کننده است، ولی در واقعیت به تولید لطمه زیادی وارد می کند و موجب افزایش رکود و بیکاری شده است.

به گزارش خبرآنلاین، از سه چاله ای که حسن روحانی در ابتدای تشکیل دولت یازدهم نسبت به وجود آنها هشدار داد، تنها یک مورد ختم به خیر شده و دو چاله دیگر همچنان باقی است. روحانی ۷ شهریور ۹۴ در کنفرانس مطبوعاتی گفته بود: «من خطاب به رهبری هم گفتم که با سه تا چاله مواجهیم که هنوز پر نشده است؛ اول بدهی های دولت قبل، دوم پرداخت غیرقانونی یارانه و سوم مسکن مهر. ما چاره ای نداریم جز اینکه این مسکن ها را بسازیم و به مردم ارائه دهیم.»

از آن سه چاله، بعد از چهار سال فقط «مسکن مهر» تعیین تکلیف شده است. البته آن طور که مسئولان وزارت راه و شهرسازی وعده داده اند، این چاله پردردسر قرار است تا پایان سال پر شود و پرونده این پروژه پرخاشیه و پرهزینه برای همیشه بسته شود، اما برای دو چاله دیگر حکایت همچنان باقی است.

اگرچه دولت از دو سال گذشته به تدریج کار شناسایی دهک های بالای درآمدی را آغاز کرده و به تدریج برخی افراد از قطار بارانه بگیران خارج شده اند، اما هنوز جمعیت بیش از ۷۰ میلیون نفر هر ماه یارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی را از دولت دریافت می کنند. این رقم هر ماه برای دولت بار سنگینی است که بر دوش دستگاهها و بودجه عمومی دولت سنگینی می کند. حال آنکه در چهار سال گذشته راهکاری هم برای حل به کار گرفته نشده است.

بدهی های دولت چاله دیگری است که پر نشده است؛ اخیراً بانک مرکزی در گزارشی اعلام کرد فقط



بدهی دولت به بانک ها که در چهار سال گذشته موجب قفل شدن منابع بانک ها جهت تسهیلات دهی شده، در فروردین ۹۶ به بیش از ۲۲۵ هزار میلیارد رسیده است؛ عددی که هم بانک ها را در فشار قرار داده و هم بودجه دولت را.

بدهی دولت به بانک ها که در چهار سال گذشته موجب قفل شدن منابع بانک ها جهت تسهیلات دهی شده، در فروردین ۹۶ به بیش از ۲۲۵ هزار میلیارد رسیده است؛ عددی که هم بانک ها را در فشار قرار داده و هم بودجه دولت را.

بدهی دولت به بانک ها که در چهار سال گذشته موجب قفل شدن منابع بانک ها جهت تسهیلات دهی شده، در فروردین ۹۶ به بیش از ۲۲۵ هزار میلیارد رسیده است؛ عددی که هم بانک ها را در فشار قرار داده و هم بودجه دولت را.

بدهی دولت به بانک ها که در چهار سال گذشته موجب قفل شدن منابع بانک ها جهت تسهیلات دهی شده، در فروردین ۹۶ به بیش از ۲۲۵ هزار میلیارد رسیده است؛ عددی که هم بانک ها را در فشار قرار داده و هم بودجه دولت را.

بدهی دولت به بانک ها که در چهار سال گذشته موجب قفل شدن منابع بانک ها جهت تسهیلات دهی شده، در فروردین ۹۶ به بیش از ۲۲۵ هزار میلیارد رسیده است؛ عددی که هم بانک ها را در فشار قرار داده و هم بودجه دولت را.

بدهی دولت به بانک ها که در چهار سال گذشته موجب قفل شدن منابع بانک ها جهت تسهیلات دهی شده، در فروردین ۹۶ به بیش از ۲۲۵ هزار میلیارد رسیده است؛ عددی که هم بانک ها را در فشار قرار داده و هم بودجه دولت را.

بدهی دولت به بانک ها که در چهار سال گذشته موجب قفل شدن منابع بانک ها جهت تسهیلات دهی شده، در فروردین ۹۶ به بیش از ۲۲۵ هزار میلیارد رسیده است؛ عددی که هم بانک ها را در فشار قرار داده و هم بودجه دولت را.

صنعت

چاله های تازه تر

به جز دو چاله ای که حسن روحانی دوسال پیش از آنها یاد کرد، اقتصاد ایران در چهارسال پیش رو، مشکلات بزرگ تری هم پیش رو دارد. در مسیر اصلاح ساختار اقتصاد، کار ساماندهی بازار غیرمتمسک پولی از سال گذشته جدی تر شده و بنا به گفته ولی الله سیف تا پایان امسال دیگر هیچ مؤسسه مالی و اعتباری غیرمجازی وجود نخواهد داشت، اما باری که این ساماندهی بر دوش بازار پولی کشور گذاشته از یک سو و ساختار پر از مسئله بانک های کشور از سوی دیگر، سبب شده تا بانک ها چاله جدید اقتصاد ایران در چهار سال آینده باشند. هرچند نباید در این اصلاح ساختار وضعیت قرمز صندوق های بازنشستگی را از یاد برد. چاله دیگر اقتصاد ایران در چهار سال آینده حتماً کمبود منابع مالی برای سرمایه گذاری و تکمیل طرح های نیمه تمام خواهد بود. براساس پیش بینی سازمان های معتبر بین المللی بهای نفت به دلیل جنگی که شیل اویل های آمریکایی در بازار نفت آغاز کرده اند، بعید است تا دو سال دیگر به بالای ۶۰ دلار در هر بشکه برسد. از همین رو، همانطور که برنامه کاهش وابستگی بودجه عمومی دولت به نفت در چهار بودجه گذشته به تدریج اجرایی شده، انتظار این است که این رویه ادامه یابد. حتماً قطع وابستگی بودجه به نفت به معنای فشار بر بخش مالیاتی به عنوان تنها بخش درآمدی سهیل الوصول بودجه ای نیست. اقتصاددانان سالهاست که راهکار حضور فعال بخش خصوصی در اقتصاد و جذب سرمایه خارجی را به دولت پیشنهاد می کنند. فعال شدن این دو بخش حتماً به رشد اقتصادی بدون نفت منجر خواهد شد. روحانی هفته آینده بعد از مراسم تنفیذ باید مراسم تحلیف را در پیشگاه نمایندگان مجلس شورای اسلامی به جای آورد. او چهار سال سخت دیگر را برای ساماندهی اقتصاد کشور در پیش رو خواهد داشت.

صنعت

«ارج» و «آزمایش»؛ دوقلوهای بلا تکلیف

خبری از واگذاری نیست
هرچند واگذاری کارخانه «آزمایش» در برهه زمانی کنونی به دلیل مشکلات عدیده منتفی اعلام شد، اما قرار بود تکلیف واگذاری کارخانه «ارج» تا پایان اردیبهشت ماه مشخص شود؛ مسئله ای که به نظر می رسد در دولت یازدهم به سرانجام نخواهد رسید و باید منتظر سرنوشت این دو کارخانه و به ویژه کارخانه ارج در دولت آینده باشیم. به گزارش ایسنا، پروژه واگذاری دو کارخانه «آزمایش» و «ارج» از مدت ها قبل کلید خورد. در این رابطه صحبت ها و خبرها حاکی از این بود که کارخانه ارج تا پایان اردیبهشت ماه واگذار خواهد شد. اما در مورد کارخانه آزمایش شرایط به گونه دیگری پیش می رفت و اظهارات مسئولان به خوبی نشان می داد که خبری از واگذاری این کارخانه نخواهد بود. در همین زمینه، عباس هاشمی مدیرکل دفتر صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت اخیراً با بی خیال خواندن صاحبان کارخانه ارج و آزمایش بیان کرد که ده ها جلسه با مسئولان این کارخانجات برگزار شده اما آنها عین خیال شان نیست و باید بدانند برای بقا نیازمند کارخانه داشته باشند.

صنعت

«ارج» و «آزمایش»؛ دوقلوهای بلا تکلیف

خبری از واگذاری نیست
هرچند واگذاری کارخانه «آزمایش» در برهه زمانی کنونی به دلیل مشکلات عدیده منتفی اعلام شد، اما قرار بود تکلیف واگذاری کارخانه «ارج» تا پایان اردیبهشت ماه مشخص شود؛ مسئله ای که به نظر می رسد در دولت یازدهم به سرانجام نخواهد رسید و باید منتظر سرنوشت این دو کارخانه و به ویژه کارخانه ارج در دولت آینده باشیم. به گزارش ایسنا، پروژه واگذاری دو کارخانه «آزمایش» و «ارج» از مدت ها قبل کلید خورد. در این رابطه صحبت ها و خبرها حاکی از این بود که کارخانه ارج تا پایان اردیبهشت ماه واگذار خواهد شد. اما در مورد کارخانه آزمایش شرایط به گونه دیگری پیش می رفت و اظهارات مسئولان به خوبی نشان می داد که خبری از واگذاری این کارخانه نخواهد بود. در همین زمینه، عباس هاشمی مدیرکل دفتر صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت اخیراً با بی خیال خواندن صاحبان کارخانه ارج و آزمایش بیان کرد که ده ها جلسه با مسئولان این کارخانجات برگزار شده اما آنها عین خیال شان نیست و باید بدانند برای بقا نیازمند کارخانه داشته باشند.

صنعت

«ارج» و «آزمایش»؛ دوقلوهای بلا تکلیف

خبری از واگذاری نیست
هرچند واگذاری کارخانه «آزمایش» در برهه زمانی کنونی به دلیل مشکلات عدیده منتفی اعلام شد، اما قرار بود تکلیف واگذاری کارخانه «ارج» تا پایان اردیبهشت ماه مشخص شود؛ مسئله ای که به نظر می رسد در دولت یازدهم به سرانجام نخواهد رسید و باید منتظر سرنوشت این دو کارخانه و به ویژه کارخانه ارج در دولت آینده باشیم. به گزارش ایسنا، پروژه واگذاری دو کارخانه «آزمایش» و «ارج» از مدت ها قبل کلید خورد. در این رابطه صحبت ها و خبرها حاکی از این بود که کارخانه ارج تا پایان اردیبهشت ماه واگذار خواهد شد. اما در مورد کارخانه آزمایش شرایط به گونه دیگری پیش می رفت و اظهارات مسئولان به خوبی نشان می داد که خبری از واگذاری این کارخانه نخواهد بود. در همین زمینه، عباس هاشمی مدیرکل دفتر صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت اخیراً با بی خیال خواندن صاحبان کارخانه ارج و آزمایش بیان کرد که ده ها جلسه با مسئولان این کارخانجات برگزار شده اما آنها عین خیال شان نیست و باید بدانند برای بقا نیازمند کارخانه داشته باشند.

صنعت

«ارج» و «آزمایش»؛ دوقلوهای بلا تکلیف

خبری از واگذاری نیست
هرچند واگذاری کارخانه «آزمایش» در برهه زمانی کنونی به دلیل مشکلات عدیده منتفی اعلام شد، اما قرار بود تکلیف واگذاری کارخانه «ارج» تا پایان اردیبهشت ماه مشخص شود؛ مسئله ای که به نظر می رسد در دولت یازدهم به سرانجام نخواهد رسید و باید منتظر سرنوشت این دو کارخانه و به ویژه کارخانه ارج در دولت آینده باشیم. به گزارش ایسنا، پروژه واگذاری دو کارخانه «آزمایش» و «ارج» از مدت ها قبل کلید خورد. در این رابطه صحبت ها و خبرها حاکی از این بود که کارخانه ارج تا پایان اردیبهشت ماه واگذار خواهد شد. اما در مورد کارخانه آزمایش شرایط به گونه دیگری پیش می رفت و اظهارات مسئولان به خوبی نشان می داد که خبری از واگذاری این کارخانه نخواهد بود. در همین زمینه، عباس هاشمی مدیرکل دفتر صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت اخیراً با بی خیال خواندن صاحبان کارخانه ارج و آزمایش بیان کرد که ده ها جلسه با مسئولان این کارخانجات برگزار شده اما آنها عین خیال شان نیست و باید بدانند برای بقا نیازمند کارخانه داشته باشند.

اصناف راه ورود به دنیای کار آفرینی

علی فاضلی
رئیس اتاق اصناف ایران



اصناف بهترین گزینه برای حل مشکلات بیکاری و ایجاد اشتغال در جامعه هستند، بنابراین از دولت انتظار داریم هر چه زودتر بسته حمایتی از اصناف را اجرایی کند. برای اینکه بتوانیم از آفت بخشی نگری که حقیقتاً یکی از بزرگترین بلیه‌های امروز کشور است، در امان بمانیم؛ با همکاری دو اتاق بازرگانی و تعاون، شورای سیاست‌گذاری اقتصاد مقاومتی بخش خصوصی را تشکیل دادیم و راهکارهای اجرایی و جامع را به تفکیک مسئولان اجرای آن، برای تحقق بندبند این سند پیشنهاد کردیم.

همچنین در مرحله بعدی، برای اینکه ضمانت اجرا را بالاتر ببریم، ۹ اولویت ویژه بخش خصوصی را از بین بندهای ۲۴گانه سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی، تعیین و راهکارهای تحقق آن را پایش مجدد کردیم و پس از اجماع، نتایج را برای قوای سه‌گانه ارسال کردیم.

در اثنای تدوین این راهکارها، سعی کردیم برای نخستین بار ضعف برنامه‌های توسعه‌ای کشور در خصوص عدم توجه به نگاه‌های کوچک و متوسط را رفع کنیم و در این راستا پس از مطالعات میدانی و همچنین بهره‌گیری از توان کارشناسی و خبرگان داخلی، ۸ حکم توسعه‌ای اصناف را که می‌توانست متضمن توسعه این نگاه‌ها در پنج سال آتی باشد، ارائه کردیم که متأسفانه به دلیل عدم توجه و یاری برخی مسئولان در دولت و مجلس، از حضور در برنامه باز ماند.

در حال حاضر ۲۵ درصد ظرفیت اشتغال کشور مربوط به مجموعه اصناف یا ۲۴ میلیون نفوذ جمعیتی است. اصناف در سراسر کشور به صورت متناسب با ظرفیت‌های هر منطقه پراکنده‌اند و هر رونقی که دولت در اقتصاد صنفی ایجاد کند، به سرعت از سوی جامعه حس می‌شود و عملکرد اقتصادی مورد تأیید و تشویق قرار می‌گیرد و عملاً توسعه متوازن در سراسر کشور را شاهد خواهیم بود. از آنجا که اصناف بیشترین تعامل را با مردم دارند، ویرترین تعامل جامعه با حاکمیت محسوب می‌شوند، بنابراین اگر رونق در اصناف حس شود، به‌سرعت این موج رضایت از عملکرد حاکمیت به مردم منتقل می‌شود. در اصناف با کمترین میزان سرمایه می‌توان شغل ایجاد کرد. اگر دولت امروز بخواهد مشکل بیکاری را با تکیه بر نگاه‌های متوسط حل کند، نیاز به سرمایه عظیمی دارد. در اصناف بیش از ۱۸۵۰ نوع، فعالیت شغلی وجود دارد. بنابراین برای اشتغال طیف متنوع و وسیع بیکاران تحصیلکرده، اصناف بهترین و مناسب‌ترین بخش هستند. اصناف راه ورود به دنیای کار آفرینی هستند و نظام استاد - شاگردی که از دیرباز بر این بخش حاکم بوده و امروز به‌صورت چارچوب‌مندتر، روی کاغذ آمده است، می‌تواند باعث رونق کار آفرینی در میان مدت شود.



در حالی که روزهای پایانی دولت یازدهم نزدیک می‌شود که تیم ستاد اقتصادی دولت توانسته‌اند به اکثر برنامه‌ها و وعده‌های چهار سال گذشته خود جامه عمل بپوشانند. چهار سال گذشته مسئولان دولت در شرایطی مسئولیت اداره کشور را در اوضاع وخیم اقتصادی پذیرفتند که نرخ رشد اقتصادی چیزی در حدود منفی ۶ درصد بود و برای بهبود این رقم نیاز به ارتقای درآمد سرانه ملی و افزایش تولید و اشتغال بود. به گزارش ایرنا، هر چند چرخ اقتصاد در سال‌های اول به دلیل مشکلات متعدد، آهسته می‌چرخید اما دولت توانست رشد اقتصادی را در سال ۹۳ مثبت کند و امروز پس از نزدیک شدن به اتمام نخستین دوره ریاست جمهوری حسن روحانی و مدیریت کابینه وی در پست‌های اقتصادی، این شاخص بدون احتساب رشد بخش نفتی به بیش از ۶ درصد و با احتساب بخش‌های نفتی به ۸ درصد رسیده است. اما دولت برنامه‌های بلندمدتی برای افزایش نرخ رشد اقتصاد و تثبیت آن دارد. طی برنامه ۸درصد برسد و این عدد تثبیت شود. طبق گفته محمد باقر نوبخت، سخنگوی دولت، برای تحقق رشد اقتصادی ۸درصدی اقتصاد باید بخش کشاورزی ۵ سالانه ۵ درصد، نفت ۹٫۳ درصد، معدن ۸٫۸ درصد، صنعت ۹٫۳ درصد، خدمات ۵٫۸ درصد و بخش ارتباطات ۱۹٫۴ درصد رشد داشته باشند، اما اجرای این مأموریت، منوط به سرمایه‌گذاری ۷۵۰ هزار میلیارد تومانی است. بدیهی است در شرایطی که دولت توان تخصیص بودجه عمرانی را ندارد و به دلیل کاهش قیمت جهانی نفت، پرداخت یارانه نقدی ۵۰ هزار میلیارد تومانی در سال، بدهی‌های نجومی به ارت مانده از دولت‌های گذشته و انبوه پروژه و طرح‌های نیمه کاره و... با تنگناهای مالی شدیدی مواجه است، نمی‌تواند برای رسیدن به نرخ رشد اقتصادی ۸ درصدی سرمایه‌گذاری ۷۵۰ میلیارد تومان در دوره زمانی پنج ساله انجام دهد. بنابراین بهترین نسخه برای تحقق این هدف، استفاده از ظرفیت‌های سرمایه‌گذاران خارجی است. کارشناسان اقتصادی هم بر این باورند که به غیر از راهکار جذب سرمایه‌گذار خارجی، تحقق نرخ رشد اقتصادی ۸درصدی امکان‌پذیر نیست و مهم‌تر از اقدام دولت برای جذب سرمایه‌گذار خارجی، فراهم کردن بستری قانونی برای ورود سرمایه‌گذاران به بازار بکر ایران در پروژه‌های مختلف است.

برای افزایش نرخ رشد اقتصادی، اظهار داشت: برای رسیدن به نرخ رشد اقتصادی ۸ درصدی و تثبیت آن چاره‌ای جز جذب سرمایه‌های خارجی نداریم. وی ادامه داد: جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در شرایطی که دولت توان تأمین مالی انباشت پروژه‌های عمرانی و تولیدی را ندارد، می‌تواند عامل افزایش اشتغال‌زایی و افزایش درآمد سرانه ملی شود و این خود به معنای بالا رفتن نرخ رشد اقتصادی است. این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه برای افزایش نرخ رشد اقتصاد مهم‌ترین راهکار این است که دولت میزان ظرفیت اشتغال‌زایی بخش‌های مختلف را ارزیابی کند، ادامه داد: یکی از عوامل افزایش نرخ رشد اقتصادی، افزایش اشتغال‌زایی است، بنابراین دولت باید از میزان ظرفیت اشتغال‌زایی در بخش‌های مختلف آگاهی داشته باشد و سرمایه‌ها را به همان سمت سوق دهد. وی تأکید کرد: ورود سرمایه‌گذاران خارجی به بازار ایران و فرصت‌های سرمایه‌گذاری منوط به انتقال دانش و تکنولوژی است این در حالی است که بسیاری از صنایع کشورمان به دلیل نبود همین تکنولوژی‌های به‌روز، غیرفعال شده‌اند. بغزبان با بیان اینکه بدون سرمایه‌گذاران خارجی، تحقق نرخ رشد اقتصادی ۸درصدی امکان‌پذیر نیست، گفت: باید بستری قانونی برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی را ایجاد کنیم که اینک با مانع‌تراشی‌ها فرصت استفاده از سرمایه‌گذاران خارجی را از دست دهیم. این کارشناس اقتصادی با تأکید بر اینکه با تأمین مالی پروژه‌های تولیدی و پروژه‌هایی که پتانسیل جذب نیروی کار را دارند، رسیدن به نرخ رشد اقتصادی ۸درصدی و تثبیت آن کار بعیدی نیست، اظهار داشت: برای تحقق اهداف در افزایش نرخ رشد اقتصادی و تثبیت آن استفاده از پتانسیل‌های سرمایه‌گذاران خارجی لازم است و برای جذب این منابع مالی باید بتوانیم اعتماد سرمایه‌گذاران خارجی را

رسیدن به نرخ رشد ۸درصدی بدون سرمایه خارجی غیرممکن است
آلبرت بغزبان، کارشناس اقتصادی درباره ضرورت جذب سرمایه‌گذاران

بررسی ظرفیت‌های جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در ایران
پیش‌نیازهای رشد ۸ درصدی



جلب کنیم. به‌طور قطع تنش‌های داخلی و پایبند نبودن به تعهدات مان موجب از دست رفتن اعتماد خارجی‌ها می‌شود یا اینکه این مطالبه ایجاد خواهد شد که سهم و امتیاز بیشتری در قراردادهای داشته باشند.

آخرین وضعیت ایران در جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی

طبق گزارش‌های رسمی سازمان سرمایه‌گذاری خارجی، پس از انعقاد تفاهمنامه برجام تا اسفند ماه سال گذشته، ۱۲ میلیارد و ۴۸ میلیون و ۹۶۸ هزار دلار سرمایه‌گذاری خارجی مصوب انجام شده و پیش از این بیشترین میزان جذب سرمایه‌گذاری خارجی به سال ۲۰۱۲ برمی‌گردد که رقمی نزدیک به ۴ میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلار بوده است، اما پس از برجام تنها در سال ۱۳۹۵ هیأت سرمایه‌گذاری خارجی

جلب کنیم. به‌طور قطع تنش‌های داخلی و پایبند نبودن به تعهدات مان موجب از دست رفتن اعتماد خارجی‌ها می‌شود یا اینکه این مطالبه ایجاد خواهد شد که سهم و امتیاز بیشتری در قراردادهای داشته باشند.

رسیدن به نرخ رشد ۸درصدی بدون سرمایه خارجی غیرممکن است
آلبرت بغزبان، کارشناس اقتصادی درباره ضرورت جذب سرمایه‌گذاران

۹ میلیارد و ۱۷۵ میلیون و ۵۸۶ هزار دلار سرمایه‌گذاری مصوب در استان‌ها به تصویب رسیده است. البته این اعداد و ارقام بدون احتساب قراردادهای خرید هواپیما و قرارداد نفتی با توتال است. گزارش‌های جهانی هم نشان‌دهنده این است که در پنج سال گذشته ایران در میان ۴۱ کشور جهان، از لحاظ ظرفیت جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، رتبه بین ۵۱ و ۵۴ را داشته که بالاتر از کشورهای هند، برزیل و ترکیه براساس محاسبات آنتکاد قرار گرفته است. البته این آمار مربوط به میزان ظرفیت‌های جذب سرمایه‌گذاری است و ایران در بهترین حالت سهم ۰٫۱۳ درصدی از جریان سالانه سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی داشته که در این حوزه رتبه ۱۱۰ را در بین ۱۴۱ کشور جهان در این حوزه به دست آورده است. باید بپذیریم که در طول بیش از یک دهه گذشته با ایجاد بحران اقتصادی، دولتی و دستوری شدن اقتصاد کشور، افزایش رانت‌ها، ورود نهادها وابسته به حاکمیت به بخش اقتصاد و تضعیف بخش خصوصی، نبود رقابت بین نگاه‌های اقتصادی، افزایش انحصار و انزوی ایران در بازارهای بین‌المللی؛ اقتصاد ایران در لیست بازارهای پر ریسک برای سرمایه‌گذاران خارجی قرار گرفته است و هر چند برجام راه تعامل ایران با دنیا را هموار کرد اما هنوز هم بین شرکت‌های خارجی برای ورود به ایران اما و اگرهایی وجود دارد. بنابراین تنها راهکار جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی برای رشد و توسعه اقتصاد کشور در شرایط بازار رقابتی بین‌المللی، پرهیز از تنش‌های داخلی و اصلاح بازنگری قوانین در جهت تسهیل ورود سرمایه‌گذاران خارجی به پروژه‌های عمرانی و فعال‌سازی نگاه‌ها و صنایع تولیدی است.

جابه‌جایی بیش از ۸ میلیون مسافر با قطار از ابتدای سال

مدیرکل نظارت بر خدمات مسافری راه‌آهن با بیان اینکه از ابتدای سال جاری بیش از ۸ میلیون مسافر با شبکه ریلی در مسیرهای مختلف جابه‌جا شدند، گفت: از آغاز سفرهای تابستانی ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار مسافر با قطار جابه‌جا شدند که در مقایسه با سال گذشته ۲٫۵ درصد افزایش را نشان می‌دهد. علی کاظمی‌منش افزود: در چهار ماهه نخست سال جاری در مجموع ۳۷ واگن نوسازی شده وارد ناوگان ریلی شده و ۳۴ واگن مسافری که بازسازی شده بودند قبل از سفرهای تابستان به ناوگان ریلی کشور اضافه شدند که مجموع این واگن‌ها به ۷۱ دستگاه رسید. وی بیان کرد: از طرفی با ارتقای کیفیت واگن‌های مسافری در کشور، طبق نظرسنجی‌های انجام شده توسط یکی از دانشگاه‌ها، شاخص رضایتمندی مسافران برای ارائه خدمات ریلی مسافری در کشور نوزد ۹۵ که ۶۹ بود، در نوزد ۹۶ با دو واحد ارتقا به ۷۱ رسیده است. وی با اشاره به اجرای طرح‌های مختلف در شبکه ریلی کشور برای تسهیل سفر با قطار اظهار داشت: راه‌اندازی قطارهای چرخشی در مسیر تهران - مشهد سبب شده است هم‌اکنون هر ۳۵ دقیقه یک قطار از تهران به طرف مشهد حرکت کند، ضمن اینکه تلاش شده زمان سیر قطار در این مسیر نیز کاهش یابد. مدیرکل نظارت بر خدمات مسافری راه‌آهن اظهار داشت: تاکنون ۲۱ قطار گردشگری خارجی وارد کشور شده و بیست و یکمین قطار گردشگری خارجی نیز تا شهریورماه وارد کشور می‌شود و در مجموع تا پایان امسال ۲۴ قطار گردشگری خارجی وارد کشور خواهد شد، ضمن اینکه توسعه قطارهای گردشگری در کشور در پنج استان آذربایجان شرقی، کرمان، بندرعباس، خوزستان و لرستان توسط دو شرکت ریلی پیشنهاد شده و هم‌اکنون قطار گردشگری به همراه خانواده‌ها پنجشنبه هر هفته از تهران عازم سوادکوه می‌شود. مدیرکل نظارت بر خدمات مسافری راه‌آهن با بیان اینکه سیاست راه‌آهن توسعه گردشگری ریل پایه است، گفت: با راه‌اندازی قطارهای گردشگری بسیاری از مردم از زیبایی‌های مسیرهای ریلی، آبنیه و امکان قدیمی لذت می‌برند، ضمن اینکه این قطارها به توسعه صنعت گردشگری کشور نیز کمک می‌کنند.

بزرگترین مرکز داده محتوایی کشور، میزبان امن اطلاعات شما



تو انتخاب می‌کنی...
سرور و فضای ذخیره سازی

۱۵۴۴

asiatech.ir

آسیاتک
اینترنت یک، آسیاتک

آگهی برگزاری مناقصه عمومی

شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در نظر دارد عملیات اجرایی به شرح زیر را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	محل تأمین اعتبار	برآورد (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)
۹۶-۲-۱۳۳	انجام عملیات حسابرسی داخلی در واحدهای خودگردان آبفای اصفهان	جاری	۳/۴۸۹/۷۵۰/۰۰۰	۱۷۵/۰۰۰/۰۰۰

مهلت تحویل اسناد به دبیرخانه: تا ساعت ۱۵/۳۰ روز شنبه به تاریخ ۱۳۹۶/۵/۲۱
تاریخ گشایش اسناد مناقصه: از ساعت ۸ صبح روز یک شنبه به تاریخ ۱۳۹۶/۵/۲۲

دریافت اسناد: سایت اینترنتی
شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان: www.abfaesfahan.ir
پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات: www.iets.mporg.ir

شماره تلفن گویا: ۰۳۰-۳۶۶۸۰۰۳۰ (داخلی ۳۳۷)

تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۵/۱۸



پرداخت بیش از ۱۴ هزار و ۳۱۵ میلیارد ریال انواع سود به سرمایه‌گذاران

معاونت عملیات شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در هفته گذشته ۵ هزار و ۱۹۷ کد حقیقی و ۳۴۴ کد حقوقی ایجاد کرد تا تعداد کدهای ایجاد شده تاکنون به رقم بیش از ۹ میلیون و ۴۲۲ هزار کد برسد. به گزارش سمات، معاونت عملیات شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در هفته گذشته بیش از ۱۴ هزار و ۳۱۵ میلیارد و ۶۱۴ میلیون ریال انواع سود به ۲ هزار و ۱۸۶ سرمایه‌گذار پرداخت کرد. همچنین در این هفته، معاونت عملیات شرکت سپرده‌گذاری مرکزی تعداد ۷۴ مورد اصلاح مشخصات انجام داد. براساس این گزارش، در معاملات هفته گذشته فرابورس ایران تعداد ۶ هزار و ۲۳ نفر با استفاده از اوراق حق تقدم تسهیلات مسکن وارد فرایند دریافت تسهیلات از بانک مسکن شدند. حجم معاملات حق تقدم تسهیلات مسکن در هفته منتهی به ۶ مرداد بیش از ۳۲۹ میلیون و ۹۷ هزار برگره اوراق بود. معاملات حق تقدم تسهیلات مسکن از سال ۸۹ در شرکت فرابورس ایران آغاز شده است که هم‌اکنون بیش از ۲۰ نماد حق تقدم تسهیلات مسکن در این شرکت معامله می‌شود. براساس بخشنامه بانک مسکن، نرخ سود تسهیلات خرید خانه، فروش اقساطی و جماله تعمیر مسکن از ۱۸،۵ به ۱۷،۵ درصد کاهش یافته و مدت زمان بازپرداخت تعیین شده است. سقف فردی تسهیلات خرید از محل گواهی حق تقدم و استفاده از تسهیلات مسکن در تهران ۶۰۰ میلیون ریال، در مراکز استان‌ها و شهرهای بالای ۲۰۰ هزار نفر ۵۰۰ میلیون ریال و سایر مناطق شهری ۴۰۰ میلیون ریال است.

بورس کالا

آغاز معاملات ثانویه نخستین صندوق طلای سرمایه

معاملات ثانویه صندوق سرمایه‌گذاری پشتوانه طلای لوتوس که به‌عنوان نخستین صندوق کالایی بازار سرمایه کشور در خرداد ماه پذیره‌نویسی شد و از سازمان بورس اوراق بهادار تهران مجوز فعالیت گرفت، از امروز آغاز می‌شود. براساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته نماد معاملاتی «طلا» به‌عنوان نخستین صندوق طلای بازار سرمایه از امروز یکشنبه ۸ مرداد ۱۳۹۶ در سامانه معاملات بازگشایی شده و آماده انجام معاملات ثانویه خواهد شد. معاملات این صندوق از ساعت ۸:۳۰ تا ساعت ۱۵:۳۰ روزهای شنبه تا چهارشنبه بدون حد نوسان قیمت انجام می‌شود. از آنجایی که صندوق پشتوانه طلای لوتوس از نوع صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس کالا (ETC) است، خرید و فروش واحدهای این صندوق از طریق سیستم معاملات آنلاین کارگزاری‌ها نیز قابل انجام است و خالص ارزش دارایی‌های (NAV) آن هر دو دقیقه یک بار براساس ارزش دارایی صندوق به‌روزرسانی می‌شود.

بورس بین‌الملل

ادامه کاهش قیمت فلز سرخ در رینگ بورس لندن

خرید نقدی مس در بورس لندن با کاهش همراه و با نرخ ۶ هزار و ۲۸۲ دلار بر تن معامله شد. طی معاملات بازار فلزات لندن، فروش نقدی مس با کاهش رو به رو شد و به ۶ هزار و ۲۸۳ دلار رسید. همچنین سفارش خرید مس برای سه ماهه آینده به مبلغ ۶ هزار و ۳۱۲ دلار معامله شد. در این بین، خرید و فروش نقدی آلومینیوم با قیمت یک هزار و ۸۹۲ دلار و یک هزار و ۸۹۲ دلار صورت گرفت. قلع با نرخ ۲۰ هزار و ۸۰۰ دلار خریداری و به نرخ ۲۰ هزار و ۸۲۵ دلار در هر تن فروخته شد. خرید و فروش روی با نرخ ۲ هزار و ۷۶۵،۵۰ دلار و ۲ هزار و ۷۶۶ دلار انجام شد. سرب هم در رینگ معاملاتی با نرخ ۲ هزار و ۲۸۰ دلار خریداری و ۲ هزار و ۲۸۱ دلار به فروش رسید.

شرکت‌ها و مجامع

رشد ۷۸ درصدی سود «غفارس»

شرکت شیر پاستوریزه پگاه فارس صورت‌های مالی دوره سه ماهه سال منتهی به ۲۹ اسفند ۱۳۹۶ را با سرمایه ۲۰۰ میلیارد ریال به‌صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت شیر پاستوریزه پگاه فارس در دوره سه ماهه یاد شده مبلغ ۳۱ میلیارد و ۹۶۷ میلیون ریال سود خالص کسب کرد و به هر سهم مبلغ ۱۶۰ ریال سود اختصاص داد که نسبت به دوره مشابه در سال گذشته معادل ۷۸ درصد افزایش داشته است. همچنین، «غفارس» سود انباشته پایان دوره مذکور را مبلغ ۶۵ میلیارد و ۱۷۰ میلیون ریال اعلام کرده است. یادآوری می‌شود این شرکت در دوره مشابه در سال ۹۵، مبلغ ۱۸ میلیارد و ۲۳ میلیون ریال سود خالص و ۹۰ ریال سود به ازای هر سهم شناسایی کرده بود.

زور خریداران حقیقی به فروشندگان حقوقی‌ها نرسید

استراحت شاخص کل پس از ۱۲ روز



سیدمحمدصدرالغروی
sadrgharavi@yahoo.com

در نخستین روز معاملاتی هفته شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران ۸۸ واحد افت کرد و در پایان معاملات به رقم ۸۱ هزار و ۴۲۰ واحد رسید. گروه‌های رایانه، فلزات اساسی و شیمیایی‌ها با بیشترین حجم و ارزش معاملات در صدر برترین گروه‌های صنعتی قرار گرفتند. نمادهای فولاد مبارکه اصفهان، فولاد خوزستان، معدنی و صنعتی چادرملو و کشتیرانی ایران با بیشترین تأثیر منفی بر شاخص کل، افت این متغیر را رقم زدند. این در حالی بود که نمادهای پایش نفت بندرعباس، ملی صنایع مس ایران و گسترش نفت و گاز پارسیان با بیشترین تأثیر مثبت بر شاخص کل مانع افت بیشتر این متغیر شدند.

حقیقی‌ها در فاز احتیاط

شاخص کل بورس تهران در نخستین روز معاملات هفته برخلاف روزهای قبل نتوانست روند مثبت ۱۲ روز گذشته را ادامه دهد. بورس تهران در حالی با معاملاتی کم‌حجم و کم‌تحرک در اغلب نمادها مواجه بود که غلبه عرضه از سوی معامله‌گران اغلب حقوقی باعث تقاضای معامله‌گران اغلب حقیقی باعث شد خریداران خوشبین بازار، دست به

با گروه‌های بازار سهام

در معاملات روز شنبه نمادهای گروه

فرآورده‌های نفتی، سهام شرکت‌های گروه فرآورده‌های نفتی اکثر روند رو به رشد را تجربه کردند، هر چند این روند چندان زیاد نبود اما در گروه محصولات شیمیایی اکثریت نمادها روند کاهشی در قیمت پایانی را تجربه کردند. در گروه فلزات اساسی و استخراج کانه‌های فلزی نیز اکثریت نمادها از جمله آهنی که حجم و ارزش معاملات بالایی داشتند با کاهش قیمت روبه‌رو شدند. علاوه بر این خودرویی‌ها نیز وضعیت مشابهی داشتند و حتی اکثریت نمادهای قندی وضعیت قرمز را تجربه کردند.

تثبیت آیفکس در ارتفاع ۹۲۰ واحدی

نخستین روز از دومین هفته مبادلاتی مردادماه با سبزپوشی آیفکس و بازگشایی پنج نماد معاملاتی همراه بود. روز شنبه هفتم مردادماه به موازات سبزپوشی آیفکس و تثبیت این نمادگر در ارتفاع ۹۲۰ واحدی، شاهد بازگشایی پنج نماد معاملاتی «پرداز»، «زنجان»، «نوبن»، «شکسیر» و «خودکفا» بودیم که این بازگشایی‌ها در پی برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام با محدودیت دامنه نوسان قیمتی تا سقف ۵۰ درصد صورت گرفت. در این میان نماد «پرداز» علاوه بر اینکه در صدر جدول بیشترین افزایش قیمت قرار گرفت، با یک واحد تأثیر مثبت، بیشترین



بازار سرمایه در احاطه اخبار خوش

نظر می‌رسد بستر بنیادی و تکنیکال رشد کمی و کیفی بازار سرمایه مهیاست، و به دلیل چشم‌انداز مثبت ایجاد شده، فعالان به استقبال ورود نقدینگی تازه نفس به بازار نشستند. در عین حال سود نقدی شرکت‌ها در سال ۹۶، بیش از ۲۷۶ هزار و ۲۰۰ میلیارد ریال بوده که از این میزان در تیرماه، تقریباً بیش از ۱۴۵ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال سود نقدی تصویب شده که این عدد در تیر ماه سال گذشته ۸۷ هزار و ۲۰۰ میلیارد ریال بوده است. افزایش تصویب سود نقدی نشانگر وضعیت بهتر شرکت‌ها نسبت به سال گذشته در سودآوری و نقدینگی است. سودهای تصویبی باید به سهامداران پرداخت شود و این نیازمند نقدینگی کافی است؛ بنابراین این امر می‌تواند یکی از نشانه‌های ایجاد رونق در بازار به واسطه بهتر شدن شرایط بنیادی شرکت‌ها باشد. در کنار برگزاری مجامع، شرکت‌ها اقدام به ارائه گزارشات فصلی و تعدیل پیش‌بینی سود بر مبنای آن کردند که از نظر بازار این گزارش‌ها بسیار مطلوب و مورد توجه بوده و چشم‌انداز مثبتی برای روزهای پیش رو برای فعالان بازار ایجاد کرده است. از حیث گزارش‌ها و همراهی بازارهای جهانی، گروه فلزات اساسی و کانه‌های فلزی بهترین گروه در تیرماه بودند. از این گروه ۱۸ نماد دوچندانی در دل خود را منتشر کردند که از این بین

هشت نماد با تعدیل مثبت همراه بودند و تنها یک نماد تعدیل منفی داد. در کنار این موضوع تصمیم فدرال رزرو مبنی بر ادامه روند موجود و عدم افزایش نرخ بهره در آمریکا، چالش‌های پیش آمده برای ترامپ به دلیل اتهاماتی مبنی بر رابطه تیم او با روسیه و تحقیقات نهادهای نظارتی در این باره شاخص دلار کاهش پیدا کرد که این امر باعث تقویت حرکت رو به بالای فلزات شد. آمارهای اقتصادی چین نشان می‌دهد که این کشور رشدی بیشتر از پیش‌بینی‌ها داشته که این امر نیز نوید افزایش تقاضای کشور چین را داد و همه این مسائل باعث قوت گرفتن روند رو به رشد فلزات از جمله افزایش قیمت سنگ آهن و فولاد شد. فعالان گروه سیمانی نیز عموماً توجه ویژه‌ای به رویدادهای کشور عراق دارند و شاید مهم‌ترین خبر سیاسی منطقه برای این گروه، آزادسازی موصل بود، چراکه فعالان این صنعت عقیده دارند پس از ایجاد امنیت در عراق نوبت بازسازی این کشور است و در این رهاورد شرکت‌های سیمانی ایران نیز سهم قابل توجهی خواهند داشت. در گروه بانک، تعویق افتادن زمان برگزاری مجامع ابهامات را به اوج رسانده است. خبر مهم دیگر این گروه در تیرماه، مربوط به نرخ سود بانکی بود؛ سیاست‌گذاران بانکی تصمیم به تغییر مدل پرداخت سود بانکی گرفته‌اند که طبق آن پرداخت براساس نرخ سود

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

تولیدی کاشی تکسرام در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که آهنگری تراکتورسازی ایران در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کترام	۳,۳۷۷	۲۰,۹۵
خاهن	۲,۴۹۵	۸,۳۸
شبندر	۴,۷۵۵	۵,۶
وتوصا	۱,۶۸۲	۴,۹۹
البرز	۱,۲۴۱	۴,۹۹
خلت	۵,۱۱۶	۴,۹۹
بموتو	۵,۲۱۰	۴,۸۱

بیشترین درصد کاهش

پارس سویج صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. معادن بافق در رده دوم این گروه ایستاد. سرمایه‌گذاری صنعت بیمه هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
بسویج	۸,۳۴۰	(۴,۹۹)
کیافق	۱۲,۷۲۳	(۴,۹۸)
ویبمه	۲,۴۴۸	(۴,۹۱)
فسرب	۲,۸۲۶	(۴,۸۸)
کشیر	۵,۵۲۱	(۴,۷۶)
پلاسک	۹۸۲	(۴,۶۶)
قشهد	۷,۴۵۵	(۴,۵۶)

پرمعامله‌ترین سهم

ملی صنایع مس ایران پرمعامله‌ترین سهم بازار بورس شناخته شد. تولیدی کاشی تکسرام در رده دوم این گروه ایستاد. فولاد مبارکه اصفهان هم در رده‌های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
فملی	۱۸۵۴	۴۰۰۱۳
کترام	۳۳۷۷	۱۷,۴۷۰
فولاد	۱۶۴۴	۱۷,۰۰۸
شبندر	۴۷۵۵	۱۷,۰۰۶
خیارس	۹۰۶	۱۵,۶۵۶
شپلی	۵۴۷	۱۴,۰۸۵
کسپاچ	۷۰۰	۱۰,۱۰۰

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را به پرداخت ملت به خود اختصاص داد. پایش نفت بندرعباس رتبه دوم را به دست آورد. ملی صنایع مس ایران هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
پرداخت	۲۲۵۹۴	۱۹۱,۱۸۹
شبندر	۴۷۵۵	۸۰,۸۶۳
فملی	۱۸۵۴	۷۴,۲۰۲
کترام	۳۳۷۷	۵۸,۹۹۷
پاکشو	۱۵۷۴۹	۳۱,۳۳۲
فولاد	۱۶۴۴	۲۷,۹۵۷
پکرمان	۳۲۰۰	۲۵,۳۰۵

بیشترین سهام معامله شده

به پرداخت ملت در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که ملی صنایع مس ایران در این گروه دوم شد و سرامیک‌های صنعتی اردکان در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
پرداخت	۲۲۵۹۴	۱۲۷۰۵
فملی	۱۸۵۴	۲۱۰۲
کسرا	۳۲۵۰	۱۱۹۹
کترام	۳۳۷۷	۱۱۸۱
خیارس	۹۰۶	۱۱۶۹
شبندر	۴۷۵۵	۱۱۶۶
فولاد	۱۶۴۴	۱۱۶۵

بالترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته داروسازی زاگرس فارمد پارس به دست آورد. سایپا شیشه در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
ددام	۵۱۹۶	۱۰۳۹
کسپا	۱۹۹۵	۹۹۸
خمخور	۲۳۵۹	۵۹۰
خکمک	۹۲۵	۴۶۸
خریخت	۱۱۷۶	۳۹۲
خلت	۵۱۱۶	۳۶۵
قنات	۱۶۶۹	۳۳۴

کمترین نسبت P/E

روز گذشته سرمایه‌گذاری خوارزمی در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. شیشه و گاز جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
خوارزم	۷۵۹	۲۰,۲
کاز	۴۵۸۱	۲,۱۷
پردیس	۱۰۹۳	۳,۲۷
ویانک	۱۷۶۲	۳,۳۹
ورنا	۱۰۴۳	۳,۴۸
ما	۱۶۷۶	۳,۷۲
وصنا	۱۱۴۰	۳,۷۷



رفع فیلتر توییتر را در دستور کار کمیته فیلترینگ بگذارند، دولت به آن رأی خواهد داد

محمود واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در مورد فیلترینگ توییتر گفت من گفته‌ام در توییتر تعدادی از صفحات هست که برخی از آن استفاده می‌کنند و فیلتر آن در اختیار دولت و وزارت ارتباطات نیست و باید کارگروه تعیین مصادیق برای رفع فیلتر توییتر تصمیم بگیرد. وی در واکنش به اظهارات محسنی اژه‌ای، سخنگوی قوه قضاییه مبنی بر اینکه دولت بیش از هر ارگان دیگری حق رأی در کمیته تعیین مصادیق فیلترینگ دارد و می‌تواند در این مورد اظهار نظر کند، تصریح کرد: مشکلی نیست، پس رفع فیلتر توییتر را در دستور کار قرار دهند و ما حتما شرکت می‌کنیم و نسبت به آن رأی می‌دهیم و سوال اینجاست که چرا این مسئله را در دستور کار این کمیته قرار نمی‌دهند.

اینترنت نامحدود تا دو هفته آینده عرضه خواهد شد

معاون وزیر ارتباطات اعلام کرد که تا دو هفته آینده، اینترنت به روش جدید اینترنت نامحدود ارائه خواهد شد. معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات بعد از تصویب روش عرضه اینترنت نامحدود در کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات، اعلام کرد که این مصوبه در هفته جاری به تمام شرکت‌هایی که در حوزه اینترنت فعال هستند ابلاغ خواهد شد و پس از آن، ارائه‌دهندگان سرویس‌های اینترنتی یک هفته برای اجرای مصوبه عرضه اینترنت نامحدود فرصت خواهند داشت. پس از تصویب این طرح، قرار بود یک بازه چند هفته‌ای برای اجرایی کردن آن در نظر گرفته شود، ولی این‌طور به نظر می‌رسد که تا دو هفته آینده، شیوه عرضه اینترنت در کشور تغییر خواهد کرد و طرح جدید جایگزین طرح فروش اینترنت به‌صورت حجمی خواهد شد. تغییر در روش عرضه به دلیل افزایش تقاضا برای استفاده از اینترنت در ایران و به‌خصوص تغییر الگوی مصرف ایرانیان در زمینه استفاده از اینترنت است. براساس این طرح، کاربران می‌توانند سرویس مورد نظر خود را براساس سرعت خریداری کنند و دیگر نیازی به خرید حجم نیست. این موضوع به معنای استفاده نامحدود نیست زیرا به گفته علی اصغر عمیدیان، در تکنولوژی چیزی به‌عنوان نامحدود وجود ندارد. طبق اعلام مسئولان، براساس مدل نهایی، هر بسته اینترنتی شامل یک کف و یک سقف سرعت است و برای حفظ کیفیت و سرعت ADSL، سرعت سرویس نباید از کف کمتر باشد و این موضوع در این مدل تضمین شده است. سرعت این بسته‌ها شامل تا دو مگابیت بر ثانیه، تا شش مگابیت بر ثانیه و ۱۶ مگابیت بر ثانیه است.

سامسونگ: گلکسی نوت ۸ بهترین دستگاه چندرسانه‌ای خواهد بود

به اعتقاد سامسونگ، گلکسی نوت ۸ بهترین دستگاه برای افرادی است که از گوشی برای مصارف چندرسانه‌ای استفاده می‌کنند. به گزارش زومیت، سامسونگ علاوه بر انتشار گزارش مالی خود، از استراتژی‌های این کمپانی برای نیمه دوم سال برده برداشته است. این شرکت انتظار دارد میزان تقاضا برای گوشی هوشمند و تبلت در نیمه دوم سال ۲۰۱۷ با افزایش روبه‌رو شود. علت این ادعا را می‌توان فصل تعطیلات دانست، اما ناگفته نماند که رقابت بین هم‌نایان این غول کره‌ای همچنان داغ است. اما شاید در حال حاضر مهم‌ترین خبر در مورد سامسونگ، معرفی فیلت جدید این کمپانی طی ماه آتی باشد که بعد از اجرای گلکسی نوت ۷، بسیاری منتظر رونمایی از این دستگاه هستند. علاوه بر این، سامسونگ اعلام کرده است که همچنان سخت تلاش می‌کند تا بتواند میزان فروش گلکسی اس ۸ را در سطح بالایی نگه دارد. مدیر اجرایی سامسونگ گفته است: سری گلکسی نوت که نخستین بار سال ۲۰۱۱ معرفی شد، امکانات زیادی چون نمایشگر بزرگ و قلم اس پن را در قالب یک گوشی هوشمند ارائه داده است اما حالا این دستگاه پیشرفته‌تر از گذشته خواهد بود و عملکردهای بهتری در حوزه مالتی‌مدیا خواهد داشت.

اپل با پرداخت ۲ میلیارد دلار، به اختلافاتش با نوکیا پایان داد

براساس اعلام نوکیا، شرکت اپل مبلغ ۲ میلیارد دلار به‌عنوان بخشی از روند حل اختلافات حقوقی بین دو شرکت پرداخت کرده است. به نظر می‌رسد اپل و نوکیا به اختلاف حقوقی خود پایان داده‌اند. جزئیات مربوط به مصالحه این دو کمپانی در دست نیست، البته نوکیا اطلاعات بیشتری در مورد چگونگی همکاری با اپل ارائه داده است. اواخر ماه مه، اپل و نوکیا اعلام کردند که این دو شرکت به راهی برای حل و فصل اختلافات دست یافته‌اند و با گسترش روابط خود، با یکدیگر همکاری می‌کنند. جف ویلیامز، مدیر اجرایی ارشد اپل، گفته است: «ما از مذاکرات انجام‌شده برای حل مشکلات راضی و منتظر گسترش روابط تجاری خود با نوکیا هستیم.»

در یک هفته گذشته بحث‌های مربوط به انتقال سرور تلگرام به ایران و اظهارات اخیر مطرح شده از سوی معاون قضایی دادستان کل کشور و دبیر کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه در خصوص این پیام‌رسان، فعالیت آن در کشور را وارد فاز جدیدتری کرده است.

به گزارش ایسنا، روزنامه ایران نوشت: عبدالصمد خرم‌آبادی چهارشنبه هفته گذشته در اجلاس ملی پیشگیری و مقابله با جرائم سایبری و در جمع خبرنگاران با اشاره به پیام‌رسان تلگرام اعلام کرد که اگر وزیر ارتباطات اقدامی نسبت به اجرای دستورهای قضایی درباره محتوای مجرمانه این پیام‌رسان به عمل نیاورد، پس از کسب اجازه از دادستان علیه او اعلام جرم خواهد کرد. او در ادامه اعلام کرده که چرا وزیر ارتباطات مدیر تلگرام را ملزم به اجرای دستور فیلتر کانال منافقین و امثال آن نمی‌کند و چرا از اقدام تلگرام درباره فیلتر نکردن این کانال‌ها دفاع می‌کند؟ اما این تنها واکنش و نگرانی نسبت به ادامه فعالیت تلگرام در کشور نیست.

انتقال سرور یا CDN؟

این نخستین بار نیست که فعالیت تلگرام در کشور با اما و اگرهای بی‌پایان روبه‌رو می‌شود. از زمان کوچ کاربران از پیام‌رسان وایبر به دلیل کند شدن این سرویس در کشور (سال ۹۴) تاکنون این پیام‌رسان در ایران فرازنشیب فراوانی را پشت سر گذاشته است. تلگرام در دو سال گذشته بارها از سوی کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه و در رأس آن، دبیر این کارگروه یعنی عبدالصمد خرم‌آبادی تهدید به فیلتر شده است اما در نهایت به دلایل مختلف از جمله به حد نصاب نرسیدن اعضای کارگروه تعیین مصادیق مجرمانه برای رأی‌گیری، از فیلتر شدن جان سالم به در برده اما حالا ایجاد محدودیت برای

شرکت آمازون اعلام کرد وزارتخانه‌های بازرگانی و خزانه‌داری دولت آمریکا در حال تحقیق در مورد فروش‌های مرتبط با ایران این شرکت هستند و آمازون ممکن است با جریمه‌هایی مواجه شود. به گزارش خبرگزاری تسنیم به نقل از پایگاه خبری سلیکون بیت، براساس تحقیقات فدرال در مورد نقض احتمالی تحریم‌های آمریکا علیه ایران، شرکت آمازون اذعان کرده که حداقل به یک نفر که در لیست سیاه دولت آمریکا در مورد افراد و نهادهای مرتبط با تروریسم قرار داشته، کالای مصرفی

قصة «تلگرام» در ایران پایان ندارد



این پیام‌رسان وارد فاز جدیدتری شده است.

و رئیس سازمان فناوری اطلاعات در حاشیه برگزاری بیست‌وسومین نمایشگاه ال‌کامپ در یک نشست خبری اعلام کرد با مذاکراتی که وزارت ارتباطات با مسئولان تلگرام داشته، این شبکه پیام‌رسان موبایلی پذیرفته است که سرورهای خود را به ایران منتقل کند اما چند ساعت بعد از این اظهارات، محمود واعظی، وزیر ارتباطات در همین نمایشگاه با رد صحبت‌های معاونین اعلام کرد که هنوز هیچ اقدام عملی در خصوص انتقال سرور تلگرام به ایران صورت نگرفته است. در ادامه نیز «پاول روز می‌گویند سرور تلگرام باید به کشور بیاید و روز دیگر می‌گویند ورود سرورها مصداق نفوذ و جاسوسی است. معلوم است مشکل جای دیگری است و وقتی ما می‌گوییم تفکر ایشان بر انسداد فضای مجازی است، واکنش نشان می‌دهند.»

جریمه «آمازون» بابت نقض تحریم ایران

فروخته است. این شرکت آمریکایی فعال در زمینه تجارت الکترونیک، در گزارش مالی سه ماهه خود که دیروز منتشر کرده فاش ساخته که حدود ۳۰۰ دلار کالای مصرفی به فردی فروخته که به موجب دستور اجرایی شماره ۱۳۲۲۴ رئیس‌جمهور آمریکا در فهرست افراد مرتبط با تروریسم قرار داشته است.

شرکت آمازون در گزارش ماه فوریه خود نیز فروش ۱۳۰۰ دلار کالا به یک فرد مرتبط با ایران و تحت

از این توییت، دوروف در یادداشتی که در کانال تلگرامی خود منتشر کرد، خبر از انتقال CDها داد که باید گفت این CDNها، کار جابه‌جایی داده‌های عمومی را ساده می‌کنند.

CDNها در واقع کار اتصال سرورهای تلگرام به کاربران را بر عهده دارند و این در حالی است که در سرورها اطلاعات خصوصی کاربران نگهداری می‌شود. البته روز گذشته نیز تلگرام رسماً استقرار سرورهای CDN رمزگذاری شده در ایران برای میزبانی عکس‌ها و فیلم‌های کانال‌هایی با اعضای بیش از ۱۰۰ هزار نفر را با هدف افزایش سرعت تأیید کرد.

اما حالا بعد از این اتفاقات و درحالی‌که دبیر کمیته فیلترینگ در گفت‌وگوهای مختلف خود طی یک سال گذشته اعلام کرده بود باید سرورهای تلگرام به ایران منتقل شود، با بحث‌های مطرح شده در چند روز گذشته و شنیده شدن زمزمه برای این انتقال (هر چند در حال حاضر تنها CDNهای رمزنگاری شده به ایران منتقل می‌شود) ظاهراً نظر وی تغییر کرده است. وی اعلام کرده همان‌گونه که واردات و قاچاق افسار گسیخته کالا، تولید ملی را فلج کرده، فعالیت قاچاق و غیرقانونی تلگرام و حتی ورود سرورهای این شبکه اجتماعی بیگانه به داخل کشور نیز در شرایط فعلی موجب ضررهای جبران‌ناپذیر به اقتصاد در فضای مجازی خواهد شد.

این حرف‌های ضد و نقیض در نهایت با واکنش وزیر ارتباطات مواجه شد. او در گفت‌وگویی اعلام کرد: «ایشان بالاخره تکلیف خود را مشخص کنند که یک روز می‌گویند سرور تلگرام باید به کشور بیاید و روز دیگر می‌گویند ورود سرورها مصداق نفوذ و جاسوسی است. معلوم است مشکل جای دیگری است و وقتی ما می‌گوییم تفکر ایشان بر انسداد فضای مجازی است، واکنش نشان می‌دهند.»

افراد دیگری هستند که نام‌شان در دستور اجرایی مذکور ذکر شده است و این شرکت ممکن است با جریمه‌هایی مواجه شود.

به گفته شرکت آمازون، کالاهای فروخته شده به این اشخاص شامل کتاب، رسانه‌های دیگر، لباس، لوازم الکترونیکی و آشپزخانه، جواهرات، اسباب‌بازی، خودرو، لوازم آرایشی و بهداشتی، لوازم باغبانی و آلات موسیقی بوده است.

آمازون گفته به ارائه خدمات به مشتریان مشکل‌ساز مرتبط با ایران خود پایان داده است.



نمایشگر هوآوی Mate 10 به صورت تمام صفحه طراحی خواهد شد

نمایشگر هوآوی Mate 10 براساس گفته‌های یک مقام مسئول بدون حاشیه خواهد بود. این گفته شایعات پیشین پیرامون صفحه نمایش هوآوی میت ۱۰ را تأیید می‌کند. طبق روال گذشته هوآوی انتظار داریم پرچمدار جدید سری Mate این شرکت با نام میت ۱۰ معرفی شود. رئیس بخش مصرف‌کننده شرکت، آقای ریچارد یو (Richard Yu)، در جریان یک مصاحبه با تأیید این نام برای پرچمدار جدید هوآوی، اعلام کرد این گوشی موبایل به یک نمایشگر تمام صفحه مجهز خواهد شد.

اگرچه تا پیش از این مجهز شدن هوآوی میت ۱۰ به یک نمایشگر لبه به لبه به خاطر شایعات منتشر شده پیرامون آن در حاله‌ای از ابهام قرار داشت، اما اکنون گفته‌های رسمی یک مقام مسئول همه ابهامات را رفع کرده است.

وزیر ارتباطات از وعده بانک مرکزی برای راه‌اندازی کامل خدمات پرداخت با موبایل خبر داد

وزیر ارتباطات در حساب کاربری خود در شبکه اینستاگرام با اشاره به دیدارش با رئیس کل بانک مرکزی، از توافق در زمینه ارائه خدمات پرداخت موبایل خبر داد.

به گزارش تسنیم، دکتر واعظی در این رابطه نوشت: روز گذشته جلسه بسیار خوبی با آقای سیف، رئیس کل بانک مرکزی برای همکاری بیشتر، ترغیب و تسریع پرداخت‌های الکترونیک روی تلفن همراه داشتم.

وزیر ارتباطات اظهار داشت: دوستان بانک مرکزی قول داده‌اند هرچه زودتر نسبت به کامل کردن پرداخت از طریق تلفن همراه اقدام کنند و افزود: تحقق بسیاری از خدمات دولت الکترونیک و دولت همراه، منوط به اجرایی شدن این موضوع است.

دکتر واعظی همچنین اضافه کرد: با توجه به اینکه امروز مردم بیشتر امور خود را با تلفن همراه انجام می‌دهند، ایجاد و راه‌اندازی دولت همراه مورد نظر است، و این‌شاهه‌ها با همکاری همه بخش‌های دولت به‌زودی شاهد راه‌اندازی فاز نخست آن خواهیم بود. گفتنی است طبق اظهارات هفته قبل وزیر ارتباطات، فاز نخست خدمات دولت الکترونیک و دولت همراه طی هفته جاری به صورت همزمان به بهره‌برداری خواهد رسید.

عرضه سه سیم‌کارت جدید اپراتور مجازی تا چند روز دیگر

معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی از ارائه سیم‌کارت سه اپراتور مجازی در روزهای آینده خبر داد. به گزارش هم رسان به نقل از ایسنا، صادق عباسی شاهکوه درباره تعداد اپراتورهای مجازی فعال در کشور بیان کرد: تا به امروز پنج پروانه صادر کرده‌ایم و ۲۰ موافقت انجام شده که هنوز به صدور پروانه منجر نشده است. همچنین سه اپراتور آماده ارائه سیم‌کارت هستند که در روزهای آتی شاهد عرضه سیم‌کارت آنها به بازار خواهیم بود.

وی در نمایشگاه ال‌کامپ درباره شکل‌گیری اپراتورهای مجازی در کشور گفت: هدف اصلی از راه‌اندازی و شکل‌گیری اپراتورهای مجازی دو نکته بسیار مهم بود؛ اول اینکه ما در نظر داشتیم بازار رقابتی در حوزه موبایل را بهبود بخشیم، زیرا اپراتورهای اصلی که به BTS (دکل‌های مخابراتی فرستنده و گیرنده) نیاز دارند، هزینه بسیار بالایی می‌خواهند و این به صلاح کشور نبود اما از سمت مشترکان ما نیاز اساسی به بحث رقابت داشتیم و در این گام اپراتور مجازی بهترین تصمیم بود.

معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی افزود: نکته دوم پیدایش اپراتورهای مجازی این بود که اپراتورهای صاحب شبکه کمتر سراغ فضای تخصصی و بسترسازی لازم در این حوزه می‌روند و ما امیدواریم اپراتورهای مجازی که نگران زیرساخت و شبکه نیستند، انرژی بیشتری برای مباحث تخصصی بگذارند تا مردم از خدمات جدید بهره‌مند شوند. عباسی شاهکوه با اشاره به فضای رقابتی میان اپراتورها گفت: طبیعی است که چندان رقابتی میان اپراتورهای اصلی با اپراتورهای مجازی صورت نگیرد. علت آن هم این است که اپراتورهای اصلی دارای زیرساخت و شبکه هستند و تمرکز اپراتورهای مجازی روی سرویس و خدمات به کاربران است. بنابراین این دو از لایه‌های مختلفی تشکیل شده‌اند و قاعدتاً نباید با هم رقابت کنند.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: البته اگر اپراتورهای مجازی بخواهند به سمت رقابت با اپراتورهای اصلی بروند، شکست خواهند خورد اما اگر تمرکز اپراتورهای مجازی روی خلاقیت و نوآوری بر سرویس‌ها و خدمات به کاربران باشد قطعاً شاهد اتفاقات مطلوب خواهیم بود.



فناوری خلاق



سامسونگ و عرضه نسخه ویژه ساعت Gear S3 Frontier با همکاری TUMI

رشد ۱۸۸۵ درصدی واردات خودروهای هیبریدی به ایران

با ورود ۲۷۵۰ دستگاه خودرو هیبریدی در چهارماهه نخست سال جاری، اکنون این خودروها به عنوان محصولات عمده وارداتی به شمار می آیند.

به گزارش فارس، طبق اطلاعات به دست آمده از میزان ارزش کالاهای عمده وارداتی، در چهار ماه نخست سال جاری، بیش از ۲۷۵۰ دستگاه خودروی هیبریدی با حجم موتور ۱.۵ تا ۲ لیتر و به ارزش ۷۹ میلیون و ۴۹۰ هزار دلار از گمرک ایران ترخیص شده اند؛ این در حالی است که در مدت مشابه سال ۹۵، تنها ۴.۱ میلیون دلار خودروهای هیبریدی وارد کشور شده بود. بدین ترتیب در شش ماهه امسال، میزان واردات خودروهای هیبریدی به ایران بیش از ۱۸۸۵ درصد افزایش تجربه خواهد کرد.

از آنجایی که تعرفه واردات خودروهای هیبریدی به مراتب کمتر از خودروهای تمام بنزینی است، تقاضا برای این خودروها به شکل روزافزون افزایش پیدا می کند و بدین ترتیب برای نخستین بار رکوردی بی نظیر در رده محصولات وارداتی به کشور را به نام خود ثبت کرده است؛ به نحوی که این خودروها اکنون به عنوان محصولات عمده وارداتی شناخته می شوند.

در همین حال، تعداد ۱۵،۵۴۲ دستگاه خودروی غیرهیبریدی با حجم موتور ۱.۵ تا ۲ لیتر در مدت مشابه وارد کشور شده اند که این در این بخش نیز شاهد رشد ۱۳۰ درصدی هستیم. این در حالی است که در مدت مشابه سال ۹۵ و دو ردیف تعرفه خودروهای ۱.۵ تا ۲ لیتر و تا ۵.۲ لیتر، در مجموع حدود ۱۵ هزار دستگاه خودرو وارد کشور شده بود.

پیشرفته ترین خط تولید ترمز ABS در ایران راه اندازی می شود

قرارداد داخلی سازی ABS (سیستم ترمز ضد قفل) در ایران به زودی میان شرکت های رنو پارس، یک تامین کننده مطرح اروپایی و یک شرکت ایرانی به امضا خواهد رسید. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، در گام بعدی قرار است این همکاری منجر به داخلی سازی EPS (نسل پیشرفته سیستم ترمز ایمن) شود. قرار است خط تولید ترمزهای ABS و ESP در یک شرکت ایرانی راه اندازی شده و ظرف مدت یک سال به بهره برداری برسد. این پروژه سه فاز خواهد داشت: فاز اول یعنی مونتاژ کامل در سال ۲۰۱۸ اجرایی خواهد شد و طی دو سال بعد داخلی سازی عمیق نیز صورت خواهد گرفت.

به لحاظ فنی، ABS پیشرفته ترین قطعه خودرو است که قرار است در ایران داخلی سازی شود. پس از موتور و گیربکس این سومین قطعه کلیدی خودرو است که داخلی سازی آن توسط رنو در ایران انجام می شود. در حال حاضر برای تمامی محصولات تولیدی رنو در ایران شامل تندر ۹۰، تندر ۹۰ پیکاپ، ساندرو و ساندرو استپ وی از ترمز ABS استفاده می شود. برای محصولات آتی رنو در ایران نیز قرار است از ترمز ESP استفاده شود که مطابق پروژه پیش رو، هر دو قطعه داخلی سازی خواهند شد.

۳ عامل رکودشکنی در بازار وارداتی ها

بازار وارداتی ها صعودی شد. «افزایش ۶۰۰ هزار تومانی قیمت خودروهای فرسوده، حذف شرکت های واردکننده متفرقه خودرو از لیست واردات و تعلیق ثبت سفارش واردات خودرو از سوی نمایندگی های رسمی» را می توان سه عامل رکودشکنی وارداتی ها در بازار دانست؛ عواملی که موجب شد برخی از وارداتی ها در بازار افزایش چند میلیونی قیمت را تجربه کنند.

اواخر سال گذشته و در راستای ساماندهی بازار خودروهای وارداتی وزارت صنعت، معدن و تجارت اقدام به حذف شرکت های واردکننده متفرقه خودرو که در بازار خودرو به عنوان گری مارکت شناخته می شوند از لیست واردکنندگان خودرو کرد؛ روندی که موجب شد با گذشت شش ماه از تصمیم خلق الساعه این وزارتخانه، شاهد برهم خوردن تعادل میان عرضه و تقاضا باشیم که این امر را می توان یکی از عوامل افزایش قیمت خودروهای وارداتی اعلام کرد. اقدام صورت گرفته در همان ابتدای امر هشدار برخی از کارشناسان بازار را به همراه داشت، با این حال مسئولان سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان ضمن رد اثرپذیری بازار خودرو از حذف شرکت های گری مارکت اعلام کردند که افزایش قیمت خودروهای وارداتی به واسطه کمبود خودرو و خروج گری مارکتها از بازار خودروهای وارداتی نیست و براساس ماده ۴ قانون حمایت از مصرف کنندگان به صراحت اعلام شده که واردات خودرو باید تنها از طریق نمایندگی های مجاز دارای شبکه خدمات پس از فروش صورت گیرد.

شورای رقابت: به قیمت گذاری خودروهای خارجی ورود نخواهیم کرد



رضا شیوا، رئیس شورای رقابت، نسبت به صحبت های رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی تهران مبنی بر لزوم کاهش قیمت خودروهای وارداتی توسط شورای رقابت، واکنش نشان داد.

روغنی، رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی تهران، اخیراً و طی مصاحبه ای اعلام کرده بود که شورای رقابت باید در بحث قیمت گذاری خودروهای خارجی نیز ورود کند و قیمت این خودروها را کاهش دهد.

به گزارش تسنیم، وی با انتقاد از عملکرد شورای رقابت، این سازمان را یک داستان کهنه نامیده بود که به طور مستقیم و از طریق قیمت گذاری، بر بازار تاثیر می گذارد و به این ترتیب در روند تعیین قیمت توسط بستر اقتصادی کشور خلل ایجاد می کند. روغنی با کنایه به قیمت خودروهای داخلی، اعلام کرده بود که «با ۱۰ هزار دلار در خارج از کشور می توان خودروی خارجی خوب و با امکانات روز خرید، اما برای خرید همان خودرو در داخل باید بیش از ۱۰۰ میلیون تومان هزینه کرد.»

در جدیدترین واکنش به این صحبت ها، روز گذشته رضا شیوا در مصاحبه با خبرگزاری تسنیم در این زمینه نکاتی را بیان کرده است. رضا شیوا، رئیس

شورای رقابت، ضمن بیان این مطلب که افرادی که به دنبال انحصارگرایی هستند، همواره با فعالیت شورای رقابت مخالفت کرده اند، نسبت به اظهارات اخیر روغنی و انتقاد وی از شورای رقابت واکنش نشان داد.

کهنه های نیست و به نوعی داستانی جدید در حوزه قیمت گذاری است، اظهار داشت: این شورا اقدامات لازم جهت ایجاد فضای رقابتی را همواره در دستور کار خود داشته است. ما تنها در مواردی ورود خواهیم کرد که شرایط انحصاری در حال رقم خوردن باشد. از این رو هیچ کس نمی تواند به شورای رقابت وظایفش را تذکر دهد؛ چرا که قانون به وضوح وظایف این شورا را تشریح کرده است. همواره کسانی که موافق انحصارگرایی هستند با فعالیت این شورا مخالفت می کنند.

رئیس شورای رقابت نسبت به صحبت های انجام شده مبنی بر قیمت های بالای خودروهای داخلی و اینکه با ۱۰ هزار دلار در خارج از کشور می توان خودروی خوب و با امکانات و تکنولوژی روز خریداری کرد، اذعان داشت: به شخصه تصور نمی کنم با ۱۰ هزار دلار بتوان خودرویی با کیفیت و خوب در خارج از کشور خریداری کرد.

شیوا اعلام کرد که شورای رقابت هیچ گاه موافق قیمت گذاری خودرو نبوده است و تنها شرایط انحصاری بازار در مورد تعداد محدودی از خودروها، این شورا را مجبور به دخالت کرده و در این راستا نیز دستورالعمل های لازم تهیه و تدوین شده است.

شیوا در مصاحبه با خبرنگار تسنیم اظهار داشت: اظهارات برخی از دوستان اتاق بازرگانی مبنی بر لزوم کاهش قیمت خودروهای وارداتی توسط شورای رقابت، کاملاً نسنجیده است؛ چراکه اصولاً این سازمان به بحث قیمت گذاری

شیوا در مصاحبه با خبرنگار تسنیم اظهار داشت: اظهارات برخی از دوستان اتاق بازرگانی مبنی بر لزوم کاهش قیمت خودروهای وارداتی توسط شورای رقابت، کاملاً نسنجیده است؛ چراکه اصولاً این سازمان به بحث قیمت گذاری

ایران، هجدهمین خودروساز جهان

دستگاه، مربوط به بخش خودروهای سواری است. براساس این گزارش، کشور چین با تولید ۲۸،۱۱۸،۰۰۰ دستگاه خودرو در رتبه اول قرار دارد. در رتبه دوم آمریکا با تولید ۱۲،۱۹۸،۰۰۰ دستگاه خودرو و در رتبه سوم ژاپن با ۹،۲۰۴،۰۰۰ دستگاه خودرو تولیدی قرار دارند. کشورهای آلمان با تولید تقریبی ۶ میلیون، هند با ۴.۵ میلیون، کره جنوبی با ۴.۲ میلیون، مکزیک با ۳.۵ میلیون، اسپانیا با ۲.۸ میلیون، کانادا با ۲.۳ میلیون و برزیل با تولید ۲.۱ میلیون دستگاه خودرو در سال ۲۰۱۶،

دستگاه، مربوط به بخش خودروهای سواری است. براساس این گزارش، کشور چین با تولید ۲۸،۱۱۸،۰۰۰ دستگاه خودرو در رتبه اول قرار دارد. در رتبه دوم آمریکا با تولید ۱۲،۱۹۸،۰۰۰ دستگاه خودرو و در رتبه سوم ژاپن با ۹،۲۰۴،۰۰۰ دستگاه خودرو تولیدی قرار دارند. کشورهای آلمان با تولید تقریبی ۶ میلیون، هند با ۴.۵ میلیون، کره جنوبی با ۴.۲ میلیون، مکزیک با ۳.۵ میلیون، اسپانیا با ۲.۸ میلیون، کانادا با ۲.۳ میلیون و برزیل با تولید ۲.۱ میلیون دستگاه خودرو در سال ۲۰۱۶،

دستگاه، مربوط به بخش خودروهای سواری است. براساس این گزارش، کشور چین با تولید ۲۸،۱۱۸،۰۰۰ دستگاه خودرو در رتبه اول قرار دارد. در رتبه دوم آمریکا با تولید ۱۲،۱۹۸،۰۰۰ دستگاه خودرو و در رتبه سوم ژاپن با ۹،۲۰۴،۰۰۰ دستگاه خودرو تولیدی قرار دارند. کشورهای آلمان با تولید تقریبی ۶ میلیون، هند با ۴.۵ میلیون، کره جنوبی با ۴.۲ میلیون، مکزیک با ۳.۵ میلیون، اسپانیا با ۲.۸ میلیون، کانادا با ۲.۳ میلیون و برزیل با تولید ۲.۱ میلیون دستگاه خودرو در سال ۲۰۱۶،

هند تغییر مسیر خواهد داد. چند روز پیش و در مراسم افتتاح کارخانه ایران خودرو کرمانشاه، محمدرضا نعمت زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد که یکی از مهم ترین سیاست های این وزارتخانه، رسیدن به تولید سالانه ۳ میلیون دستگاه خودرو است و طی سال گذشته نیز تولید خودروی ایران رشد داشته؛ به نحوی که در چهارماهه نخست سال جاری، ۲۰ درصد افزایش تولید خودرو در داخل کشور رخ داده است و احتمال داده می شود این میزان تا پایان سال به ۲۵ درصد نیز برسد.

آغاز فروش محصولات اوپل در ایران

از هفته جاری، محصولات شرکت خودروسازی اوپل توسط سایپا موتور به عنوان نماینده رسمی این شرکت آلمانی در ایران به فروش خواهد رسید.

به گزارش خودرو بانک، براساس شنیده ها، شرکت سایپا موتور توانسته است نمایندگی رسمی محصولات اوپل در ایران را به دست آورد و از همین هفته، برخی از خودروهای این شرکت آلمانی در ایران به فروش خواهند رسید. نخستین خودرویی که توسط سایپا موتور در ایران عرضه خواهد شد، کراس اور موکا (Opel Mokka) خواهد بود که در دو تیپ مختلف روانه جاده های کشور خواهد شد. کامل ترین نسخه این خودرو به پیشران توربوشارژر با قدرت ۱۵۲ اسب بخار مجهز است و نسخه دوم که با نام ادیشن (Edition) به متقاضیان تحویل خواهد شد، از پیشران توربوشارژر با توان خروجی ۱۴۰ اسب بخار بهره می برد. خودروی دیگری که در برنامه های سایپا موتور جهت عرضه در بازار خودروی داخلی قرار دارد، سدان پر قدرت و لوکس اوپل با نام اینسینگنیا (insignia) خواهد بود که اخیراً فیس لیفت آن در آلمان رونمایی شده است.

هنوز اطلاعات دقیقی از شرایط فروش و قیمت محصولات اوپل در دسترس نیست. باید منتظر ماند و دید محصولات این خودروساز خوشنام آلمانی، می توانند در بازار خودروی ایران با رقبای قدرتمند خود رقابت کنند و سهمی از بازار ایران داشته باشند یا خیر.

سایپا گرانی پراید، تیبیا و تندر ۹۰ را ابلاغ کرد

شرکت خودروسازی سایپا پیرو اخذ مجوز شورای رقابت برای گرانی برخی محصولات این شرکت با ارسال نامه ای به نمایندگی های فروش، خواستار اعمال افزایش قیمت ها شد که شامل کلیه خودروهای آلمانی هم می شود.

شرکت سایپا پیرو اخذ مجوز شورای رقابت برای افزایش قیمت برخی محصولات با ارسال نامه ای به نمایندگی های فروش این شرکت اعلام کرد: «ترتیبی اتخاذ شود تا مدارک مربوط به ثبت نام کلیه خودروهای آلمانی نزد نمایندگی، پرونده های پذیرش نشده دعوتنامه های ارسال شده (مربوط به مشتریان و همچنین مشارکت در تولید و...) در اسرع وقت تکمیل و پذیرش گردد.»

لازم به ذکر است این افزایش قیمت شامل کلیه خودروهای آلمانی و دعوتنامه ارسال شده خواهد گردید.

به گزارش تسنیم، پیش از این تقسی زاده معاون بازاریابی و فروش گروه خودروسازی سایپا گفته بود: با توجه به مجوز افزایش قیمت خودروها از سوی شورای رقابت که در تیرماه امسال اعلام شده، محصولات گروه سایپا نیز مشمول این مجوز و افزایش قیمت خواهند بود. براساس این مجوز خودروهای پراید و تیبیا حداکثر تا ۱.۵ درصد و تندر ۹۰ تا ۲.۵ درصد مجاز به افزایش قیمت هستند.

رنو قرارداد تولید تندر ۹۰ را تمدید نکرد

براساس جدیدترین خبر به دست آمده، شرکت رنو تاکنون از تمدید قرارداد تولید تندر ۹۰ در ایران خودداری کرده است.

در آن زمان یک مقام مسئول در صنعت خودرو خبر داد: «متأسفانه رنو به گونه ای برنامه ریزی کرده که می تواند از آن سوی دنیا تولید تندر ۹۰ در ایران را متوقف کند. در این شرایط رنو قرارداد تولید تندر ۹۰ در ایران را که مدت زمان اعتبار آن نیز به پایان رسیده، تمدید نکرده است.»

اگرچه در آن زمان شنیده می شد رنو منتظر مشخص شدن نتیجه مذاکرات بین المللی برای رفع تحریم ها است تا نسبت به تمدید قرارداد تولید تندر ۹۰ اقدام کند، اما هم اکنون با وجود گذشت حدود دو سال از لغو رسمی تحریم ها یک مقام مسئول در صنعت خودرو در گفت و گو با ایسنا از عدم تمدید این قرارداد، خبر می دهد.

ناصر آقامحمدی - مدیرعامل پارس خودرو، در پاسخ به اینکه آیا قرارداد تولید تندر ۹۰ تمدید شده است؟ از عدم تمدید این قرارداد خبر داده و می گوید: «در این زمینه در حال مذاکره با رنو هستیم.» در این شرایط مشخص نیست که چرا رنو با وجود گذشت حدود دو سال از لغو رسمی تحریم ها و موج بازگشت خودروسازان خارجی به ایران از جمله پژو و هیوندای، چرا تاکنون از تمدید قرارداد تولید تندر ۹۰ در ایران خودداری کرده است. این وضعیت در حالی است که اگرچه قرار بود قرارداد همکاری این شرکت فرانسوی و سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) برای آغاز تولید مشترک خودرو در ایران تا پایان سال گذشته به امضا برسد، اما این قرارداد هنوز منعقد نشده و شنیده می شود که دلیل طولانی شدن مذاکرات، برخی خواسته های رنو بوده که از سوی طرف ایرانی مورد پذیرش قرار نگرفته است.



تازه های خودرو



رولز رویس فانتوم ۸۲۰۱ معرفی شد.



شکایت دسته‌جمعی مشتریان آمریکایی از خودروسازان آلمانی

خودروسازان آلمانی هنوز از جنجال دستکاری موتورهای دیزلی رها نشده، با اتهام سنگین دیگری روبه‌رو شده‌اند. گفته می‌شود پنج غول خودروسازی آلمان در تئانی با یکدیگر روندی را در پیش گرفته‌اند که نقض آشکار اصول رقابت آزاد است.

اتهام تئانی ممکن است خدشه عمیق دیگری بر وجهه شرکت‌های خودروسازی آلمانی وارد کند. کار به شکایت حقوقی در ایالات متحده رسیده است. سه مشتری در این کشور فولکس‌واگن، دایملر و بامو را به تئانی و نقضی قانون رقابت آزاد در آمریکا متهم کرده‌اند؛ تئانی در قیمت‌گذاری و دستکاری فناوری تصفیه گازهای سمی خودرو، این سه مشتری از طریق یک دفتر حقوقی به دادگاهی در ایالت نیوجرسی شکایت برده‌اند.

گزارش

بهبود محیط کسب‌وکار راه‌حل توسعه کار آفرینی

همایش روز ملی کارآفرینی و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با حضور جمعی از فعالان اقتصادی و مدیران دانشگاه فنی و حرفه‌ای در اتاق ایران برگزار شد.

به گزارش خبرگزاری صدا و سیما، فعالان اقتصادی بخش خصوصی و مسئولان دولتی در همایش روز ملی کارآفرینی و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای که با همکاری کمیسیون جوانان، کارآفرینی و کسب‌وکارهای نوپس و دانش‌بنیان اتاق ایران و دانشگاه فنی و حرفه‌ای برگزار شد، بر نبود ارتباط لازم میان صنعت و دانشگاه در کشور تاکید کردند و بهبود محیط کسبوکار را راه رونق کارآفرینی دانستند.

معاون فنی و خدمات بازرگانی اتاق ایران در این همایش فاصله میان مباحث تئوریک مطرح در دانشگاه‌ها و نیاز واقع بازار کار به متخصصان و نیروی ماهر را از مشکلات عرصه اشتغال کشور دانست.

مظفر علیخانی گفت: این عدم همکاری در دو سوی موضوع اشتغال یعنی دانشگاه‌ها و نیروی کار در همایش‌های مختلف و توسط افراد زیادی بیان شده، اما این مشکل همچنان باقی است. وی با اشاره به سابقه فعالیت خود در اتاق ایران گفت: جوانان تحصیلکرده‌ای برای کار به سما مراجعه می‌کنند، اما برای ورود به بازار کار مهارت لازم برخوردار نیستند و نمی‌توانند نیاز کارفرما را رفع کنند.

معاون فنی و خدمات بازرگانی اتاق ایران ضمن اشاره به تعیین عنوان سال ۹۶ با موضوع تولید و اشتغال، لازمه تحقق این شعار را سرمایه‌گذاری در بخش تولید دانست و با نگاه به نرخ بالای بیکاری در کشور که در حدود ۱۴ میلیون نفر باوردم می‌شود، ادامه داد: از این تعداد بیکار، بیش از ۴ میلیون نفر تحصیلات دانشگاهی دارند. برای ایجاد اشتغال باید در حوزه تولید سرمایه‌گذاری بیشتری اتفاق بیفتد.

در عین حال باید نیروی متخصص و آموزش‌دیده هم وجود داشته باشد که نیاز بنگاه‌های تولیدی را پاسخ دهند، اما متأسفانه در حال حاضر نیاز بازار با آنچه در واقعیت وجود دارد، هماهنگ نیست.

وی افزود: کارفرمایان زیادی به ما مراجعه می‌کنند تا نیروی ماهر، کارآموده و تکنیسین‌ها را پیدا کنند به آنها معرفی کنیم. امروز نیروی متخصص نمی‌تواند به‌طور کامل پاسخگوی نیاز واحدهای تولیدی باشد.

به گفته علیخانی برای تربیت نیرو در مقاطع مختلف هزینه‌های زیادی صرف می‌شود؛ از طرف دیگر با ورود نیرو به بنگاه و نداشتن مهارت‌های لازم، تا مدتی هزینه‌های زیادی هم بر بنگاه تحمیل می‌شود.

در نهایت هم ان فرد پس از مدتی آموزش‌های لازم را به دست می‌آورد، اما ممکن است آنگاه فعلی یا حتی کشور را برای شرایط بهتر ترک کند که بازهم هزینه‌های زیادی به بنگاه و کشور تحمیل می‌شود. این روند نیازمند اصلاح و بازنگری جدی است. معاون فنی و خدمات بازرگانی اتاق ایران در بخش دیگری

کسب‌وکار امروز



سید علی حسینی، مدیرعامل شرکت توسعه سیستم آموزشی براساس منطقه‌ای معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در نشست لزوم شکل‌گیری محیط کسب‌وکار مناسب برای توسعه کارآفرینی را مورد توجه قرار داد.

بخش ترانه سامسونگ بیشتر از کل اینتل در آمد دارد

بخش ترانه سامسونگ که باعث سودآوری زیاد این شرکت در سه‌ماهه دوم ۲۰۱۷ شد، دو برابر کل اینتل سود داشته است. به گزارش رومیت، سامسونگ، غول کره‌ای فناوری، سودبخش ترانه خود در سه‌ماهه نخست به ژوئن ۲۰۱۷

۷٫۲۱۱ میلیارد دلار اعلام کرد که ۱۷درصد سود کلی سامسونگ را تشکیل می‌دهد. درآمد این بخش ۱۵٫۷۸ میلیارد دلار بوده است. اینتل رقیب آمریکایی بخش ترانه سامسونگ نیز بره‌روی گزارش مالی خود را اعلام می‌کند. تحلیلگران رومیتز انتظار دارند سود اینتل در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۷ به ۲٫۸۹ میلیارد دلار برسد. اگر این سود محقق شود، سود بخش ترانه سامسونگ دو برابر کل اینتل خواهد بود. سامسونگ برای نخستین بار در سه‌ماهه اول سال ۲۰۱۷ با ریبین به سود ۵۶۶ میلیارد دلاری توانست اینتل را پشت سر بگذارد، اما سه‌ماهه دوم ۲۰۱۷ نخستین باری است که درآمد و سود بخش سامسونگ از کل تجارت اینتل بیشتر شده است. در این بخش نتینیا از بانک‌ها سرمایه‌گذاری کرد، اما سود بخش سامسونگ نیز هم بزرگ‌ترین تولیدکننده گوشی هوشمند در دنیااست و نویدیا و آی‌پدی نیز تهدید می‌شود.

سید علی حسینی، مدیرعامل شرکت توسعه سیستم آموزشی براساس منطقه‌ای معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در نشست لزوم شکل‌گیری محیط کسب‌وکار مناسب برای توسعه کارآفرینی را مورد توجه قرار داد.



توسط گوگل طی ۵ سال آینده انجام خواهد شد

آموزش مهارت‌های آنلاین به ۱۰ میلیون آفریقایی

براساس اظهارات «استادار بیجای» مدیرعامل گوگل، این کمپانی قصد دارد طی پنج سال آینده ۱۰میلیون آفریقایی را به منظور افزایش امکان شغل یابی، در زمینه مهارت‌های آنلاین آموزش دهد. به گزارش دبییاتو به نقل از بیونس اینساید، حرکت جدید گوگل در راستای برنامه قبلی شرکت در سال ۲۰۱۶ برای آموزش جوانان آفریقایی بوده که طبق آمارهای موجود، موفق شده طی آن به هدف اصلی دست پیدا کرده و مهارت‌های دیجیتال را به یک میلیون نفر آموزش دهد. آقای بیجای برنامه جدید را طی کنفرانسی به نام «گوگل برای نیجریه» در شهر لاگوس نیجریه اعلام کرد و گفت آموزش‌ها به صورت ترکیبی از جلسات حضوری و آنلاین، و به زبان‌های سواحلی، هوسه و زولو ارائه خواهند شد.

گوگل همچنین اظهار داشته که برنامه مورد بحث، بدون تعیضی جنسیتی اجرا خواهد شد و براساس تصمیم کمپانی، حداقل ۴۰درصد از دانش آموختگان را زنان تشکیل خواهند داد. شایان ذکر علاوه بر برنامه آموزشی، شرکت ساکن یانتین ریو در یک طرح حمایتی از استارت‌آپ‌ها قصد دارد روی ۶۰ شرکت نوپای آفریقایی مبلغ ۳ میلیون دلار را سرمایه‌گذاری و فضای مورد نیاز برای فعالیت و همچنین رهاشمی‌های لازم را برای آنها فراهم کند. نکته مهم اینکه استارت‌آپ‌های مورد بحث در صورت موفقیت، نیازی به بازپرداخت عواید (حقوق سرمایه‌گذار) به گوگل نخواهند داشت. در نهایت گفتنی است گوگل از دو ماه پیش نسخه ویژه‌ای از بوتیوب تحت عنوان «YouTube Go» را در نیجریه و برای اینترنت‌های کم سرعت در دست توسعه دارد که نسخه آزمایشی آن تا پایان سال ۲۰۱۷ به صورت جهانی عرضه خواهد شد.

طبق گفته‌های گوگل، این نسخه خاص بیشتر برای کشورهای آفریقایی با زیرساخت‌های ضعیف اینترنت در نظر گرفته شده و در راستای بهبود ارائه خدمات آموزشی در این کشورها توسعه یافته است.

ضرورت بازاندیشی دولت در حوزه فضای حاکم بر کسب‌وکار

یک پژوهشگر ریسک با ابزار نگرانی از حرکت بازار به سمت شوک درمانی و جهت‌گیری اقتصاد به سمت گلدکوئستی شدن، دولت را به بازاندیشی در حوزه فضای حاکم بر کسب‌وکار دعوت می‌کند. تحلیل‌های او را در ادامه می‌خوانید:
غیرممکن است که نقدبینی ۲۴درصد رشد داشته باشد و تورم ماهانه به گزارش ایسکانیوز، محمدحسین ادیب، پژوهشگر ریسک، معتقد است، تورسین‌های اقتصادی دولت ادعا می‌کنند که به اقتصاد سمت و جهت «اقتصاد بازار» می‌بخشند، اما اقتصاد سمت و جهت گلدکوئستی؟

ادیب منفی شدن تورم ماهانه را تیر ماه منفی بوده وخبیم شدن وضعیت بانک‌ها می‌داند. او بر این باور است که ۵۰درصد فعالان اقتصادی در حال حذف شدن از بازار هستند و سرمایه خرد در آستانه حذف نهایی از بازار است. از دید او، در شرایط کنونی ۱۰درصد از اقتصاد به‌شدت تحت فشار نخر بهره و در حال له شدن است.

۲۴درصد رشد داشته باشد و تورم ماهانه منفی باشد. مگر اینکه پذیرفته شود قسمت نظریه نقدبینی که در بانک‌ها سررده‌گذاری کنیدا عمل از چرخه اقتصاد حذف شده است.

سید علی حسینی، مدیرعامل شرکت توسعه سیستم آموزشی براساس منطقه‌ای معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در نشست لزوم شکل‌گیری محیط کسب‌وکار مناسب برای توسعه کارآفرینی را مورد توجه قرار داد.



اعتماد به فضای کسب‌وکار ترکیه افزایش یافت

در مسه جاری میلادی، شاخص اعتماد به فضای کسب‌وکار در ترکیه با رسیدن به بیش از ۱۰۳ واحد، رقمی بی‌سابقه را طی چهار سال اخیر تجربه می‌کند. به گزارش خبرنگار مهر به نقل از خبرگزاری آناهل ترکیه، مؤسسه آمار ترکیه اعلام کرد: اعتماد به فضای کسب‌وکار در این کشور، به بیشترین سطح خود طی چهار سال اخیر رسیده است. این در حالی است که به دنبال کودتای نافرجام پانزدهم جولای سال گذشته میلادی، اقتصاد ترکیه در مسیر ناهمواری قرار گرفته بود.

بر همین اساس، شاخص اعتماد مصرف‌کننده به شرایط اقتصادی ترکیه، درماه جاری میلادی با ۴۵ درصد افزایش به ۱۰۲٫۴ واحد رسید که بیشترین رقم از نوامبر سال ۲۰۱۲ میلادی به بعد محسوب می‌شود.

دریچه

راز ناکامی کسب‌وکارهای نوپا در ایران

این روزها جوانان بسیاری هستند که به تب راه‌اندازی یک شرکت نوپا (استارت‌آپ) مبتلا شده‌اند و می‌خواهند طرچی نو برای کسبوکارشان راه بینازند. هیجان بالای انجام این کار باعث شده بهینیم در مواردی، کسبوکارهای نو نمی‌توانند عمر طولانی داشته باشند.

این شکست‌ها از دو منظر می‌توانند قابل توجه و تعمق باشند. از یک نگاه، تجربیات ناموفقی می‌تواند راهگشای تیم‌های جدید و از سوی دیگر، شکست‌های مکرر باعث نامیدی جوانان برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار باشند، اما چه باید کرد؟ مسئولیت سنگینی برای شرکت‌های نوپا تعریف شده است. آنها قرار است بحران اشتغال در ایران را کاهش دهند و اقتصاد کشور را به سرمرتل رونق و شکوفایی برسانند. جام جم در گفت‌وگو با کارشناسان حوزه کسب‌وکار به آسیب‌شناسی علمی فعالیت شرکت‌های نوپا در کشور پرداخته است که در ادامه می‌خوانیم.

ایده‌های فرسوده در مسیر نب‌تست
خیلی‌ها گمان می‌کنند اگر یک ایده داشته باشند، می‌توانند کسب‌وکار موفقی راه بینازند، اما کتابون سپهری که دکترای مدیریت اجرایی (DBA) دارد و مدیر یک شتاب‌دهنده است دربارن این نگرش می‌گوید: ایده برای شروع یک کسب‌وکار لازم است، اما کافی نیست. موفقیت یک کسب‌وکار به عوامل مختلفی بستگی دارد که ایده، یکی از آنهاست.

وی با تاکید بر اینکه هر ایده‌های پتانسیل کارآفرینی ندارد، ادامه می‌دهد: خلافت و نوآور بودن ایده بسیار مهم است که تنها تعداد معدودی از شرکت‌های نوپا ویژگی را دارند. بیشتر ایده‌هایی که از سوی شرکت‌های نوپا مطرح می‌شوند، کپی‌برداری از ایده‌های موجود در سایر نقاط دنیا یا حتی ایده‌های موجود در داخل کشور است.

این مدیر شتاب‌دهنده، نبود مزیت رقابتی را مشکل دیگر ایده شرکت‌های نوپا عنوان می‌کند و می‌گوید: شرکت‌های نوپا قبل از انتخاب ایده و پیگیری آن، نخست باید پاسخگوی این پرسش باشند کنه این ایده تا چه اندازه پاسخگوی نیاز بازار است. اگر نمونه‌های قبلی در بازار وجود دارد، من چه کار جدیدی می‌توانم

در راستای پاسخ به نیاز مشتری انجام دم که باعث تفاوت من را از دیگر رقبا شود. در این صورت یک شرکت نوپا می‌تواند در همان مرحله اول متوجه شود ایده مورد نظر قابلیت سرمایه‌گذاری دارد یا خیر.
نکته حائز اهمیت دیگر از نظر شتاب‌دهنده‌ها، انسجام و هماهنگی بین تیم کاری شرکت‌های نوپا پذیرش شده است. از نظر شتاب‌دهنده‌ها نحوه عملکرد تیم حتی از خود ایده مهم‌تر است.

چنانکه شرکت‌های نوپایی بوده‌اند که ایده آنها خوب نبوده است، اما عملکرد مثبت و هماهنگ تیم موجب شده شتاب‌دهنده آنها را

در مسیر اجرایی‌شدن ایده اصلاح‌شده یا حتی جدیدی قرار دهد. اعتقاد اعضای یک تیم به هدف کسبوکارشان ضامن موفقیت آن

است، اما متأسفانه آموزه‌های فرهنگی موجب شده فعالیت‌های تیمی موفق در ایران کم‌رنگ و با ضعف‌های جدی همراه باشد. دکتر سپهری سپهری‌زاده، کارشناس طراحی برنامه‌های توانمندسازی و عضو علی‌بهدال هیئت‌مدیره انجمن مشاوران مدیریت ایران، وجود این ضعف را نقطه آسیب فعالیت بیشتر شرکت‌های نوپای ایرانی می‌داند و می‌گوید: اغلب شرکت‌های نوپا در دو بخش، نقطه‌ضعف جدی دارند.

اول در فعال در شرکت‌های نوپا اغلب در حوزه تخصصی خود بسیار موفق و از دانش خوبی برخوردار هستند، اما از دانش مدیریت کسب‌وکار به میزان کافی مطلع نیستند و در واقع به میزان قابل توجهی ضعیف هستند.

در صورتی که دکتر سپهری به شرکت‌های نوپا توصیه می‌کند قبل از مذاکره با شتاب‌دهنده‌ها و سرمایه‌گذاران، به نفع خودشان است ایده خود را به حد کمینه محصول پذیرفتنی (MVP) برسانند، ریسک‌های بازار را شناسایی و حتی در صورت امکان

اعلام آمادگی ۴۰۰بنگاه برای پذیرش ۴۰هزار کارورز تهرانی

بیش از ۴۰۰ بنگاه اقتصادی جهت پذیرش این فارغ‌التحصیلان ثبت نام کرده‌اند. تعداد زیادی از افرادی که ثبت نام کرده‌اند، شرایط لازم برای بنگاه‌های پذیرنده را ندارند، چراکه با مدارک کل پایان خدمت آنها‌فانی است.فارغ‌التحصیلان دانشگاهی شاگرمی، درباره اقدامات این معاونت برای جذب فارغ‌التحصیلان اعلام می‌کنند:
«کارورزی» با بازاندیش پس از اینکه ۲۰هزار نفر پالایش شدن مشخص می‌شود چه تعدادی برای استفاده از طرح «کارورزی» می‌توانند مشمول به کار شوند. شاگرمی با بیان اینکه جامعه هدف این طرح جوانان تحصیلکرده بسوده و حاکمتر سن افرادی که می‌توانند از آن بهره‌مند شوند با مدرک کارلدی ۲۵ سال، با مدرک کارشناس ۲۸سال است و با مدرک کارشناس ارشد و دکترا ۳۳سال است، ادامه داد:اجرای طرح کارورزی، مهارت افرادی در محیط کار واقعی، مشوق‌های کارفرمایی اجزای طرح تکاپور را در دستور کار داریم. شاگرمی با بیان اینکه فارغ‌التحصیلان

تبدیل کارجو به یک کارفرمای موفق است، وی با بیان اینکه تاکنون استقبال انفرادی، دریاچه به سایت www.mcs.gov.ir. ۴۰ هزار نفر فارغ‌التحصیلان مربوطه می‌توان از خدمات این سایت استفاده کرد.

دانشگاهی جهت ثبت نام در این سامانه می‌توانند به سامانه آن مراجعه کنند. افزود، دریاچه به سایت www.mcs.gov.ir. ۴۰ هزار نفر فارغ‌التحصیلان مربوطه می‌توان از خدمات این سایت استفاده کرد.

دانشگاهی جهت ثبت نام در این سامانه می‌توانند به سامانه آن مراجعه کنند. افزود، دریاچه به سایت www.mcs.gov.ir. ۴۰ هزار نفر فارغ‌التحصیلان مربوطه می‌توان از خدمات این سایت استفاده کرد.

نکته‌های تبلیغاتی مهم در فروش و بازاریابی



مشاوره بازاریابی همواره بر این نظر تاکید دارد که بهتر است پیش از اقدام به تبلیغ محصولاتتان، به تمامی زوایای آن به درستی فکر کنید.

در صورتی که به جنبه‌های مختلف محصول و اقدامات خود بیندیشید و برنامه‌ای را طراحی کنید، می‌توانید پیش‌بینی کنید که در آینده سهم سود شما بیشتر از ضرر و زیان‌تان خواهد بود. در ادامه مطلب که توسط سایت qmpmarketing ارائه شده است به نکاتی اشاره خواهیم کرد که می‌تواند شما را در امر تبلیغات یاری کند.

۱) محصول و خدمات مورد نظر شما چیست؟

پاسخ به این سوال بازاریابی می‌تواند محصول شما را به درستی تعریف کند. هرچه قدر سعی کنید به این سوال با دقت پاسخ دهید، بهتر می‌توانید زوایای مختلف از جمله ضعف‌ها و قوت‌های محصول و خدمات خود را بشناسید. همچنین پاسخ به این سوال به شما کمک می‌کند مشتری‌های هدف خود را بشناسید و بدانید که برای این افراد بهترین راه تبلیغ و ایجاد کنج‌کاو و رغبت در آنها برای خرید محصول و راه برقراری ارتباط چیست.

۲) محصول و خدمات شما کدام نیاز مشتری را برآورده می‌کند؟

قطعا هر محصولی که شما تولید کرده‌اید یا خدماتی که قصد ارائه آن را دارید، یک یا چند مورد از نیازهای مشتریان را از نگاه بازاریابی می‌تواند برآورده کند. بهتر است پیش از اقدام به امر تبلیغات به این سوال نیز به درستی پاسخ دهید که محصول شما برای رفع چه نیازی است؟ ممکن است از طرف چه افرادی مورد تقاضا قرار بگیرد؟ بهترین راه پیدا کردن آن دسته از مشتریان که به این کالا نیاز دارند، چیست؟

۳) مشتریان شما چه کسانی هستند؟

در پاسخ به این سوال منظور این است که شما ویژگی اکثریت افرادی را که می‌توانند بالقوه مشتری شما باشند به دست آورید. به‌عنوان مثال محصول یا خدمات شما شامل حال کدام گروه سنی در بخش‌بندی بازار است؟ گروه سنی مورد نظر شما چه نوع محصولی را می‌پسندد؟ در پاسخ به این سوال، باید تنوع و سرعت تغییر سلیقه مشتریان را به‌ویژه اگر گروه مورد نظر شما جوانان و نوجوانان هستند در نظر بگیرید. زیرا در این گروه سنی بیش از سایر گروه‌ها به دنبال تنوع هستند و سلیقه‌های آنها مدام در حال تغییر است، بنابراین به هنگام طراحی محصول (از طراحی لوگو تا بسته‌بندی و...) و فروش و تبلیغات آن باید به این نکته مهم توجه ویژه‌ای داشته باشید.

در کنار این سوال‌ها باید به قدرت خرید مشتریان‌تان نیز توجه کنید، زیرا قدرت خرید، می‌تواند تاثیر فراوانی روی رفتار خرید کردن داشته باشد.

۴) منظور اصلی شما از تبلیغ کردن چیست؟

اگر شما بتوانید به این نتیجه برسید که هدف اصلی شما از تبلیغ محصول‌تان چیست، می‌توانید به راحتی انگیزه و رغبت لازم در مشتریان را ایجاد کنید. ممکن است هدف شما فراهم کردن فرصت معرفی و اشاعه نام نیک محصول، برند یا شرکت‌تان باشد یا ممکن است در نظر داشته باشید مشتریان بیشتری در بازار به دست بیاورید. از این رو، هدفی که شما دنبال می‌کنید باید برای خودتان مشخص و واضح باشد تا بتوانید برنامه‌ای مناسب برای دستیابی به آن طراحی کنید.

۵) بودجه تبلیغاتی

در نهایت اینکه، هدف نهایی شما زمانی کسب خواهد شد که بتوانید بودجه لازم برای تبلیغ را داشته باشید، پس بهتر است پیش از تبلیغات و زمانی که در حال تحقیق در خصوص بازار و مشتریان خود هستید، حتما در خصوص منبع تهیه بودجه یا تامین مالی خود نیز فکر کنید و منبعی را برای آن در نظر بگیرید.

جذاب‌ترین شعارهای تبلیغاتی دنیا (بخش دوم)



در شماره‌های گذشته ویژگی‌های یک شعار تبلیغاتی خوب بیان شد و شعار معروف دو برند مهم دنیا ارائه و بررسی شد. در این شماره شعار هشت شرکت دیگر که جزو بهترین شعارهای تبلیغاتی دنیا بوده‌اند ارائه و بررسی می‌شود. این مقاله توسط سایت «chetor» ارائه شده است.

۳- مسترکارت (MasterCard):

چیزهایی هستند که با پول نمی‌توان خرید. برای هر چیزی غیر از اینها، مسترکارت وجود دارد. شعار دو جمله‌ای مسترکارت در سال ۱۹۹۷ به‌عنوان بخشی از یک کمپین تبلیغاتی به نام ارزشمند (priceless) ایجاد شد. این کمپین در ۹۸ کشور و ۴۶ زبان مختلف برگزار شد. این تبلیغ تلویزیونی نخستین بار در سال ۱۹۹۷ پخش شد. در این تیزر تبلیغاتی پدری همراه با پسرش به تماشای یک مسابقه بیس‌بال می‌رود.

برای خرید بلیت، هات‌داگ، ذرت بوداده و نوشیدنی از مسترکارت استفاده می‌کند اما مکالمات بین پدر و پسر و لحظات خوشی که باهم دارند، بسیار ارزشمند و غیرقابل خرید است. در نهایت این جمله روی تصویر به نمایش درمی‌آید: «چیزهایی هستند که با پول نمی‌توان خرید. برای هر چیزی غیر از اینها، مسترکارت وجود دارد».

این کمپین تبلیغاتی سال‌ها پیش از اینکه شبکه‌های اجتماعی در کار باشد، بسیار مشهور و همه‌گیر شد. چه عملی باعث موفقیت این پیام تبلیغاتی بود؟ هر تبلیغ، موجب بروز واکنشی احساسی از طرف مخاطبان می‌شود. مثلا این پیام تبلیغاتی خاطرات کودکی بسیاری از افراد را زنده کرده است؛ زمانی که با پدر خود به تماشای مسابقات ورزشی رفته‌اند. هر پیام تبلیغاتی به منظور تحریک احساسات خاصی در مخاطب ساخته می‌شود. بازاریابی نوستالژی هم یکی از انواع جلب توجه مخاطب است. این تیزر تبلیغاتی یک نمونه خوب استفاده از حس نوستالژی برای معرفی یک محصول است.

۴- اپل (Apple): متفاوت بیندیش! این شعار برای نخستین بار در یکی از تبلیغات تلویزیونی اپل به نمایش درآمد. این عبارت به کمپین تبلیغاتی شرکت آی‌بی‌ام (IBM) یعنی کمپین Think IBM اشاره دارد. به‌زودی این شعار در تمام انواع تبلیغات

این شرکت به کار رفت، با اینکه در آن زمان، این شرکت هیچ محصول جدید قابل توجهی ارائه نکرده بود. به سرعت مردم فهمیدند که کامپیوترهای ساخت شرکت اپل، مانند کامپیوترهای قدیمی نیستند و کاربران این کامپیوترها پس از استفاده از آنها، خلایقیت و کیفیت را تجربه کردند. به نقل از فوربس (Forbes)، ظرف یک سال بعد از انتشار این تبلیغات، ارزش سهام شرکت اپل سه برابر شد. گرچه این شعار امروزه تغییر کرده و دیگر مورد استفاده قرار نمی‌گیرد، اما هنوز هم کاربران اپل خود را در میسان افرادی می‌بینند که متفاوت می‌اندیشند.

۵- شرکت BMW: نهایت یک خودرو

این شرکت، یک شرکت خودروسازی آلمانی است که به سراسر دنیا ماشین می‌فروشد، اما در آمریکای شمالی این شرکت با این شعار خود شناخته می‌شود: «نهایت یک خودرو»

۸- چیبیس Lay's: مطمئنا نمی‌توانید فقط یکی بخورید

در حالی که این شعار را می‌توان در مورد همه انواع تنقلات به خصوص چیبیس به‌کار برد، این شرکت به خوبی توانسته از این شعار به نفع خود استفاده کند. بیشتر ما تمایل عجیب و غریب کنترل برای خوردن تنقلات شور و ترد داریم. همین باعث چنین تنقلاتی جلوی ما قرار دارد، از خوردن دست نکشیم. در واقع می‌بینید که این شعار لزوماً برای تأکید بر طعم محصول نیست. چیبیس‌های خوشمزه دیگری هم در دنیا وجود دارند. نکته قابل توجه این است که این شرکت از تمایل ذاتی و غیرقابل کنترل انسان برای خوردن چنین محصولاتی استفاده کرده است.

۹- آئودی (Audi): پیشرفت به وسیله فناوری

این شعار اصلی آئودی از سال ۱۹۷۱ است. این شعار همه جا البته غیر از ایالات متحده آمریکا مورد استفاده قرار می‌گیرد. در ایالات متحده این شرکت از شعار «حقیقت در مهندسی» استفاده می‌کند. نخستین نسل آئودی ۸۰ سری B1 یک سال بعد از انتشار این شعار یعنی در سال ۱۹۷۲، روانه بازار شد.

این شعار، تخستین بار در دهه ۷۰ میلادی توسط یک آژانس تبلیغاتی نه‌چندان مشهور به نام Puris ساخته شد. هدف از این شعار، نشان دادن توان و قدرت فوق‌العاده این ماشین‌ها و ارزش آنها برای پرداخت هزینه بالای آن است.

۶- تسکو (Tesco): حتی یک ذره کوچک هم کمک می‌کند

این شعار جذاب، در زمینه‌های مختلف، دارای معنی و مفهوم است و به قدری انعطاف‌پذیر است که پیام‌های مختلف تسکو را به خوبی منتقل می‌کند. این شعار می‌تواند دربار هر یک از این موارد باشد: ارزش، کیفیت، خدمات و حتی مسئولیت‌پذیری در برابر مسائل زیست‌محیطی. یکی از ساده‌ترین و خلاقانه‌ترین شعارهای تبلیغی همین شعار است که توسط شرکت بزرگ تسکو انتخاب شده است. این شرکت خود را به‌عنوان برندی برای مردم و در خدمت مردم معرفی کرده است. این شعار انعطاف‌پذیر و در عین حال

ساده، به خوبی می‌تواند اهداف این شرکت را بازتاب بدهد.

۷- ام‌اند‌ام (M&M): در دهان‌تان آب می‌شود نه در دست‌تان

فهمیدن منظور این شعار بسیار راحت است. شاید فکر کنید همه شکلات‌ها در نهایت مثل هم هستند، اما چه عاملی باعث می‌شود که یک محصول از دیگر رقبای متمایز شود؟ یکی از این عوامل، ایجاد سهولت برای استفاده از یک محصول است. این شرکت هم به خوبی توانسته با افزودن یک پوسته سخت به شکلات آن را از سایر شکلات‌ها متمایز کند و برای نشان دادن این تمایز از این شعار استفاده کرده است.

۱۰- دانکنس (Dunkin' Donuts): امریکا با دانکن اداره می‌شود

دانکن دوناتس، شرکت تولید شیرینی و کافی‌شاپ‌های زنجیره‌ای آمریکایی است. در آوریل ۲۰۰۶، شرکت دانکن دوناتس، بزرگ‌ترین تغییر شرکت را در طول تاریخ خود با رونمایی از کمپین تبلیغاتی چند میلیون دلاری و با شعار «آمریکا با دانکن اداره می‌شود» به اطلاع عموم رساند. این شعار با توجه به این حقیقت انتخاب شده که بسیاری از آمریکایی‌های پر مشغله از قهوه دانکن دوناتس استفاده می‌کنند. هدف از این کمپین در واقع نشان دادن این مطلب است که بسیاری از افراد در بخش‌های مختلف زندگی مثل کار و سرگرمی با برند دانکن دوناتس همراه هستند. پس از ۱۰ سال استفاده از این شعار، شرکت به این نتیجه رسید که شعار انتخاب شده، چیزی کم دارد و آن گرامیداشت مشتریان فعلی و چنین تنقلاتی

جلوی ما قرار دارد، از خوردن دست نکشیم.

در واقع می‌بینید که این شعار لزوماً برای تأکید بر طعم محصول نیست. چیبیس‌های خوشمزه دیگری هم در دنیا وجود دارند. نکته قابل توجه این است که این شرکت از تمایل ذاتی و غیرقابل کنترل انسان برای خوردن چنین محصولاتی استفاده کرده است.

۹- آئودی (Audi): پیشرفت به وسیله فناوری

این شعار اصلی آئودی از سال ۱۹۷۱ است. این شعار همه جا البته غیر از ایالات متحده آمریکا مورد استفاده قرار می‌گیرد. در ایالات متحده این شرکت از شعار «حقیقت در مهندسی» استفاده می‌کند. نخستین نسل آئودی ۸۰ سری B1 یک سال بعد از انتشار این شعار یعنی در سال ۱۹۷۲، روانه بازار شد.

ایستگاه تبلیغات

تبلیغات خرد



در جایی که تبلیغات تصویری باعث فروش یک مدل خاص ماشین می‌شود، تبلیغات خرد که دلال محلی آن را انجام می‌دهد، شما را تشویق می‌کند که از وی ماشین بخرید. احتمالاً این نوع تبلیغات در پربیننده‌ترین ساعات تلویزیون پخش نمی‌شود. چون دلال محلی ممکن است آگهی‌اش را از ایستگاه‌های محلی رادیو و تلویزیون در اواخر شب یا هنگام پخش سریال‌های آخر هفته پخش کند، همچنین ممکن است برای این کار زمان‌های کم‌هزینه‌تر را برگزیند. مسلماً او از جلوه‌های خاص تولید بهره نمی‌گیرد. چنین جلوه‌هایی را معمولاً کارخانه سازنده ماشین به کار می‌برد. گذشته از این، دلال ماشین کوچک‌ترین علاقه‌ای به صحنه‌های باشکوه، هنرپیشه‌های خوش تیپ و رانندگی با سرعت اعتیاب‌آور ندارد. هدف وی فقط فروختن ماشین است. تبلیغات تصویری که کارخانه تولیدکننده آن را ساخته توجه شما را به اندازه کافی جلب کرده است. حالا دلال ماشین فقط می‌خواهد شما را به نمایشگاه بکشاند و ماشین را به شما بدهد تا یک دور آزمایشی بزنید.

دلال ماشین برای تبلیغات تلویزیونی، از بریده فیلم استفاده می‌کند. این بریده فیلم، فیلم کوتاه ویدئویی است که شرکت سازنده تبلیغات تصویری آن را قبلاً برای کارخانه تولیدکننده تهیه کرده است.

کارخانه تولید خودرو فیلم کوتاه‌اش را در اختیار تمام دلال‌ها می‌گذارد. در این فیلم ماشین در محیطی بسیار دلپذیر و فوق‌العاده به تصویر درآمد، مانند جاده‌های کوهستانی پرپیچ و خم، خیابان‌های مشجر یا پنج‌های تند، علاوه بر این فیلم، دلال ممکن است در متن فیلم از لغات پرطمطراق، و سوسه‌انگیز و جسورانه‌ای استفاده کند تا قیمت‌های نازل، راحتی و سهولت معامله با وی و نرخ‌های بهره منصفانه‌اش را یادآوری کند. در پایین صفحه تلویزیون در قسمتی بسیار کوچک ممکن است برگه‌ای حقوقی را ببینید که در آن نکات دست‌وپاگیر قانونی و هشدارهای لازم ذکر شده باشد. صدایی که به وضوح بلندتر از صداهای دیگر است فریاد می‌زند «برای بهترین انتخاب، همین امروز بشتابید» یا «همین حالا تماس بگیرید تا قرار دور آزمایشی را بگذاریم».

نکته حائز اهمیت این است که اگر تبلیغات تصویری کارخانه توجه شما را جلب کرده باشد و علاقه شما را به زوج خوش‌تیپی که در یک روز دلپذیر پاییزی ماشین‌های گران‌قیمت را می‌رانند برانگیخته باشد، دلال حالا می‌تواند شما را مجبور کند که ماشین را از وی بخرید یا حداقل کرایه کنید. این تبلیغات با وارد کردن نوعی فشار روانی شما را تشویق می‌کند نزد وی بروید و ماشین را از وی بخرید.

چه صاحب یک نمایندگی ماشین باشد که سالانه میلیون‌ها دلار صرف تبلیغات می‌کند و چه صاحب تعمیرگاهی کوچک که در ماه بیش از چند هزار دلار برای تبلیغات نمی‌پردازد، تبلیغات را فقط با یک هدف باید در ذهن طراحی و تولید کنید؛ کساندن مشتریان به دفتر نمایندگی یا به طرف مکالمه رایگان و سایت اینترنتی‌تان. برای رسیدن به چنین هدفی تبلیغات شما باید چشمگیر، به‌یادماندنی و دارای ارقام مربوط به فروش باشد. این تبلیغات باید ترجیحاً از رسانه‌های گروهی پخش شود تا افراد زیادی را جلب کند و شناس شما برای در اختیار گرفتن بازار فروش را بالا ببرد.

اینکه تبلیغات کجا ظاهر می‌شود، دقیقاً به همان اندازه پیام تبلیغاتی حائز اهمیت است، حتی شاید جای تبلیغات مهم‌تر از پیام تبلیغات باشد. تبلیغات بازی اعداد است؛ در تبلیغات هدف این است که کمترین پول را به بهترین نحو برای دستیابی به تعداد بیشتری از مردم صرف کنیم تا به این ترتیب تلفن‌ها به صدا درآیند و صندوق‌های فروشگاه پر شوند. رسانه‌هایی را که برای تبلیغ انتخاب می‌کنید، به دقت بررسی کنید. با انتخاب رسانه نامناسب برای تبلیغ خیلی راحت پول‌تان را هدر می‌دهید. تبلیغات در رسانه‌های گروهی چندان هم پرهزینه نیست، اما مراقب باشید چون تبلیغات به اصطلاح «کم‌هزینه» در رسانه‌های نامناسب، اتلاف کامل پول و وقت است. کم‌هزینه بودن رسانه اصلاً اهمیتی ندارد؛ در اصل اگر تبلیغات مشتری‌های فراوانی به فروشگاه روانه نکنند، نه‌تنها هیچ پولی ذخیره نکرده‌اید بلکه بدون آنکه ذره‌ای هم از پول خود استفاده کرده باشید، بودجه تبلیغات را از بین برده‌اید.

تبلیغات خلاق



در این آگهی مربوط به حوله کاغذی Foxy Asso Ultra، کاربرد محصول به شکل اغراق آمیزی نمایش داده شده تا بر قابلیت‌های آن تاکید شود.

۱۰ نکته برای مدیریت فروش موفق



شاید شما نیز با پریشانی‌ها و حواس پرتی‌ها فشارهای ناشی از کسب‌وکار جدید مواجه شده‌اید، در ادامه به بیان ۱۰ نکته مدیریت فروش موفق و حفظ ارتباطات و خلاقیت که توسط سایت هورموند ارائه شده است، می‌پردازیم:

- ۱- مربی کسب‌وکار:** نیازی به داشتن MBA نیست، برای آنکه یاد بگیرید چگونه محصولات و خدمات خود را به فروش برسانید نیاز به رتن به دانشکده کسب‌وکار نیست. به دنبال یک مربی کسب‌وکار باشید که مشوق و الهام‌بخش شما در فراگیری بهترین‌ها باشد. همچنین برای موفقیت در فروش می‌توانید مقالات، کتاب‌ها و یادکست‌هایی را که در این زمینه وجود دارند، مطالعه کنید.
- ۲- تمرکز روی ارتباطات:** ارتباط با مشتری شما را به سوی بهره‌وری و موفقیت سوق می‌دهد و در نهایت منجر به فروش بیشتر می‌شود.
- ۳- مطالعه در مورد مشتریان:** به‌عنوان نماینده فروش، شاید بخواهید از اخبار جهان و اخبار کسب‌وکارها مطلع شوید اما توصیه ما این است که اخبار محلی و مقالات مربوط به حوزه کاری خودتان را مطالعه کنید. این کار موجب می‌شود در فروش محصولات خود هوشمندتر عمل کنید و البته این کار نیاز به تحقیق در مورد مشتریان را نیز پیش از ملاقات آنان کاهش می‌دهد.
- ۴- زمان خود را مدیریت کنید:** اگر برنامه‌ریزی کاری خود را روی تقویم ثبت نکنید، دیگران با جلسه گذاشتن‌ها وقت شما را پر می‌کنند. زمانی از روز را که فرصت پیدا می‌کند و سرتان خلوت است، به انجام کارهایی همچون تماس سرد (تماسی که فروشنده یا بازاریاب با هدف خرید مشتری یا با مشتری احتمالی برقرار می‌کند، پژوهش یا پیشنهادات مشتریان اختصاص دهید.
- ۵- تمرکز روی هدف نهایی:** اگر هر چیزی مهم باشد، پس هیچ چیز مهم نیست. مطالباتی را که به پیشبرد درآمد و بازده کاری‌تان کمک نمی‌کنند حذف کنید و مراقب باشید درخواست‌هایی که به موفقیت مشتریان یا حل مشکلات شما مربوط نمی‌شوند، حواس‌تان را پرت نکنند. تا زمانی که وظایف مهم روز خود را به پایان نرسانده‌اید، نگذارید ذهن‌تان به مسیرهای دیگری منحرف شود.
- ۶- پیگیری داده‌ها:** با ابزارهای مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) به‌طور حتم به هدف‌تان نزدیک می‌شوید. یادداشت‌ها را از نوت‌بوک و اکسل خارج و وارد CRM کنید، به این ترتیب اطلاعات مربوط به مشتریان به راحتی قابل جست‌وجو می‌شود و به راحتی گام‌های بعدی خود و تاریخچه معامله را می‌دانید.
- ۷- آنالیز داده‌ها:** ببینید کدام قراردادها را باید دوباره تجدید کنید، چه معاملاتی نیاز به توجه دارند و در کجاها موفق عمل کرده‌اید. بهترین کارمندان با داده‌هایی که موفقیت آنان را ثابت می‌کنند، می‌توانند از کارشان پشتیبانی کنند. بهتر است این داده‌ها همیشه در دسترس‌تان باشند.
- ۸- لذت از زندگی:** بسیاری فراموش می‌کنند که یک‌سری اقدامات اولیه را برای حفظ سلامت و شادی خود انجام دهند. خانواده خود را در اولویت قرار دهید، بخوابید، ورزش کنید و به تغذیه خود برسید. هر چند وقت یک‌بار به خودتان استراحت بدهید و روزتان را آن گونه که می‌خواهید بگذرانید.
- ۹- رسانه‌های اجتماعی:** از رسانه‌های اجتماعی برای یافتن راه‌های ارتباطی استفاده و پست‌های اجتماعی را از طریق مشتریان‌تان دنبال کنید تا از کسب‌وکار آنها بیشتر بیاموزید. از پیام‌های متنی به‌عنوان یک وسیله ارتباطی با مشتریانی که دسترسی به آنها دشوار است، استفاده کنید.
- ۱۰- کار تیمی:** شما ممکن است یک کارشناس باشید، اما نمی‌توانید قرارداد ببندید یا بدون همکاری با دیگران در تمام زمینه‌های کسب‌وکار‌تان موفق باشید. برای مثال برای پاسخ به پرسش‌های فنی ممکن است نیاز به یک مهندس فروش داشته باشید تا مسائل را بازنگری کند و از برآورده شدن نیازهای مشتریان اطمینان حاصل کنید. در این صورت تیم فروش شما احساس اطمینان خواهد کرد و در نهایت اینکه برای موفقیت به یکدیگر نیاز خواهید داشت.

نقش شبکه‌های اجتماعی در کسب‌وکار



برای پیشبرد اهداف مسئولان روابط عمومی و بازاریابان هستند زیرا می‌توانند دسترسی به افراد تأثیرگذار را تسهیل کنند، به مشتریان هشتگ آن رویداد خاص، عکس‌هایی را که از آنجا گرفته‌اند، در اینستاگرام به اشتراک بگذارند. همچنین برای آنهایی که در این طرح شرکت کرده‌اند، جوایز و طرح‌های تشویقی در نظر می‌گیریم.

۴- یوتیوب
یوتیوب دومین موتور جست‌وجوگر بزرگ دنیا و متعلق به گوگل است. بنابراین، وقتی در مورد بهینه‌سازی موتور جست‌وجو صحبت می‌کنیم، باید به این نکته اشاره کنیم که در نتایج جست‌وجو، معمولاً ویدئوها در جایگاه بالاتری از سایر وبگاه‌ها قرار می‌گیرند. با اخذ مالکیت یوتیوب از جانب گوگل، دیگر می‌توانیم با استفاده از گوگل هنگ‌اوتس با نویسندگان و مدیران صنایع مصاحبه‌های ویدئویی ترتیب دهیم. همچنین می‌توانیم این مصاحبه‌ها را به صورت خودکار و تحت نام خودمان در یوتیوب قرار دهیم تا دیگران نیز بتوانند آنها را مشاهده کنند.

در عصر انفجار اطلاعات دیگر روابط عمومی سنتی جوابگوی نیازهای مخاطبان و مشتریان نیست. امروزه بهره‌گیری از وسایل ارتباط جمعی مدرن به خصوص شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی و موبایل و اینترنت در حوزه ارتباطات یک نیاز ضروری به شمار می‌رود. شبکه‌های اجتماعی، یکی از انواع رسانه‌های اجتماعی به شمار می‌روند. رسانه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر در زندگی آنلاین و آفلاین کاربران اینترنتی، آنچنان تأثیرگذار بوده‌اند که شکل‌های ارتباطات اجتماعی نیز از این رسانه‌ها جدید تأثیر پذیرفته است. شبکه‌های اجتماعی، به‌خصوص آنهایی که کاربردهای معمولی و غیرتجاری دارند، مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم خود را به‌طور خلاصه معرفی می‌کنند و امکان برقراری ارتباط بین خود و همکاران‌شان را در زمینه‌های مختلف مورد علاقه فراهم می‌کنند.

نتایج کاربردی
شبکه‌های اجتماعی ابزار قدرتمندی

مجازی راه یافته‌اند. گرایش به سایت‌های شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا همچنان رو به رشد است. شبکه‌های اجتماعی با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند اما در زندگی روزمره افراد نقش بسیار پررنگی داشته‌اند و بسیاری از کاربران روزانه حداقل یک بار به صفحه شخصی خود در شبکه اجتماعی که عضو هستند سر می‌زنند. به همین خاطر توجه به آنها از اهمیت فوق‌العاده زیادی برخوردار است. در ادامه به شبکه‌های اجتماعی محبوبی اشاره می‌کنیم که می‌توان برای بازاریابی کسب‌وکار و دستیابی به مشتریان جدید از آنها استفاده کرد.

۱- فیس‌بوک
فیس‌بوک با بیش از ۱/۵۹ میلیارد کاربر، بزرگ‌ترین ترکیب جمعیتی را در میان همه شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک منبع قدرت تأثیرات شگرفی بر جای بگذارد. در حال حاضر وجود گوشی‌های هوشمند دسترسی کاربران را به اینترنت تسهیل کرده است که همین امر موجب شده بسیاری از شرکت‌ها به فکر بهره‌برداری از این فرصت باشند. آنها بدون هیچ معطلی اقدام به راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی کرده‌اند که در آن اطلاعاتی در رابطه با خدمات و تولیدات در اختیار طرفداران کمپین قرار می‌گیرد. تکرار مداوم نام تجاری یا برند موجب می‌شود مخاطب با آن همنا شود و پس از مدتی برای خرید محصولات اقدام کند. این امر به تدریج بسیاری از کاربران را از حالت بالقوه به مشتریان وفادار تبدیل می‌کند. امروزه مشتریان به‌طور چشمگیری رفتارهای‌شان را همراستا با تکنولوژی و محیط اقتصادی دنیا تغییر می‌دهند. آنها حجم زیادی از اطلاعات را به دست می‌آورند، از محصولات با خبر و با آنها آشنا می‌شوند و اعتمادشان را نسبت به تبلیغات از دست می‌دهند. محصولات و خدمات سفرش را ترجیح می‌دهند و کانال‌های خرید خود را تغییر می‌دهند. بنابراین کسب‌وکارها برای بقای خود مجبور به اصلاح یا حتی تغییر استراتژی‌های تبلیغاتی خود برای از عهده بر آمدن تغییرات، حقایق و رفتارهای مشتریان خود هستند. شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر جایگاه قابل توجهی در اینترنت پیدا کرده‌اند و به رده پرریننده‌ترین‌های فضای

ارزش توییتسر در این قابلیت است که مطالب‌تان به سرعت (مثل ویرس) منتشر می‌شوند؛ هر چه آدم‌های بیشتری مطالب‌تان را به اشتراک بگذارند، (یعنی محتوای‌تان را ری‌توییت کنند)، به دنبال کنندگان بیشتری دست خواهید یافت. آخرین اخبار، مطالب روز و مقاله‌هایی را که در اختیار داریم، در رسانه‌های بزرگ به اشتراک می‌گذاریم. هشتگ‌ها تغییر بزرگی در حرکت و انتشار مطالب‌تان به وجود آورده‌اند، بنابراین به روند روز دقت کنید و هشتگ‌های مرتبط با مطالب روز ایجاد کنید. همچنین می‌توانیم مطالب آدما را معرفی کنیم تا بتوانیم با آنها ارتباط برقرار کنیم تا بتوانیم با آنها در زمینه‌های مختلف مورد علاقه فراهم می‌کنند.

نتایج کاربردی
شبکه‌های اجتماعی ابزار قدرتمندی

بازاریابی خلق



در وبسایت خود محتوای مناسب تولید کنید - دسته‌بندی‌های وبلاگ یا فهرست راهنمای مقالات در سایت برای این کار بسیار عالی هستند. محتوای جدید و مفید به تعامل با خوانندگان و ساخت لینک‌های ارزشمند کمک می‌کند و این باعث جذب و تبدیل کاربران به خریدار خواهد شد.

۱۰ گام به سوی روابط عمومی فروش خلاقانه

نخستین پیش‌نویس هر سندی، هر گز بهترین پیش‌نویس نیست و این قاعده مطمئناً در مورد برنامه‌های روابط عمومی فروش هم صادق است. ممکن است شما در نخستین پیش‌نویس برنامه خود به شکلی محتاطانه و مبهم یا کلی با قضیه برخورد کرده باشید، ولی حالا برگردید و روی این پیشنهادها دقیق شوید. انجام این کار نیازمند کاری سخت و تفکری خلاق است. در ادامه به نقل از سایت هورموند به برخی از اقدامات روابط عمومی فروش اشاره می‌کنیم که می‌توانید در جهت ساختن تاکتیک‌هایی تا حدامکان خلاقانه، زیرکانه، بکر و جذاب انجام دهید.

رسانه‌ها به دنبال اخبارند. اخبار به صورت هر چیزی که جدید، متفاوت و خلاقانه باشد تعریف می‌شود. آن عبارات شگفت‌انگیز زنده‌باد تفاوت هیچ‌جا بیشتر از تضمین علاقه رسانه‌ها مصداق ندارد.

اغلب موفق‌ترین ایده‌های روابط عمومی فروش کاملاً هم منحصره‌فرد نیست. بلکه ایده‌های قدیمی هستند با یک شیب خلاقانه جدید. به‌عنوان مثال یکی از مشتریان که از صاحبان اصلی فروش رستوران‌ها است، دست به اقدامی در جهت تأمین غذاهای افراد بی‌خانمان زد. متصدیان این کار معتقدند که چنین تلاش گسترده‌ای برای جذب توجه ملی کافی است، ولی کافی نبود و این اقدام به پوشش‌دهی مطبوعاتی بسیار ناچیزی دست یافت. مشتری دیگری دست به روشی مشابه جهت تبلیغ زد. این روش تبلیغ به جای یک غذا دادن معمولی به بی‌خانمان‌ها، «پوند به ازای پوند برای بی‌خانمان‌ها» نامیده شد. تفاوت در همین تغییر خلاقانه بود: شرکت به ازای هر پوند مرغ فروخته‌شده در طول یک ماه مشخص، یک پوند غذا اهدا می‌کرد، پوشش‌دهی رسانه‌ای این روش میوه‌ت‌کننده بود.

کسی را که هدف تبلیغات شماست، از نظر دور ندرید، هنگام نوشتن یک اعلان مطبوعاتی، مراقب باشید که آن را مثل آگهی تبلیغاتی ننویسید چرا که رسانه‌ها آگهی‌ها را بدون پرداخت هزینه آنها بخش نمی‌کنند. اگر می‌خواهید تبلیغات‌تان مؤثر باشد، باید مسابزه را از دیدگاه عموم مردم طراحی کنید نه از دید خودتان.

آزمون برنامه‌ای رادیویی را به کار ببرید: اگر ایده‌ای برای فروش یک کالا دارید، از خودتان بپرسید «یا این ایده برای یک برنامه رادیویی که در آن مردم عادی سوال‌ها، نظرات و پیشنهادها خود را مطرح می‌کنند موثر است؟» این گونه برنامه‌های رادیویی به مطالبی نیازمندند که اطلاع‌رساننده باشد و مخاطب را بر آن دارد بلافاصله رابطه متقابل را با موضوع برقرار کند، بنابراین اگر ایده شما برای این نوع برنامه‌ها موثر باشد، برای تمام رسانه‌های دیگر هم موثر خواهد بود.

خود را بسا خبرهای داغ روز مرتبط کنید: هرگاه واقعه خبری بزرگ رخ دهد، همیشه می‌توانید برای جلب توجه عموم، از مطالبی مرتبط و متناسب با آن وقایع استفاده کنید.

سعی کنید دستورالعمل‌های خاصی متناسب با تعطیلات رسمی خاص تهیه کنید: چاپ چاپ چاپینز تویو، صاحب امتیاز غذای چینی، اقدام به فروش ویژه برای هالوین کرد و اسمش را «دستورهای طبخ غذا با اسم‌های ترسناک» گذاشت. این دستورهای طبخ، خلاقانه و بکر بود و راه خود را به مطبوعات باز کرد. اگر از وقایع خاص، فصول خاص یا تعطیلات رسمی خاص استفاده کنید، همواره ربط دادن خودتان به یک مطلب خبری، مزیت مهمی برای‌تان به حساب خواهد آمد. اگر این کار را خلاقانه انجام دهید، موقعیت شما تقریباً تضمین شده است.

خود را به یک احساس پیوند دهید: اگر رسانه‌ها را بخت‌اندید، بگریانید یا حتی عصبانی کنید، تبلیغات شما جهت فروش محصولات معمولاً مؤثر خواهد بود. در مورد رسانه خود تحقیق کنید: اگر می‌خواهید ستون خاصی از روزنامه یا فضای از برنامه خاص را به خود اختصاص دهید، هر روز آن را ببینید یا بخوانید یا بفهمید که روزنامه‌نگاران دوست دارند به چه نوع مطالبی بپردازند. سپس مطالب خود را با آن وسیله جمعی موردنظر، متناسب کنید.

هنگام رفتن به دنبال رسانه‌ها، فهرستی از کلیه محصولات خود تهیه کنید: اگر صاحب شرکت تجارت الکترونیکی باشید، احتمالاً مهم‌ترین موجودی شما، اطلاعات مشتریان‌تان است. اگر رستوران داشته باشید مهم‌ترین موجودی‌تان، غذای شما است. حال غذا دادن به گرسنگان کار آسانی است و یک دارایی مؤثر احساسی است. ولی ارتباطات احساسی مردم نسبت به غذا هم همین‌طور است. نکته‌ای که باید در نظر داشته باشید این است که بدانید چگونه می‌توان از محصول خود برای تهییج عموم و جلب توجه رسانه‌ها استفاده کرد.

مبادله یک روش موثر رایج جلب توجه عموم است: خیلی پیش از اینکه در مناطق شهری، روزهایی اختصاص داده شود به اینکه مردم در ازای دریافت پول نقد، اسلحه‌های‌شان را به پلیس تحویل دهند، ایده برنامه روابط عمومی فروش معاوضه اسلحه با کفش کتانی به ذهن رسید. همچنین برنامه معاوضه موفق انجام شد که شامل تعویض کنترل از راه دور تلویزیون با کفش کتانی می‌شد. این روزها رسانه‌ها خیلی تحت تأثیر معاوضات قرار دارند؛ ولی همچنان که این روش در حال رواج بیشتری است، معاوضه می‌باید هرچه بیشتر خلاقانه و ابداعی باشد.

منابع انسانی



مقیاس دهی و رشد شرکت با سرمایه‌گذاری در منابع انسانی

رشد و توسعه یک کسب‌وکار، تنها به سرمایه‌گذاری روی مراحل تولید محصول وابسته نیست. نیروی کار به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تولیدی، به توجه بیشتری نیاز دارد. یکی از بزرگ‌ترین مشغله‌های کارآفرینان این است که چطور می‌توانند کسب‌وکار خود را با موفقیت به مقیاس‌پذیری برسانند. بسیاری از مردم معتقدند که سرمایه‌گذاری بهترین راه رشد کسب‌وکار است، درحالی‌که واقعیت این است که این مردم هستند که یک کسب‌وکار را به موفقیت می‌رسانند.

دیوید مالتزر، کارآفرین و مؤسس شرکت بازاریابی Sports 1، سه مرحله را در توسعه یک کسب‌وکار ضروری می‌داند؛ یادگیری، اجرا و مشارکت. در ادامه مطلب که توسط سایت زومیت به نقل از ENTREPRENEUR ارائه شده است به این نکات می‌پردازیم.

مرحله یادگیری

مرحله یادگیری، یک فاز بسیار ساده سرمایه‌گذاری برای کارفرمایان است، به این معنی که آنان روی نیروی انسانی یا روابط خود سرمایه‌گذاری می‌کنند. برخلاف آنچه اکثر مردم فکر می‌کنند، دوره‌های آموزشی یا کارآموزی کارمندان نه‌تنها اتلاف پول و زمان نیست، بلکه سرمایه‌گذاری مؤثری است که هم به نفع کارمندان و هم به سود شرکت خواهد بود. هدف کسب‌وکار این است که در نهایت محصول و خروجی موفق داشته باشد. کارمندان با آموزش صحیح برای ورود به مرحله بعد یعنی فاز اجرایی آماده می‌شوند. اگر این مرحله با موفقیت به پایان برسد، شما می‌توانید کارمندان‌تان را برای مراحل بالاتر آموزشی آماده کنید که مقدمه‌ای برای تبدیل آنها به رهبرانی واقعی است.

مرحله اجرایی

مرحله اجرایی زمانی شروع می‌شود که سرمایه‌گذاری شما روی کارمندان‌تان به نتیجه رسیده و آنها آماده سوددهی هستند. مرحله اجرایی هیچ محدودیت زمانی به شما تحمیل نمی‌کند، بلکه بستگی به زمان حذف‌فصل مرحله یادگیری و مرحله مشارکت دارد. برخلاف مرحله قبل، حالا کارفرما روی هزینه‌ها و سود خود متمرکز می‌شود. توازن منافع و هزینه‌های مالی در این مرحله اهمیت زیادی دارد، مخصوصاً اگر می‌خواهید کارمندان ماهر خود را حفظ کنید. دیوید مالتز مثال می‌زند که در شرکت او، سود ناخالص به نسبت مساوی بین کارمندی که در کسب سود مؤثر بوده‌اند (۳۳ درصد)، شرکت (۳۳ درصد) و پس‌انداز برای مرحله نهایی که مشارکت نام دارد (۳۳ درصد) تقسیم می‌شود.

مرحله مشارکت

مرحله مشارکت یا تساوی حقوق، زمانی شروع می‌شود که کارمندان بهره‌وری سازمانی خود را در مرحله اجرایی نشان داده و این کارایی را در یک بازه زمانی تأیید شده، به‌طور مستمر حفظ کرده‌اند. تلاش کارمندان در مرحله اجرایی، با سرمایه‌گذاری افرادی که به کسب‌وکار شما علاقه‌مند شده‌اند، پاسخ داده می‌شود. در این مرحله نیز اگر می‌خواهید کارمندان متخصص و ماهر خود را حفظ و ابقا کنید، باید برنامه مشارکتی عادلانه‌ای برای شناخت تلاش‌های آنها و سیستم پاداش‌دهی متناسب با آن داشته باشید. شرکت‌هایی که سرمایه‌گذاری مجدد خود را روی منابع انسانی خود نادیده می‌گیرند، از ادامه رشد شرکت‌هایی که سرمایه‌گذاری مجدد خود را روی مقیاس‌پذیری بازمی‌مانند، همان‌طور که اگر انسان‌ها روی توانایی‌های خود سرمایه‌گذاری نکنند، شاهد توقف پیشرفت خود خواهند بود.

مشکلات مقیاس‌پذیری شرکت‌ها

یکی از مشکلات شرکت‌ها این است که در مورد مدت‌زمان مرحله یادگیری کارمندان، منطقی هستند یا مسامحه می‌کنند. بسیاری از شرکت‌ها، پس از اینکه مرحله آموزشی به پایان رسید، سعی می‌کنند به هر قیمتی کارمندان خود را نگه دارند. اگر کارمندی تمایل به ماندن در شرکت شما را ندارد، نباید بیهوده انرژی خود را برای او صرف کنید. افرادی که خودشان را جزئی از مجموعه شما نمی‌دانند رها کنید، چراکه آنها در نهایت به کسب‌وکار شما وفادار نخواهند بود. با کنار گذاشتن کارآموزان و کارمندی که پس از یادگیری می‌خواهند مسیر دیگری را انتخاب کنند، لطف بیشتری به شرکت خود نشان می‌دهید.

یکی دیگر از مشکلاتی که شرکت‌ها با آن مواجهند این است که بیش‌ازحد نگران نقدینگی صرف شده در مرحله آموزشی هستند. آنها متوجه نیستند که هزینه کردن برای آموزش کارمندان، سرمایه‌گذاری روی خودشان است. به یاد داشته باشید که سرمایه‌گذاری روی منابع انسانی، نه‌تنها به سود کسب‌وکار فعلی شما است، بلکه هر کسب‌وکاری را که آنها در آینده در پیش بگیرند، منتفع خواهد کرد.

۵ عادت روزانه موفق‌ترین کارآفرینان جهان (بخش دوم)



یکی از سخنرانی‌هایش برای فارغ‌التحصیلان دانشگاه استنفورد بیان کرد که آن سوال این است که اگر امروز آخرین روز زندگی شما بود، دوست داشتید چه کاری انجام دهید؟ او بعداً اعلام کرد که «هر زمان که برای چند روز متوالی جوابی نداشتم، می‌دانستم که باید چیزی را تغییر دهم.»

۲- اهداف روزانه خود را تنظیم کنید

کارآفرینان موفق نه‌تنها اهداف بلندمدت را تعیین می‌کنند، بلکه به تنظیمات اهداف روزانه کسب‌وکار خود نیز می‌پردازند. آنها اهداف هر روز را براساس آنچه می‌خواهند در بلندمدت به دست آورند تعیین می‌کنند. اهداف روزانه در مقیاس کوچک به موفقیت در کسب‌وکارمان کمک خواهد داد.

۳- مدیریت زمان مؤثر داشته باشید

زمان بزرگ‌ترین سلاح در زندگی است. همه ما یک اندازه زمان در طول شب و روز داریم. جایی که زندگی می‌کنیم، رنگ پوست‌مان، مذهب و ... هیچ تفاوتی به حال‌مان ندارد و همه ما فقط همان ۲۴ ساعت در روز را دریافت می‌کنیم. که این ۸۶،۴۰۰ ثانیه است؛ نه بیشتر و نه کمتر. با این حال، آنچه باعث تفاوت می‌شود، این است که چطور از این وقت گرانبها درست استفاده کنیم و چگونه از آن بهرمنند شویم. آیا ما وقت‌مان را هدر می‌دهیم؟ یا از آن به‌طور مؤثر استفاده می‌کنیم؟ به‌طور خلاصه بهترین راه برای رسیدن به موفقیت و اهداف‌مان مدیریت زمان مناسب و دقیق است.

۴- برنامه‌ریزی دقیق داشته باشید

برای تعیین اهداف، برنامه‌ریزی بسیار اهمیت دارد. موفق‌ترین کارآفرینان جهان برنامه‌ریزان دقیقی هستند. شما باید تعیین کنید که چگونه از Point A به Point B در کسب‌وکار خود برسید تا با درک بهتری در آینده به خط پایان نزدیک شوید. یک لحظه در مورد یک هواپیما فکر کنید. هر هواپیما یک هدف دارد؛ هدف آن این است که از یک شهر به مقصد دیگر برود، پس در تاریخ و زمان خاصی مکانی را ترک می‌کند و در تاریخ و زمان دیگری به مکان مورد نظر می‌رسد. برای رسیدن به مقصد، برنامه‌ریزی‌های بسیاری لازم است از جمله پیش‌بینی مسیر، سرعت هوا، ارتفاع و ...

۵- به‌طور مداوم به فعالیت‌های خود ادامه دهید

بسیاری از افراد در مورد اقداماتی که قصد انجام آن را دارند سخن می‌گویند اما هر کسی نمی‌تواند آن اقدامات را به درستی عملی کند و از روند مداومی برای پیروزی تعبیت کند، با این حال، پیگیری مداوم فعالیت‌ها یکی از مهم‌ترین عادت‌های روزانه است که می‌توانید برای رسیدن به موفقیت‌های احتمالی آن را دنبال کنید و همچنین برای کارهایی که آنها را به تعویق می‌اندازد کافی است تنها روزی ۱۵ دقیقه وقت خود را برای انجام آنها بگذارید. ادامه این روند باعث می‌شود کارتان نیز انجام شود.

نویسنده: R. L. Adams
منبع: entrepreneur

پروش دهید. ۲- مدیریت زمان مؤثر داشته باشید

زمان بزرگ‌ترین سلاح در زندگی است. همه ما یک اندازه زمان در طول شب و روز داریم. جایی که زندگی می‌کنیم، رنگ پوست‌مان، مذهب و ... هیچ تفاوتی به حال‌مان ندارد و همه ما فقط همان ۲۴ ساعت در روز را دریافت می‌کنیم. که این ۸۶،۴۰۰ ثانیه است؛ نه بیشتر و نه کمتر. با این حال، آنچه باعث تفاوت می‌شود، این است که چطور از این وقت گرانبها درست استفاده کنیم و چگونه از آن بهرمنند شویم. آیا ما وقت‌مان را هدر می‌دهیم؟ یا از آن به‌طور مؤثر استفاده می‌کنیم؟ به‌طور خلاصه بهترین راه برای رسیدن به موفقیت و اهداف‌مان مدیریت زمان مناسب و دقیق است.

۳- مدیریت زمان مناسب و دقیق است. اگر در مورد موفقیت درازمدت جدی هستید، باید این عادت روزانه را به زندگی خود اضافه کنید.

از سیستم مدیریت زمان چهارگانه استفاده کنید، که برای نخستین بار از سوی سوری دایت داییز آیزنهاور، پیش‌بینی شده است و بعداً توسط استیفن کوپس در کتاب «۷ عادت افراد بسیار مؤثر» محبوب شد. شما این سیستم مدیریت زمان چهارگانه را به‌عنوان بهترین استراتژی برای مدیریت زمان خود و در نهایت دستیابی به اهداف خود می‌کنند. بنجامین فرانکلین هر روز از خود می‌پرسید «امروز چه کاری برای دستیابی به هدفم انجام داده‌ام؟» و در آغاز روز با دانستن اینکه باید به این سوال پاسخ دهد روز خود را در جهت انجام اهداف صحیح برای دستیابی به موفقیت در کسب‌وکار به پایان می‌رساند. استیو جابز نیز یکی از آنهایی بود که هر روز هنگام سفر، سرعت هوا، ارتفاع و ... دستیابی به هدف‌تان

یکی از سخنرانی‌هایش برای فارغ‌التحصیلان دانشگاه استنفورد بیان کرد که آن سوال این است که اگر امروز آخرین روز زندگی شما بود، دوست داشتید چه کاری انجام دهید؟ او بعداً اعلام کرد که «هر زمان که برای چند روز متوالی جوابی نداشتم، می‌دانستم که باید چیزی را تغییر دهم.»

۲- اهداف روزانه خود را تنظیم کنید

کارآفرینان موفق نه‌تنها اهداف بلندمدت را تعیین می‌کنند، بلکه به تنظیمات اهداف روزانه کسب‌وکار خود نیز می‌پردازند. آنها اهداف هر روز را براساس آنچه می‌خواهند در بلندمدت به دست آورند تعیین می‌کنند. اهداف روزانه در مقیاس کوچک به موفقیت در کسب‌وکارمان کمک خواهد داد.

۳- مدیریت زمان مؤثر داشته باشید

زمان بزرگ‌ترین سلاح در زندگی است. همه ما یک اندازه زمان در طول شب و روز داریم. جایی که زندگی می‌کنیم، رنگ پوست‌مان، مذهب و ... هیچ تفاوتی به حال‌مان ندارد و همه ما فقط همان ۲۴ ساعت در روز را دریافت می‌کنیم. که این ۸۶،۴۰۰ ثانیه است؛ نه بیشتر و نه کمتر. با این حال، آنچه باعث تفاوت می‌شود، این است که چطور از این وقت گرانبها درست استفاده کنیم و چگونه از آن بهرمنند شویم. آیا ما وقت‌مان را هدر می‌دهیم؟ یا از آن به‌طور مؤثر استفاده می‌کنیم؟ به‌طور خلاصه بهترین راه برای رسیدن به موفقیت و اهداف‌مان مدیریت زمان مناسب و دقیق است.

۴- برنامه‌ریزی دقیق داشته باشید

برای تعیین اهداف، برنامه‌ریزی بسیار اهمیت دارد. موفق‌ترین کارآفرینان جهان برنامه‌ریزان دقیقی هستند. شما باید تعیین کنید که چگونه از Point A به Point B در کسب‌وکار خود برسید تا با درک بهتری در آینده به خط پایان نزدیک شوید. یک لحظه در مورد یک هواپیما فکر کنید. هر هواپیما یک هدف دارد؛ هدف آن این است که از یک شهر به مقصد دیگر برود، پس در تاریخ و زمان خاصی مکانی را ترک می‌کند و در تاریخ و زمان دیگری به مکان مورد نظر می‌رسد. برای رسیدن به مقصد، برنامه‌ریزی‌های بسیاری لازم است از جمله پیش‌بینی مسیر، سرعت هوا، ارتفاع و ...

۵- به‌طور مداوم به فعالیت‌های خود ادامه دهید

بسیاری از افراد در مورد اقداماتی که قصد انجام آن را دارند سخن می‌گویند اما هر کسی نمی‌تواند آن اقدامات را به درستی عملی کند و از روند مداومی برای پیروزی تعبیت کند، با این حال، پیگیری مداوم فعالیت‌ها یکی از مهم‌ترین عادت‌های روزانه است که می‌توانید برای رسیدن به موفقیت‌های احتمالی آن را دنبال کنید و همچنین برای کارهایی که آنها را به تعویق می‌اندازد کافی است تنها روزی ۱۵ دقیقه وقت خود را برای انجام آنها بگذارید. ادامه این روند باعث می‌شود کارتان نیز انجام شود.

نویسنده: R. L. Adams
منبع: entrepreneur

پروش دهید. ۲- مدیریت زمان مؤثر داشته باشید

زمان بزرگ‌ترین سلاح در زندگی است. همه ما یک اندازه زمان در طول شب و روز داریم. جایی که زندگی می‌کنیم، رنگ پوست‌مان، مذهب و ... هیچ تفاوتی به حال‌مان ندارد و همه ما فقط همان ۲۴ ساعت در روز را دریافت می‌کنیم. که این ۸۶،۴۰۰ ثانیه است؛ نه بیشتر و نه کمتر. با این حال، آنچه باعث تفاوت می‌شود، این است که چطور از این وقت گرانبها درست استفاده کنیم و چگونه از آن بهرمنند شویم. آیا ما وقت‌مان را هدر می‌دهیم؟ یا از آن به‌طور مؤثر استفاده می‌کنیم؟ به‌طور خلاصه بهترین راه برای رسیدن به موفقیت و اهداف‌مان مدیریت زمان مناسب و دقیق است.

۳- مدیریت زمان مناسب و دقیق است. اگر در مورد موفقیت درازمدت جدی هستید، باید این عادت روزانه را به زندگی خود اضافه کنید.

از سیستم مدیریت زمان چهارگانه استفاده کنید، که برای نخستین بار از سوی سوری دایت داییز آیزنهاور، پیش‌بینی شده است و بعداً توسط استیفن کوپس در کتاب «۷ عادت افراد بسیار مؤثر» محبوب شد. شما این سیستم مدیریت زمان چهارگانه را به‌عنوان بهترین استراتژی برای مدیریت زمان خود و در نهایت دستیابی به اهداف خود می‌کنند. بنجامین فرانکلین هر روز از خود می‌پرسید «امروز چه کاری برای دستیابی به هدفم انجام داده‌ام؟» و در آغاز روز با دانستن اینکه باید به این سوال پاسخ دهد روز خود را در جهت انجام اهداف صحیح برای دستیابی به موفقیت در کسب‌وکار به پایان می‌رساند. استیو جابز نیز یکی از آنهایی بود که هر روز هنگام سفر، سرعت هوا، ارتفاع و ... دستیابی به هدف‌تان

۴- برنامه‌ریزی دقیق داشته باشید

برای تعیین اهداف، برنامه‌ریزی بسیار اهمیت دارد. موفق‌ترین کارآفرینان جهان برنامه‌ریزان دقیقی هستند. شما باید تعیین کنید که چگونه از Point A به Point B در کسب‌وکار خود برسید تا با درک بهتری در آینده به خط پایان نزدیک شوید. یک لحظه در مورد یک هواپیما فکر کنید. هر هواپیما یک هدف دارد؛ هدف آن این است که از یک شهر به مقصد دیگر برود، پس در تاریخ و زمان خاصی مکانی را ترک می‌کند و در تاریخ و زمان دیگری به مکان مورد نظر می‌رسد. برای رسیدن به مقصد، برنامه‌ریزی‌های بسیاری لازم است از جمله پیش‌بینی مسیر، سرعت هوا، ارتفاع و ...

۵- به‌طور مداوم به فعالیت‌های خود ادامه دهید

بسیاری از افراد در مورد اقداماتی که قصد انجام آن را دارند سخن می‌گویند اما هر کسی نمی‌تواند آن اقدامات را به درستی عملی کند و از روند مداومی برای پیروزی تعبیت کند، با این حال، پیگیری مداوم فعالیت‌ها یکی از مهم‌ترین عادت‌های روزانه است که می‌توانید برای رسیدن به موفقیت‌های احتمالی آن را دنبال کنید و همچنین برای کارهایی که آنها را به تعویق می‌اندازد کافی است تنها روزی ۱۵ دقیقه وقت خود را برای انجام آنها بگذارید. ادامه این روند باعث می‌شود کارتان نیز انجام شود.

نویسنده: R. L. Adams
منبع: entrepreneur

پروش دهید. ۲- مدیریت زمان مؤثر داشته باشید

زمان بزرگ‌ترین سلاح در زندگی است. همه ما یک اندازه زمان در طول شب و روز داریم. جایی که زندگی می‌کنیم، رنگ پوست‌مان، مذهب و ... هیچ تفاوتی به حال‌مان ندارد و همه ما فقط همان ۲۴ ساعت در روز را دریافت می‌کنیم. که این ۸۶،۴۰۰ ثانیه است؛ نه بیشتر و نه کمتر. با این حال، آنچه باعث تفاوت می‌شود، این است که چطور از این وقت گرانبها درست استفاده کنیم و چگونه از آن بهرمنند شویم. آیا ما وقت‌مان را هدر می‌دهیم؟ یا از آن به‌طور مؤثر استفاده می‌کنیم؟ به‌طور خلاصه بهترین راه برای رسیدن به موفقیت و اهداف‌مان مدیریت زمان مناسب و دقیق است.

کار قابل



ضرورت بلندپروازی برای موفقیت

مترجم: امیرآل علی

به‌طور متوسط، افراد بلندپرواز و جاه‌طلب سطح تحصیلات یا درآمد بیشتری دارند، مشاغل معتبرتر را از آن خود می‌کنند و به‌طور کلی از سطح بالاتر رضایت از زندگی برخوردار هستند. این گفته‌های نیل برتون، روان‌پزشک و نویسنده کتاب «بهشت و جهنم: روانشناسی احساسات» است. بسیاری از بزرگ‌ترین دستاوردهای انسان حاصل بلندپروازی و جاه‌طلبی است. بلندپروازی یا جاه‌طلبی یعنی «تلاش مداوم برای رسیدن به موفقیت، کسب کردن و به‌دست آوردن». چنین افرادی همواره هدفی معین دارند، اما این هدف با رسیدن به نیازهای اساسی تفاوت دارد. کسانی که انگیزه به‌دست آوردن چیزی را دارند، معمولاً به دنبال افزایش مهارت‌ها و شایستگی روبه رشد برای دریافت پاداش مالی هستند.

ما اگر فرزندمان بلندپرواز باشد از او ایراد می‌گیریم و جالب اینجاست که در قبال آن انتظار داریم که فرزندمان موفق، ثروتمند، پولدار، مشهور و ... شود. یکی از اسرار موفق، ثروتمند و شاخص شدن این است که بلندپرواز باشیم. فکر نمی‌کنم در هیچ کجای دنیا بتوانید کارآفرین موفق‌تری را پیدا کنید که رویاهای بزرگی در سر نداشته باشد و جاه‌طلب نباشد.

اگر کسی را می‌شناسید که این طور نیست، لطفاً بیان کنید تا با او آشنا شویم! جاه‌طلبی، بلندپروازی و رؤیاپردازی از ویژگی‌های مهم هر کارآفرین موفق در دنیاست؛ کارآفرینانی که زندگی خودشان و هزاران نفر دیگر را تغییر دادند و غیرممکن‌ها را تبدیل به ممکن کردند. نمی‌توانید کارآفرین موفق و بزرگی را پیدا کنید که گفته‌هایی شبیه این داشته باشد که لقمه‌نونی در میامر تا فقط نمیرم و زنده بومونم! و از این دست جملاتی که باعث می‌شود انسان پیشرفت نکند، درجا بزنند و از استعدادها و توانایی‌های خودش استفاده نکنند و اگر هم بتواند کاری فراتر از آن چیزی که در حال انجام دادش است انجام بدهد، آن را انجام ندهد و حرکتی نکند که نوعی ناشکری و ناسپاسی است. کارآفرینان بزرگ و موفق رویاهای بزرگی هم دارند و می‌خواهند کارهای بزرگی انجام بدهند و اهداف بسیار والایی دارند.

تا ایده‌آل و چشم‌اندازی تعیین نکرده باشید و تا زمانی که جایی را در ذهن متصور نشده باشید هرگز نمی‌توانید کسب‌وکار خودتان را تغییر دهید و متحول کنید. پس اگر هنوز چشم‌انداز مشترکی را با پرسنل و همکاران‌تان مشخص نکرده‌اید پیشنهاد می‌کنم به سوال قبلی بازگردید و به صورت جدی برای پاسخ‌دهی به آن فکر کنید.

زمانی که چشم‌انداز و تصویر ذهنی داشته باشید و از قبل موقعیت فعلی خودتان را در شرایط حاضر تعیین کرده باشید کافی است که فاصله خود تا هدف را اندازه بگیرید و بعد از آن تمام نیروی خود را برای رسیدن به هدف بسیج کنید و در راه نیل به هدف لحظه‌ای باز نایستید. فاصله موجود بین شرایط حاکم به موقعیت‌هایی را که می‌خواهید در آینده به دست بیاورید دقیقاً تعیین کنید که به چه میزان سرمایه و نقدینگی، چه روابط حرفه‌ای و پشتیبانی کدام شرکت‌ها و انجمن‌ها و متخصصان بازار کار نیاز دارید. برنامه دقیق و مدون برای کار خود آماده کنید. دقیقاً بگویید که سناریوی پیروزی شما در کوتاه‌مدت و بلندمدت چگونه نوشته می‌شود و یادتان باشد که هر ایده و برنامه‌ای را که به ذهن‌تان می‌رسد باید به صورت مکتوب نگه دارید.

حرف و برنامه‌های ذهنی کافی نیست. باید برنامه‌های‌تان را به روی کاغذ بیاورید تا جدی تلقی شوند. حتی اگر به صورت ذهنی و لفظی بارها و بارها برنامه‌های‌تان را مرور کرده اما آنها را به روی کاغذ منتقل نکرده باشید، یعنی برنامه‌ای ندارید. همچنین اهمیت زمان و چارچوب زمانی را از یاد نبرید. تعیین کنید که طی چه زمانی می‌خواهید به هدف‌تان برسید. به یاد داشته باشید حتی اگر بهترین اهداف را برای خود تعیین کرده اما زمان دقیقی برای هر یک از مراحل اجرایی و زمانی برای اتمام پروژه خود تعیین نکرده باشید در راه رسیدن به هدف با خسارات جبران‌ناپذیری مواجه می‌شوید که احتمالاً شما را از رسیدن به هدف و پیروزی باز می‌دارند. به همین خاطر اگرچه بلندپروازی لازمه انجام کارهای بزرگ است، با این حال نباید این امر را به نوعی خیال‌پردازی تبدیل کرد و لازم است تا برنامه‌ای مشخص برای آن داشته باشید.

توصیه‌های حرفه‌ای از مدیران موفق - هدف بزرگی انتخاب کنید و در راستای دستیابی به آن هدف تلاش کنید. هنگام راه انداختن کسب‌وکار، بلندپرواز باشید و اهداف بزرگ را نشانه بگیرید.

فراموش نکنید که موفقیت‌های بزرگ نیاز به انجام کارهای بزرگ دارد. به همین خاطر اگر می‌خواهید به جایگاه بالایی دست پیدا کنید، باید جسور و بلندپرواز باشید.

فروشگاه کتاب‌های دست‌دوم - اگر فروشگاه کوچکی دارید و می‌خواهید یک کسب و کار با سرمایه اندک را آغاز کنید می‌توانید به فکر راه‌اندازی یک فروشگاه کتاب‌های دست دوم باشید.

کسب‌وکار خلاق



فروشگاه کتاب‌های دست‌دوم - اگر فروشگاه کوچکی دارید و می‌خواهید یک کسب و کار با سرمایه اندک را آغاز کنید می‌توانید به فکر راه‌اندازی یک فروشگاه کتاب‌های دست دوم باشید.

آشنایی با مدیریت نوآوری و مراحل آن



روزی نیست که خبری در مورد نوآوری، ایده‌های خلاقانه در تجارت و کسب‌وکارهای تازه منتشر نشود. نوآوری بیش از همیشه در مرکز توجه قرار دارد و همه‌جا بحث در مورد اثرات آن است. از شرکت‌های کوچک تا غول‌های صنایع مختلف، همه به دنبال نوآوری برای در اختیار گرفتن بازار و توسعه محصولات و خدمات جدید هستند، اما نوآوری چیست و سازمان‌ها چگونه چارچوب‌های مدیریت نوآوری را اجرا می‌کنند؟ در ادامه مطلب که توسط سایت chetor، برگرفته از lead-innovation definition ۴-phases lead-innovation definition شده است به این موضوع می‌پردازیم.

تعریف نوآوری

ریشه کلمه نوآوری (innovation) در زبان لاتین از کلمه «innovare» می‌آید که به معنای تازه‌شدن است. از نقطه نظر اقتصادی، نوآوری به هر پدیده تازه‌ای گفته می‌شود که سازمان یا جامعه از آن نفع می‌برد.

نوآوری اغلب با دو مفهوم ایده و اختراع مرتبط است. ایده را می‌توان جرعه فکری خلاقانه در مورد یک موضوع دانست. اختراع هم پدید آوردن چیزی تازه است، اما نوآوری یعنی تمرکز برای رسیدن به راهکاری تازه برای محصول یا - فرآیندی که از قبل وجود دارد.

مدیریت نوآوری

مدیریت نوآوری رویکردی نظام‌مند برای اولویت دادن به نوآوری در سازمان است و شامل مراحل برنامه‌ریزی، سازماندهی، مدیریت و کنترل و همه ابزارها و روش‌های پیشبرد و بهره‌برداری از نوآوری در سازمان است. هدف مدیریت نوآوری می‌تواند هر یک از موارد زیر باشد:

- تولید محصولات و خدمات نوین برای حضور در بازارهای جدید،
- بهبود محصولات و خدمات برای پیشی گرفتن از رقبای،
- بهبود - فرآیندهای داخلی برای تقویت سازمان و کاهش هزینه‌ها،
- توسعه روش‌های جدید کسب‌وکار به منظور درآمدزایی از مسیرهای جدید.

شاخه‌های مدیریت نوآوری

مدیریت نوآوری مبتنی بر دو پایه اصلی است:

- ۱- فراهم کردن چارچوبی برای تبدیل ایده‌ها به نوآوری و اجرای آنها. این شامل فعالیت‌هایی در جهت توسعه سازمانی است که به نهادینه کردن فرهنگ نوآوری می‌انجامد.
- ۲- تمرکز بر خودنوآوری که شامل تحقیقات فعال، توسعه و اجرای ایده‌ها و سایر فعالیت‌های مرتبط از جمله مدیریت خلاقیت و مدیریت پروژه است.

محدوده مدیریت نوآوری

مبحث نوآوری زمینه‌های متنوعی دارد که در اینجا به برخی از آنها اشاره می‌کنیم:

- ۱- مدیریت آینده: شناسایی موقعیت‌ها، روندها و مخاطرات پیش روی سازمان؛
- ۲- تدوین راهبرد و برنامه‌ریزی فعالیت‌های مرتبط با نوآوری از جمله نقشه مسیر نوآوری؛
- ۳- سازماندهی و تعیین وظایف در حوزه مدیریت نوآوری از جمله ساختار تصمیم‌گیری و تعیین مسئولیت‌ها؛
- ۴- مدیریت ایده‌ها، چارچوبی برای دریافت، تدوین و ارزیابی ایده‌ها؛
- ۵- مدیریت مراحل نوآوری، شامل مراحل تبدیل یک ایده جدید به یک محصول نوآورانه، ساخت مدل مفهومی، طرح تجاری، تدوین راهکار، نمونه‌سازی، اجرا و بازاریابی؛
- ۶- ایجاد بستری فرهنگی و ارج نهادن به نوآوری؛
- ۷- مدیریت جامع و تدوین معیار سنجش نوآوری، برای ارزش‌گذاری و سنجش فعالیت‌های مرتبط در سطح سازمان؛
- ۸- سازوکاری برای مدیریت حقوق انحصاری و حق مالکیت؛
- ۹- ایجاد شبکه‌های جدید برای بهره‌برداری از منابع و ظرفیت‌های برون‌سازمانی؛
- ۱۰- مدیریت تحول در ذیل پروژه‌های نوآوری.

نکته مهم آن است که نوآوری به بخش یا واحد مشخصی در سازمان محدود نمی‌شود و دامنه فعالیت آن به اندازه گستردگی همه

بخش‌های سازمان است.

تفاوت میان بهینه‌سازی و نوآوری

بهینه‌سازی امری باسابقه و مرسوم در صنایع مختلف است و شامل روش‌های مدیریتی متنوعی برای بهبود - فرآیندها، کالا و خدمات سازمان است. بهینه‌سازی ریشه در مدیریت کیفیت دارد. در اینجا به برخی از نمونه‌های آن اشاره می‌شود:

- فرآیند بهبود مستمر (CIP):
- بر مبنای قالب چهارگانه برنامه‌ریزی، اقدام، بررسی و اعمال (PDCA) همه کارکنان را ترغیب می‌کند تا در قالب کار گروهی، همواره در حال پرسش‌گری در مورد - فرآیندهای کنونی و بهبود آنها باشند.
- کایزن (Kaizen): کایزن یکی از روش‌های مدیریت بهبود - فرآیند است که ریشه در ژاپن دارد و در لغت به معنی بهبود مستمر است و شعار آن «سازمانی هر روز بهتر از روز قبل» است.

مدیریت کیفیت جامع (TQM): تمرکز بر کیفیت همه اجزای سازمان شامل کارکنان، - فرآیندها و محصولات به منظور بالا بردن رضایت مشتری است.

- پیشنهاد عملیاتی: هدف، ترغیب کارکنان به فکر کردن در مورد پیشنهاد‌های عملی برای بهبود است. به آنها فرصت داده می‌شود که به صورت خودجوش ایده‌های خود را ارائه کنند. ایده‌ها در - فرآیندی مدون ارزیابی و در صورت تأیید، اجرا می‌شوند و از پیشنهادکننده قدردانی می‌شود.

با آنکه بهینه‌سازی و نوآوری دارای وجوه مشترکی هستند، تفاوت اصلی در رویکرد آنهاست. تمرکز بهینه‌سازی بر بهبود یا گسترش - فرآیندهای موجود در جهت ارتقای کیفی است، اما مدیریت نوآوری، جاه‌طلبانه‌تر و به دنبال روش‌ها، محصولات و خدمات کاملاً نوین برای به‌دست آوردن توسعه رقابتی پایدار است. در عمل، بهینه‌سازی و نوآوری آموری جدایی‌ناپذیر هستند و راهبرد سازمان باید بهینه‌سازی و نوآوری مستمر باشد.

نوآوری همواره با پیچیدگی، ابهام و مخاطرات روبه‌رو است و این امر، اهمیت داشتن روال و ساختاری مدون به‌منظور مدیریت آن در مراحل مختلف را بیشتر می‌کند. همچنین مدیریت نوآوری به سازمان کمک می‌کند که با تمرکز روی اهداف و بر مبنای راهبردش به سمت نوآوری و روش‌های نوین حرکت کند. مدیریت نوآوری در عین حفظ محیط خلاقانه برای رشد نوآوری، مخاطرات ناشی از تجربه‌های جدید را کاهش می‌دهد.

مراحل مدیریت نوآوری

مدیریت نوآوری فرآیند نوآوری به چهار مرحله اصلی تقسیم می‌شود:

- ۱- ایده: جمع‌آوری نوآوری‌های بالقوه، ریشه‌یابی ایده‌ها، ارزیابی و سپس عرضه ایده‌ها؛
- ۲- تبیین مدل مفهومی: بررسی و ارزیابی گسترده و دقیق و سپس توسعه مدل مفهومی برای رسیدن به راهکار، اجرا و بازاریابی؛

۳- اجرا: اجرا و آزمودن راهکار برای رسیدن به محصول نهایی؛

۴- بازاریابی: همه مراحل مرتبط با برانگیختن و سپس برآوردن نیاز مشتری شامل تامین، تولید، تجهیز، بازاریابی و فروش. شاخصه مراحل اول و دوم، خلاقانه‌تر بودن آنها و همچنین داشتن چارچوب آزادتر است و در عوض، مراحل سوم و چهارم - فرآیندها و تمرکز هستند. اجرای هر یک از این مراحل، به میزان گستردگی سازمان بستگی دارد. برای مثال معمولاً سازمان‌های بزرگ، نظام ارزیابی پیچیده‌تر و - فرآیند تصمیم‌گیری چندلایه دارند که به پیچیدگی مراحل اول و دوم می‌انجامد و در شرکت‌های نوآوری به دلیل تولید محصولات دانش‌محور، مرحله سوم پیچیده‌تر و گسترده‌تر از سایر مراحل است. در شرکت‌های خدماتی نیز مرحله چهارم دارای پیچیدگی بیشتری است. در ادامه به بررسی هر یک از مراحل مدیریت نوآوری می‌پردازیم.

مرحله ۱: ایده‌ها

نوآوری همواره با جست‌وجو برای یافتن امکانات تازه آغاز می‌شود تا بتوان از آنها ایده‌هایی استخراج و ارزیابی کرد. امکانات تازه می‌توانند هر یک از موارد زیر باشند:

- درخواست‌های برآورده‌نشده مشتریان؛
- معضلات مشتریان؛
- بازارهای احتمالی جدید؛
- یک راهکار فنی.

مسیرهای بی‌شماری برای دریافت امکانات تازه وجود دارد ولی یکی از آنها می‌تواند در دو رویکرد کلی دسته‌بندی کرد:

۱. جست‌وجوی هدفمند

در این رویکرد، جست‌وجو برای یافتن پتانسیل‌های تازه در محدوده زمینه‌های از پیش تعیین‌شده و بر مبنای راهبرد نوآوری سازمان انجام می‌گیرد. روش‌های رایج در این رویکرد شامل برگزاری کارگروه‌های خلاقیت در مورد موضوعی خاص، برگزاری کارگروه با کاربران پیش‌رو (LEAD Users) و مسابقات ایده‌پردازی هستند. کاربران پیش‌رو به آن دسته از کاربران اطلاق می‌شود که به دلایل مختلف از جمله علاقه یا مدت‌زمان استفاده بیشتر، قبل از عموم مشتریان نیازهای جدید را درک می‌کنند.

۲. رویکرد تصادفی

گاه پتانسیل‌های تازه به‌صورت تصادفی دریافت و ثبت می‌شوند. برای مثال یک فناوری جدید در حین جست‌وجو‌ها پیدا می‌شود یا کارکنان حین بررسی پیشنهادها یا براساس بازتاب مشتریان امکان تازه‌ای می‌یابند. قدم بعدی ثبت امکان‌های تازه به‌عنوان ایده است. برای این کار می‌توان شرح مختصری از ایده اولیه، دلیل اهمیت و کاربرد آن را برای سازمان تبیین کرد. در صورت لزوم، رسم یک طرح اولیه ساده می‌تواند به تبیین بهتر ایده کمک کند. قدم نهایی در این مرحله ارزش‌گذاری ایده‌هاست. یک گروه تصمیم‌گیری بر مبنای مجموعه ضوابط تعیین‌شده سازمان، منافع و امکان‌پذیری هر ایده را محاسبه و بر مبنای آن هر ایده را اولویت‌بندی

آماده‌شده، ارزیابی می‌شود و در صورت لزوم، اصلاحاتی در آن اعمال می‌شود. بوم مدل کسب‌وکار که الکساندر اوستروالدر و ایوس پیگنر معرفی کردند، ابزار جامعی برای مفهوم‌سازی معرفی می‌کند.

یک ایده از زمانی که به‌وجود می‌آید تا زمانی که به محصول نهایی تبدیل می‌شود، همواره در حال تحول است و هر قدر هم بی‌نقص باشد، در مرحله اجرا و عرضه با تغییراتی روبه‌رو خواهد شد. بهترین روش برای غلبه بر اثرات این موضوع، پیروی از رویکرد چرخه‌ای (I-erative) است. بر مبنای این رویکرد، در تمامی مراحل با بازه‌های زمانی کوتاه، نتایج کار اعم از مستندات، نمونه‌ها و محصول تولیدشده در معرض بررسی و بازخورد تیم‌های داخلی مشتریان (تعدادی یا همه آنها) قرار می‌گیرد و فرآیندها، محصولات و خدمات با استفاده از نظرات و بازتاب‌ها اجرا و اصلاح می‌شود تا به بهترین نحو خواسته مشتری را اجابت کنند. این روش مخاطرات و هزینه‌های ناشی از تفاوت میان درخواست مشتریان و محصول نهایی را کاهش می‌دهد.

مرحله ۲: تبیین مدل مفهومی

این مرحله شامل انجام ارزیابی‌های دقیق و گسترده به‌منظور جمع‌آوری همه اطلاعات ممکن در مورد ایده و بررسی‌های بیشتر است. در این مرحله به ایده‌ها عینیت بیشتری بخشیده می‌شود و اهداف و اثرات‌شان بهتر نمایان می‌شود. برای این منظور، مراحل زیر انجام می‌شوند:

- نیازسنجی بازار و مشتریان؛
- امکان‌سنجی بازارهای هدف از جمله اندازه و جذابیت بازار؛

مهم‌ترین و گسترده‌ترین قدم در مرحله مدل مفهومی، سنجش نیاز مشتری است. به‌طور کلی هر ایده مطرح‌شده، باید نسبت به خواسته‌های کنونی مشتری، درخواست‌ها و نیازهای بی‌پاسخ مشتری، موقعیت‌های جدید و اهمیت آنها برای مشتری سنجیده شود.

موقعیت‌ها و مزیت رقابتی احتمالی؛ مخاطرات و امکان‌پذیری از جمله امکان‌سنجی فنی و مشکلات ورود به بازار؛ چارچوب و شرایط - فرآیندهای تولیدشده بازتابی واقعی از کاربران دریافت می‌کند.

هنگامی که محصول به بلوغ لازم رسید، آماده عرضه به بازار است. همانطور که اشاره شد، بهترین رویکرد، رویکرد چرخه‌ای است تا اطمینان حاصل شود محصول تولیدشده بازتابی واقعی از کاربران دریافت می‌کند.

موقعیت‌ها و مزیت رقابتی احتمالی؛ مخاطرات و امکان‌پذیری از جمله امکان‌سنجی فنی و مشکلات ورود به بازار؛ چارچوب و شرایط - فرآیندهای تولیدشده بازتابی واقعی از کاربران دریافت می‌کند.

مرحله ۳: اجرا

با استفاده از نتایج مرحله دوم (مدل مفهومی) در مرحله اجرا، محصول برای ارائه به بازار، تولید و آماده می‌شود. این شامل ساخت نمونه‌های اولیه، انجام آزمون‌های گوناگون و اصلاح محصول تا رسیدن به کیفیت مورد انتظار است. نکته مهم در پروژه‌های نوآوری تمرکز بر آزمایش محصول با کاربران واقعی و در شرایط واقعی است تا اطمینان حاصل شود محصول تولیدشده بازتابی واقعی از کاربران دریافت می‌کند.

مهم‌ترین و گسترده‌ترین قدم در مرحله مدل مفهومی، سنجش نیاز مشتری است. به‌طور کلی هر ایده مطرح‌شده، باید نسبت به خواسته‌های کنونی مشتری، درخواست‌ها و نیازهای بی‌پاسخ مشتری، موقعیت‌های جدید و اهمیت آنها برای مشتری سنجیده شود. مهم‌ترین و گسترده‌ترین قدم در مرحله مدل مفهومی، سنجش نیاز مشتری است. به‌طور کلی هر ایده مطرح‌شده، باید نسبت به خواسته‌های کنونی مشتری، درخواست‌ها و نیازهای بی‌پاسخ مشتری، موقعیت‌های جدید و اهمیت آنها برای مشتری سنجیده شود.

چگونه می‌توان در عمل نوآوری داشت؟

تا همین چند وقت پیش، تنها ذکر کلمه نوآوری، ما را به یاد دانشمندان و مهندسان دیوانه فیلم‌ها و کارتون‌ها می‌انداخت که در آزمایشگاه‌های مخفی و زیرزمینی خود مشغول ساختن آینده بودند، اما امروز، نوآوری دیگر منحصر به ما بهترین نیست، بلکه یک ضرورت فراگیر است. به گزارش دیجیاتو، نوآوری یا ابداع چیزهای تازه، بازبینی چیزهای قدیمی و ایجاد انقلابی کلی در برخی الگوها، باعث خیزش عظیم برندهای غول‌آسایی نظیرای بی‌ام، پولا‌روید، مک دونالد و آتاری شد و بعدها دور تازه‌ای از رقابت را میان شرکت‌هایی به راه انداخت که از پشتوانه چندانی برخوردار نبودند و می‌توانستند با چابکی بیشتری دست به عمل بزنند. شرکت‌هایی نظیر آمازون، گو پرو، بیس، جوس پرس، نتفلیکس، اوبر و شرکت‌های بی‌شمار دیگر، با بازاندیشی الگوهای موجود و بازار، و دست زدن به نوآوری، صنایع متعددی را متحول کردند. شما چه یکی از شرکت‌های برتر دنیا باشید و چه کسب‌وکاری در حال شکل‌گیری، چه روی نوآوری متمرکز باشید و چه در تقلا برای باقی ماندن در عرصه، توصیه‌های بی‌چون و چرای زیر آوازه‌دهنده داد به جای آنکه دنباله و صنعتی باشید، آن را از نو تعریف کنید.

۱- به یاد داشته باشید ایده‌ها مرز نباید داشته باشند، ولی چارچوب چرا

با جملاتی مثل «هیچ‌گاه نمی‌توانیم چنین کاری انجام دهیم» یا «تا به حال این کار را به شکل دیگری انجام داده‌ایم» ایده‌های افراد را محدود نکنید. این جمله‌ها قاتل خلاقیتند. در عین حال، دستیابی به ایده‌های نو تنها در صورتی اثربخش خواهد بود که مشکلات به خصوصی را حل کنند. چارچوب شما باید همان مشکلی باشد که قصد دارید از میان بردارید و ایده‌های شما باید به هر وسیله ممکن این کار را انجام دهند. هنری فورد به این دلیل اتومبیل ساخت که پرورش اسبی سریع‌تر، راه‌حلی پیچیده و مقیاس‌ناپذیر بود.

۲- اول به این فکر کنید که مردم چه می‌خواهند، بعد به فکر نیاز کسب‌وکار خود باشید

نمی‌توان با برطرف کردن مشکلات کسب‌وکار یا سازمان خود، پیشتر نوآوری بود. شما به دنبال پول کسب‌وکار می‌کنید و پول در برطرف کردن خواسته‌های مردم است. اول به مردم و نیازهای‌شان فکر کنید، سپس ببینید چگونه می‌توانید آن را برای کسب‌وکار خود عملیاتی کنید. تمام شرکت‌های نوآور امروزی، نیازهایی را برطرف کرده‌اند که لذت صنعت متبوع‌شان آنها را نادیده گرفته بود. در همین حین که بلاک باستر سعی داشت بفهمد چگونه می‌تواند کسب‌وکار رو به افول خود را نجات دهد، نتفلیکس از راه رسید و ناهارش را نوش جان کرد.

۳- صاحبان ایده را توانمند کنید، نظریه‌پردازان بی‌عمل را ناامید

داشتن تعداد زیادی بامجناب دور قاب‌چین و فقتان کسی که واقعا کاری انجام دهد می‌تواند هر ایده فوق‌العاده‌ای را به نابودی بکشاند. مشارکت دادن افراد، بخشی اساسی از تشویق آنها به تفکر است و باید در هر فرآیند نوآورانه‌ای وجود داشته باشد، اما مراقب کسانی که فقط ایده می‌دهند و مسئولیت هیچ قسمتی از این فرآیند را به عهده نمی‌گیرند باشید. اینکه مادر بزرگ کسی از رنگ لوگوی شما خوشش نمی‌آید لزوماً بازخورد سازنده‌ای محسوب نمی‌شود.

۴- سلسله مراتب را حذف کنید، نه رهبری

رهبران بزرگ به اعضای تیم خود کمک می‌کنند دستاوردهای بزرگی کسب کنند. متأسفانه در تلاش برای همسطح‌سازی ساختار، رهبری تبدیل به حرف شده است و اثری از عمل در آن باقی نمانده است. اگر رهبران ارشد شما تیم‌های خود را تشویق نمی‌کنند و کسب‌وکارشان را به پیش نمی‌انند، شاید وقت آن فرارسیده که با آنها خداحافظی کنید. چشم‌انداز کسب‌وکار پر است از شرکت‌هایی که مدیران ارشدشان عاشق زرق و برق هستند، اما پیشرفتی در کار ایجاد نمی‌کنند.

۵- هر فرآیندی را که مانع پیشرفت می‌شود کنار بگذارید

بدون به کارگیری نوعی فرآیند، هیچ کاری پیش نمی‌رود، اما به محض آنکه فرآیندی سد راه پیشرفت شد، باید مورد بازبینی قرار بگیرد یا به کلی حذف شود. فرآیندهای انعطاف‌پذیری به وجود بیاورد که تضمین‌کننده پیشرفت مداوم باشند و بتوان در صورت لزوم آنها را دست‌خوش جرح و تعدیل کرد. گاهی اوقات برخی فرآیندها انقدر طولانی می‌شوند که رقبا گوی سبقت را از شما می‌ربایند.

۶- از استعدادها، پایی‌بیشنه‌های متفاوت بهره‌گیری کنید می‌توان گفت این موضوع در هر صنعتی مشکل‌ساز است. شما نمی‌توانید انسان‌هایی شبیه به هم با پیشینه‌های مشابه به کار بگیرید و انتظار نتایج متفاوت داشته باشید. ایده‌های تازه از سوی افرادی با تجربیات و تخصص‌های متنوع به وجود می‌آیند. کسانی را به جمع خود اضافه کنید که بتوانند دیدگاه‌های تازه‌ای با خود بیاورند. شاید برایتان جالب باشد که اخیراً برای انجام پروژه‌ای در وایز، تیمی تشکیل شد متشکل از یک روان‌شناس رفتاری، یک مهندس سابق وزارت دفاع، یک متخصص بازاریابی، یک طراح صنعتی و چند استراتژیست از صنایع مختلف. بهره‌مندی از نوآوری یک نیاز رقابتی درازمدت است. اگر عضوی از سازمانی هستید که نوآوری خود را از دست داده است، تغییر دادن این اوضاع به شما بستگی خواهد داشت. اگر عضوی از شرکتی در حال شکل‌گیری هستید یا تازه دست به کار شده‌اید، فرصت بهره‌مندی از نوآوری را خودتان باید خلق کنید.

اخبار

دبیرخانه ملی رویداد تبریز ۲۰۱۸ رسماً آغاز به کار کرد

تبریز- ماهان فلاح، سرپرست معاونت گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری گفت: دبیرخانه ملی رویداد "تبریز ۲۰۱۸" در محل معاونت گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری آغاز به کار کرد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، میرهادی قرمسیید رومیانی با بیان این خبر گفت: دبیرخانه ملی رویداد "تبریز ۲۰۱۸" با هدف هماهنگی، جلب مشارکت، برقراری تعامل و بهره‌گیری از ظرفیت بخش‌های مختلف در راستای هرچه باشکوه‌تر برگزار شدن این رویداد در محل معاونت گردشگری تشکیل شد. او افزود، با توجه به اینکه دبیرخانه استانی این رویداد نیز در شهر تبریز دایر است لذا تجهیزات دبیرخانه ملی به نیروی انسانی و امکان برقراری ارتباط مستقیم و گسترده با بخش‌های مرتبط می‌تواند هماهنگی و تسریع دستیابی به اهداف تعیین‌شده ویژه "تبریز ۲۰۱۸" را با تمرکز بر اموری همانند اطلاع‌رسانی، هماهنگی، اخذ پیشنهاده‌ها، ایده‌ها و دیدگاه‌های صاحب‌نظران و مستندسازی فعالیت‌ها سبب شود. دبیر ستاد ملی رویداد «تبریز ۲۰۱۸» گفت: پیرو اقدام صورت‌گرفته، کار گروه‌های «اطلاع‌رسانی»، «اجرائی و هماهنگی»، «آموزش» و «برنامه‌ریزی» نیز ذیل دبیرخانه ملی مذکور تشکیل شده‌است تا بستری مساعد برای پیشبرد نظام‌مند اهداف تعیین‌شده فراهم شود. رومیانی تأکید کرد: همچنین با برقراری امکان ارتباط ۲۴ ساعته با دبیرخانه ملی رویداد "تبریز ۲۰۱۸" از طریق شماره‌تلفاس ۶۶۵۸۲۲۴۸، کارشناسان مربوطه آماده دریافت پیشنهاده‌های میزبانی شایسته از این رویداد و همچنین تسریع در برقراری ارتباطات مورد نیاز هستند. سرپرست معاونت گردشگری اظهار کرد: به‌دستور رئیس سازمان میراث‌فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کلیه رویدادهای مربوط به حوزه‌های سازمان در سال ۲۰۱۸ به شهر تبریز منتقل خواهد شد و چنانچه در پایتخت برگزار شود رویداد و نگاهی ویژه به این رویداد مهم ملی کشور خواهد داشت.

شرکت پتروشیمی شازند در لیست ۵۰ شرکت فعال تر بوری سر قرار گرفت

اراک - خبرنگار فرصت امروز- به گزارش روابط عمومی و امور بین الملل به نقل از ایسنا، به تازگی فهرست ۵۰ شرکت فعال تر در بورس اوراق بهادار تهران مربوط به بهار سال جاری اعلام شده که شرکت‌های پالایش نفت بندرعباس، گروه مینا، سرمایه گذاری نفت و گاز پارس، توسعه معادن و فلزات و گروه مدیریت سرمایه گذاری امید در مقام اول تا پنجم این طبق قرار دارد. طبق این گزارش، شرکت سایپا، پتروشیمی مبین، گروه پتروشیمی سرمایه گذاری ایرانیان، مخابرات ایران و آسان پرداخت برترین نیز در مقام ششم تا دهم این رتبه بندی جای گرفتند، اما رتبه‌های چهل و پنجم تا پنجاهم این لیست را شرکت‌های پتروشیمی شازند، سایپا دیزل، سرمایه گذاری آتی دماوند، سرمایه گذاری خورزمی، بیمه البرز و سرمایه‌گذاری صنعتی اردکان تشکیل می‌دهند. علاوه بر این شرکت‌های ایران خودرو، صنایع آذرباب، ایران ترانسفو، پارس خودرو، لایبراتور داروسازی دکتر عبیدی، مقام‌های یازدهم تا پانزدهم این لیست را به خود اختصاص دادند. لازم به ذکر است در گزارش یاد شده اعلام شده که شناسایی شرکت‌های دارای موقعیت برتر، اغلب بر پایه نقدشوندگی سهام، میزان تاثیر گذاری شرکت بر بازار و برتری نسبت‌های مالی انجام می‌شود. شناسایی شرکت‌های برتر در بورس تهران بر پایه ترکیبی از قدرت نقدشوندگی سهام، میزان تاثیر گذاری شرکت‌ها بر بازار و در چارچوب سه معیار از جمله میزان داد و ستد سهام در تالار، تناوب معاملات سهام و تاثیر گذاری آن شرکت بر بازار صورت می‌گیرد.



شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان:

کاهش شکایات و افزایش سهم بازار نتیجه رضایت مشتریان است

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- نتایج موفقیت آمیز ۴ ماهه اول سال ۹۶ حاصل تلاش و همکاری کارکنان بوده است.مهندس شهرداری ضمن ابراز این مطلب گفت: در جلسه هفته قبل مخابرات مناطق کشور با مدیران شرکت مخابرات ایران ردد تمامی شاخصها در مخابرات منطقه گلستان اعلام شده و حتی در برخی از شاخصها مورد تقدیر قرار گرفته‌ام که مدیون تلاش و همدلی همه کارکنان است اما هنوز نیاز به برنامه ریزی و کوشش بیشتر بوده تا موفقیت استمرار و پایداری داشته باشند.مدیر مخابرات منطقه گلستان که در جلسه "ارتقا وضعیت پشتیبانی و فروش اینترنت پرسرعت" سخن میگفت با تأکید بر اینکه وظیفه ما خدمت دادن به مردم است افزود: با توجه به انتظارات مشتریان باید نارضایتی آنها را به رضایت گذاختری تبدیل نماییم و اولویت تمامی فعالیت‌های ما رسیدگی به امور مشتریان باشدوی با مهم دانستن رضایت مشتری از محصولات و سرویسهای مخابرات را ارزیابی های انجام شده توسط شرکت مخابرات ایران در قالب شاخص NPS اشاره کرد و گفت: میزان این شاخص که همان وفاداری و رضایت مشتری است بستگی به عملکرد کارکنان و نحوه برخورد آنها با مشتری دارد که باید به آن توجه داشت.مهندس شهرداری کاهش شکایات ، افزایش داری و سهم بازار و در نتیجه افزایش در آمد را نتیجه رضایت مشتریان دانست و افزود: با راه اندازی سامانه OSS تمامی خرابی ها ، روش ها و سرعت پیگیری مشکلات مردم مستقیما توسط شرکت مخابرات ایران رصد می شود و این نشان دهنده اهمیت دادن به مشتری و توجه به خواسته و نیاز آنان می باشد.

شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان:

کاهش شکایات و افزایش سهم بازار نتیجه رضایت مشتریان است

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- نتایج موفقیت آمیز ۴ ماهه اول سال ۹۶ حاصل تلاش و همکاری کارکنان بوده است.مهندس شهرداری ضمن ابراز این مطلب گفت: در جلسه هفته قبل مخابرات مناطق کشور با مدیران شرکت مخابرات ایران رشد تمامی شاخصها در مخابرات منطقه گلستان اعلام شده و حتی در برخی از شاخصها مورد تقدیر قرار گرفته‌ام که مدیون تلاش و همدلی همه کارکنان است اما هنوز نیاز به برنامه ریزی و کوشش بیشتر بوده تا موفقیت استمرار و پایداری داشته باشند.مدیر مخابرات منطقه گلستان که در جلسه "ارتقا وضعیت پشتیبانی و فروش اینترنت پرسرعت" سخن میگفت با تأکید بر اینکه وظیفه ما خدمت دادن به مردم است افزود: با توجه به انتظارات مشتریان باید نارضایتی آنها را به رضایت گذاختری تبدیل نماییم و اولویت تمامی فعالیت‌های ما رسیدگی به امور مشتریان باشدوی با مهم دانستن رضایت مشتری از محصولات و سرویسهای مخابرات را ارزیابی های انجام شده توسط شرکت مخابرات ایران در قالب شاخص NPS اشاره کرد و گفت: میزان این شاخص که همان وفاداری و رضایت مشتری است بستگی به عملکرد کارکنان و نحوه برخورد آنها با مشتری دارد که باید به آن توجه داشت.مهندس شهرداری کاهش شکایات ، افزایش داری و سهم بازار و در نتیجه افزایش در آمد را نتیجه رضایت مشتریان دانست و افزود: با راه اندازی سامانه OSS تمامی خرابی ها ، روش ها و سرعت پیگیری مشکلات مردم مستقیما توسط شرکت مخابرات ایران رصد می شود و این نشان دهنده اهمیت دادن به مشتری و توجه به خواسته و نیاز آنان می باشد.

فاصله استان‌های گلستان _ خراسان شمالی کمتر می شود

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- سرپرست اداره کل راه و شهرسازی استان گلستان از کم شدن فاصله استان های گلستان _ خراسان شمالی با آغاز احداث و اسفالت محور قازقانیه - خراسان شمالی در شهرستان مرواح تپه خبر داد.به گزارش اداره روابط عمومی اداره کل راه و شهرسازی استان گلستان مهندس حسین محبوبی در حاشیه بازدید از عملیات اجرایی محور راه روستایی قازقانیه - خراسان شمالی با حضور محافظی معاون وزیر راه و شهرسازی ، کوسه غزایی نماینده مردم شریف مرواح تپه، کالکیش و مینوشندت در مجلس شورای اسلامی ، تاجی فرماندار مرواح تپه و تنی چند از مسئولین محلی و اهالی روستاها برگردید.افزود طول این پروژه ۱۶ کیلومتر است که ۲ کیلومتر از روستای گوک تپه تا رست درای در سالهای گذشته اسفالت و ۱۲ کیلومتر باقی مانده آن احداث و اسفالت خواهد شد .سرپرست اداره کل راه و شهرسازی اظهار داد: این پروژه دارای موفقیت‌های استثنایی و ملی از سال ۱۳۹۲ است، عملیات اجرایی سالجاری آن شامل ترانشه برداری، تعریض، اصلاح شیب ، زیر سازی و احداث دیوار و ابنیه فنی و در نهایت بیس و اسفالت می باشد این مقام مسئول پروژه فوق را بسیار پر اهمیت توصیف نمود و هدف از اجرای این پروژه را کوتاه شدن مسیر مرواح تپه به خراسان شمالی ، رونق بخش اقتصادی و فرهنگی منطقه و عبور ایمن تر تردد کنندگان از راهها را عنوان نمود.محبوبی اعلام داد: در سالجاری مبلغ ۱۰ میلیارد ریال از محل اعتبارات ملی به پروژه فوق اختصاص یافته است و اظهار امیدواری کرد با تخصیص اعتبارات لازم ، این پروژه تا ۶ ماه اول سال آینده به بهره برداری برسد.شهرستان مرواح تپه در شرق استان گلستان واقع و با استان خراسان شمالی هم مرز است این شهرستان دارای ۴۸۰ کیلومتر راه روستایی است که ۲۵۰ کیلومتر آن اسفالت ومالبقی راه شوسه و خاکی می باشد.

مدیر کل دفتر تامین مسکن کمیته امداد در سفر به استان هرمزگان :

ساخت ۲ هزار ۷۹۱ واحد مسکن روستایی توسط سپاه در هفت استان محروم

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز- ساخت پنج هزار و ۵۰۰ واحد مسکونی در روستاهای هفت استان کشور توسط سپاه سازندگی حدود ۶۰ درصد پیشرفت داشته است.مدیر کل دفتر تامین مسکن و امور مهندسی ساختمان کمیته امداد در نشست با مسئولان مرتبط با ساخت مسکن مددجویی روستایی در سیاه و سیبج سازندگی استان هرمزگان، درباره آخرین وضعیت مسکن مددجویی در این استان به تبادل نظر پرداخت. به گزارش سایت خبری کمیته امداد؛ ابراهیم یازبان، مدیر کل دفتر تامین مسکن و امور مهندسی ساختمان کمیته امداد با اشاره به مشارکت کمیته امداد و سپاه برای ساخت پنج هزار و ۵۰۰ واحد مسکونی در روستاهای هفت استان کشور، گفت: تاکنون در ۷۹۱ واحد مسکونی به مرحله تحویل کامل رسیده است که این رقم حدود ۶۰ درصد از کل واحدهای مورد نظر در این طرح است. وی با اشاره به سهمیه استان هرمزگان در طرح ساخت مسکن مددجویی روستایی مناطق محروم که برابر با ۷۹۵ واحد است، گفت: در این استان مبلغی بالغ بر ۶۶۸ میلیارد ریال از این واحدها شروع شده که نخستین واگذاری‌ها در شهرپور ماه سال گذشته آغاز شد. او افزود: اکنون نیز ادامه دارد. وی با اعلام اینکه هرمزگان از حیث اجرا و عملیات ساخت و ساز واحدهای مسکونی مددجویی روستایی در بین هفت استانی که شامل این طرح هستند در رتبه نخست قرار دارد گفت: ۵۷۱ واحد مسکونی در این استان به مرحله نازک کاری رسیده که در مجموع این طرح در هرمزگان دارای پیشرفت بیش از ۷۷ درصد است.مدیر کل دفتر تامین مسکن و امور مهندسی ساختمان کمیته امداد با بیان اینکه در این طرح از مددجویان اعتباری دریافت و با کسر نشده است، گفت: این پروژه مسکن از جمله فعالیت‌های خاص کمیته امداد به شمار می‌رود که در نوع خود موفقیت آمیز نیز بوده است.

کسب عنوان واحد نمونه تولیدی استان خوزستان توسط کشت و صنعت نیشکر میرزا کوچک‌خان

اهواز - خبرنگار فرصت امروز- سنار شکبیا اظهار داشت: هم‌زمان با روز صنعت و معنن که با حضور مقامات استانی و مسئولین کشوری برگزار شد شرکت کشت و صنعت نیشکر میرزا کوچک خان با تلاش کارکنان خود موفق شد عنوان واحد نمونه تولیدی در آسان خوزستان را کسب کند. مدیرعامل کشت و صنعت میرزا کوچک خان افزود: این شرکت همواره در راستای اهداف سازمانی خود به حداکثر بهره‌وری در عین رعایت کیفیت برتر تولید، توجه ویژه داشته و دارد و کل شرکت بطور یکپارچه این اهداف سازمانی را در بالاترین سطح ممکن پیگیری می‌کنند لذا همین امر باعث شد که این شرکت به عنوان واحد نمونه تولیدی در استان خوزستان معرفی گردد. وی همچنین آسیب‌شناسی روندهای تولید واریسی مداوم خطوط تولید شرکت و برنامه‌ریزی دقیق برای رفع مشکلات و بهره‌وری مناسب را در کنار نیروهای جوان و با انگیزه از بهترین‌تر دلایل این موفقیت برشمرد. سنار شکبیا در پایان خاطرنشان کرد: کشت صنعت میرزا کوچک‌خان در اراضی آزاد شده از عملیات بیت‌المقدس در دوران دفاع مقدس واقع شده است و تلاش مجموعه همکاران ما این بوده که در ادامه آن جهاد مقدس، سنگر تولید را با همت جوانان متعهد و غیور منطقه با حداکثر توان پیش ببریم و این موفقیت نیز ناشی از همین همت و تلاش پرسنل این شرکت است.

در سه ماهه نخست سال جاری

کمک ۳۳ میلیارد ریالی مراکز نیکوکاری به نیازمندان بوشهری

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز-مدیر کل کمیته امداد استان بوشهر گفت: در سه ماهه نخست سالجاری ۳۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال کمک های مردمی توسط مراکز نیکوکاری جمع آوری و میان نیازمندان کمیته امداد توزیع شد. به گزارش سایت خبری کمیته امداد، احمد لطفی، مدیر کل کمیته امداد استان بوشهر، در گرهمهایی بررسی فعالیت های مراکز نیکوکاری استان با اشاره به نقش اساسی مراکز نیکوکاری در کمک به نیازمندان گفت: راه اندازی مراکز نیکوکاری و واگذاری امور به مردم نقش مهمی در سرعت بخشی کمک به نیازمندان داشته است و در نگاه کلان، بیشترین وظایف کمیته امداد در آینده به مراکز نیکوکاری واگذار می شود. وی با اشاره به فعالیت ۲۹ مرکز نیکوکاری در استان بوشهر گفت: بیش از چهار سال از فعالیت‌های مراکز نیکوکاری در استان بوشهر می‌گذرد که در این مدت توانسته‌اند خدمات قابل توجهی را در نیازمندان ارائه دهند. لطفی با بیان اینکه مراکز نیکوکاری در شهرها و مناطق مختلف استان راه اندازی شده اند تا همیار و همراه کمیته امداد در کمک به نیازمندان باشند، افزود: امروز حرف نخست در زمینه تعامل با مردم از مراکز نیکوکاری می‌زند و راه اندازی مراکز نیکوکاری و واگذاری امور به مردم نقش مهمی در سرعت بخشی کمک به نیازمندان داشته است، وی خاطر نشان کرد، با توجه به واگذاری امور محرومیت زدایی در محلات به مرکز نیکوکاری، در سه ماهه نخست سال جاری، بالغ بر ۳۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال کمک های مردمی جمع آوری و در میان نیازمندان همان محله توزیع شده است.

مسدود شدن دودکش سبب سوخت ناقص و ایجاد گازهای خطرناک و مسموم کننده گردیده و باعث خفگی در اثر گاز گرفتگی می شود.

روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان شرقی



اهواز - سید رحمان محمدی - مدیردفتر مدیریت استراتژیک و بهره‌وری شرکت سهلمی برق منطقه ای خوزستان گفت: نظام مدیریت عملکرد در این شرکت پس از طی مراحل اجرایی طبق برنامه زمان بندی پیاده سازی می‌شود. مدیردفتر مدیریت استراتژیک و بهره‌وری در گفت و گو با خبرنگار این شرکت افزود: به منظور طراحی مدل بومی استقرار نظام مدیریت عملکرد مطالعات کتابخانه گسترده ای بر روی مدل های ارزیابی معتبرملی و بین المللی جهت شناسایی مدل متناسب با الزامات قانونی و نیازهای شرکت برق منطقه ای خوزستان صورت گرفته است. وی ادامه داد: با توجه به اهمیت و حساسیت موضوع از ۵۷ مدل علمی معتبر، ۱۹ مدل که بیشترین ارتباط موضوعی و مفهومی به روز داشتند انتخاب و مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند. شمس افزود: به منظور طراحی مدل متناسب با نیازمندی ها و الزامات قانونی نظام مدیریت عملکرد، می‌بایست معیارهای متداول در سایر مدل‌ها شناسایی گردد که دراین زمینه معیارها و شاخص های کلیدی هر یک از مدل های مرتبط با مقوله ارزیابی عملکرد شرکت برق منطقه ای خوزستان شناسایی و در حوزه موضوعی مناسب قرار داده شده است. وی اظهار داشت : در شرکت برق منطقه ای خوزستان مدل پیشنهادی ارزیابی عملکرد سازمانی برای درک بهتر و تعیین آنچه که آنها برای دستیابی به تعالی سازمانی به این نیاز دارند به کار برده می‌شود که معیارها یک جای مشترک را برای ارتباط و تصمیم

معاون عمرانی استاندار آذربایجان شرقی:

توسعه فرهنگی روستاها بخش مهمی از توسعه روستایی است



تبریز- اسد فلاح - معاون عمرانی استاندار آذربایجان شرقی با تأکید بر گسترش حیطه فعالیت کانون‌های فرهنگی هنری روستاها، گفت: در راستای توسعه روستاها اقدامات بسیاری انجام شده، اما در نقطه‌ای که باید توسعه فرهنگی را پیش ببریم کمی کمزگی شده است. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، مهندس محمدصادق پورمهدی در جلسه کارگروه توسعه روستایی و عشائری استان آذربایجان شرقی، با بیان اینکه امروزه با وجود وسایل ارتباط جمعی و فضای مجازی، انجام کارهای فرهنگی آسان است، افزود: هنر این است که در درافتاده‌ترین نقاط و با توجه به شرایط اقلیمی و فرهنگی مناطق مختلف کارهای فرهنگی انجام بدهیم. وی با اشاره به فعالیت ۷۲۰ کانون فرهنگی مساجد در شهرستان‌ها و ۵۶۰ کانون در حال ایجاد در روستاهای بالای یک هزار نفر جمعیت، بیان کرد: فرمانداری‌ها باید فعالیت این کانون‌ها را رصد کرده و کانون‌های فعال را شناسایی کنند. مهندس پورمهدی با بیان اینکه کانون‌های فرهنگی مساجد روستایی تنها متحصر به فعالیت روحانی مسجد نباشد، گفت: البته در برخی روستاها حتی برای اقامه نماز هم روحانی

معاون عمرانی استاندار آذربایجان شرقی:

فرهنگ مصرف صحیح آب باید به یک باور میان مردم تبدیل شود

اصفهان - قاسم اسد - در سومین نشست بررسی راهکارهای مقابله با کمبود آب و مشترکین برصرف در سال ۹۶ مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان گفت: فرهنگ سازی مدیریت مصرف آب باید در تمام قشرها به طور جدی دنبال شود و در این زمینه مسئولین امر باید نهایت تلاش خود را به خرج دهند. مهندس هاشم امینی با بیان اینکه نهبندید کردن فرهنگ صحیح مصرف آب میان قشرهای مختلف امری بسیار دشوار است خاطر نشان ساخت: عملیات اعمال مدیریت مصرف آب با روشهای متفاوت از قبیل برپایی جشنواره های مختلف برای گروههای هدف، چاپ کتاب، پوستر، پویش، ساخت فیلم های آموزشی، داستانی، انیمیشن، استفاده از ظرفیت رسانه های گروهی و ... باید به صورت مستمر ادامه یابد تا فرهنگ صحیح مصرف آب برای تک تک مردم به یک باور تبدیل شود. وی محدودیت منابع آبی را جدی برشمرد و تصریح کرد: محدودیت منابع آبی در سالهای

اصفهان - قاسم اسد - در سومین نشست بررسی راهکارهای مقابله با کمبود آب و مشترکین برصرف در سال ۹۶ مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان گفت: فرهنگ سازی مدیریت مصرف آب باید در تمام قشرها به طور جدی دنبال شود و در این زمینه مسئولین امر باید نهایت تلاش خود را به خرج دهند. مهندس هاشم امینی با بیان اینکه نهبندید کردن فرهنگ صحیح مصرف آب میان قشرهای مختلف امری بسیار دشوار است خاطر نشان ساخت: عملیات اعمال مدیریت مصرف آب با روشهای متفاوت از قبیل برپایی جشنواره های مختلف برای گروههای هدف، چاپ کتاب، پوستر، پویش، ساخت فیلم های آموزشی، داستانی، انیمیشن، استفاده از ظرفیت رسانه های گروهی و ... باید به صورت مستمر ادامه یابد تا فرهنگ صحیح مصرف آب برای تک تک مردم به یک باور تبدیل شود. وی محدودیت منابع آبی را جدی برشمرد و تصریح کرد: محدودیت منابع آبی در سالهای

مستئول روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه ساری :

مقام اول آمادگی جسمانی پخش ایران به منطقه ساری رسید



کارکنان در جهت افزایش بهره‌وری و سلامت نیروی انسانی توجه ویژه ای شده است. وی گفت : در هفتمین المپیاد فرهنگی ورزشی

مدیرعامل شرکت گاز آذربایجان شرقی اعلام کرد

دانش و مهارت، دو ویژگی مهم امدادگران گاز

تبریز- لیلا پاشائی - طی مراسم با شکوهای هفتمین دوره مسابقات امدادی عملیاتی امدادگران شرکت گاز استان آذربایجان شرقی با تجلیل از قهرمانان و عوامل اجرایی به پایان رسید. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان شرقی، مهندس ولی اله دینی در این مراسم ضمن تقدیر و تشکر از برگزار کنندگان هفتمین دوره مسابقات امدادگران گفت: اکثر آیتم های مسابقات بر مبنای مهارت های جسمانی است که در جای خود بسیار مهم است اما بایستی برنامه ریزی و فضا و سیستم پیش رو، که در این آمادگی نوام با آمادگی ذهنی نباشد و از سال آینده تألیبری اندیشیده شود تا علم نقشه خوانی به آیتم مسابقات افزوده شود. مدیرعامل شرکت گاز استان با تأکید بر اهمیت توانمندی امدادگر ذهنی امدادگران در موضوعات نقشه خوانی تصریح کرد: اگر کارکنان امدادگر حائز مهارت های جسمانی امدادی باشد ولی در یک حادثه قرائت اشتباهی

رشت- زینب قلیپور - همایش مصرف بهینه گاز طبیعی (طرح سفیران انرژی) با حضور فرماندار فومن، مسئولین ادارات و جمعی از کارشناسان شرکت گاز در محل سالن ارشاد اسلامی فومن برگزار شد. در ابتدای این همایش آقای یوسف مدد رئیس اداره گاز فومن ضمن عرض خوشامد به حاضرین گزارشی از عملکرد این اداره را بیان نمود. در ادامه آقای اسماعیل پور فرماندار محترم شهرستان فومن ضمن حمایت از اجرای این طرح از تمامی ادارات شهرستان خواست که طرح مذکور را در ادارات خود اجرا نمایند. در ادامه مهندس شکونیا رئیس ایمنی، بهداشت محیط زیست و پدافند غیر عامل شرکت گاز استان گیلان توضیحاتی

در خصوص مصرف گاز در جهان و ایران ارائه نمود. وی در ادامه در خصوص طرح سفیران انرژی گفت: این طرح در سطح وزارت نفت و سایر

مدیر دفتر مدیریت استراتژیک و بهره‌وری برق منطقه‌ای خوزستان خبر داد

نظام مدیریت عملکرد در این شرکت پیاده سازی می‌شود

اقتصادی واجتماعی کشور، مبانی قانونی ارزیابی عملکرد در برنامه بخش عمومی به ویژه دولتی، مبانی قانونی ارزیابی عملکرد در برنامه در بخش قانون کار، آیین نامه نظام اداری ارزیابی استراتژیک کشور و مقررات و دستور العمل‌های استقرارنظام اداری ارزیابی عملکرد در دستگاه های اجرایی کشور هستند که به صراحت بند های قانونی مرتبط با نظام مدیریت عملکرد دستگاه های اجرایی را ارائه می‌دهند. شمس با اشاره به معیارها در مدل پیشنهادی ارزیابی عملکرد سازمانی گفت: این مدل ها دو دسته می باشند که دسته اول مبتنی بر پنج معیار یادگیری سازمانی ، مدیریت فناوری و نوآوری ، کار گروهی ، توانمند سازی مدیران کارکنان و فرآیندهای داخلی هستند. وی ادامه داد: دسته دوم نیز که نتایج سازمانی نامیده می شوند شامل بهبود مستمر، پاسخگویی، خدمت‌رسانی و مدیریت مالی و اقتصادی هستند.مدیر دفتر مدیریت استراتژیک و بهره‌وری شرکت سهلمی برق منطقه ای خوزستان فرآیندهای اصلی نظام مدیریت عملکرد در این شرکت را تدوین و بازنگری اهداف استراتژیک ، تدوین، بازنگری شاخص های عملکردی، تنظیم و مبادله تفاهم نامه عملکرد، تنظیم وایلاخ برنامه عملیاتی، جمع آوری اسباب عملکردی (مستند سازی عملکرد)، نظارت و پایش عملکرد (کنترل پیشرفت اجرایی برنامه های عملیاتی)، ارزیابی عملکرد (ارزیابی شاخص های عملکردی)، آسیب شناسی ،تحلیل عملکرد ، ارائه و اجرای راهکارهای بهبود عملکرد اعلام کرد.

معاون عمرانی استاندار آذربایجان شرقی:

توسعه روستاها بخش مهمی از توسعه روستایی است

پرهیز کرده و بر اساس نقشه راه پیش بروند تا در کنار ایجاد اشتغال شاهد توسعه متوازن روستاها باشیم.وی همچنین از عدم حضور برخی از مدیران کل دستگاه‌های اجرایی در جلسه کارگروه توسعه روستایی و عشائری انتقاد کرد و گفت: مدیرانی که امکان حضور در جلسات را دارند باید به صورت کتبی به دبیرخانه اعلام کنند، در غیر این صورت از حضور نمایندگان آنها معذور خواهیم بود. مدیر کل امور روستایی و شوراهای استانداری آذربایجان شرقی هم در این جلسه گفت: تعهد ایجاد اشتغال روستایی استان برای اسامال ۶ هزار و ۸۶۲ نفر با اعتبار ۱۱۶ میلیارد و ۴۹۶ میلیون تومان است. تقی کریمی با بیان اینکه مینا و معیار سنجش اشتغال در روستاها داشتن بیمه تامین اجتماعی است، افزود: از مجموع تعهد اشتغال روستایی در استان، ایجاد ۲ هزار و ۶۷۲ فرصت شغلی بر عهده بسیج سازندگی است. وی همچنین با تأکید بر ضرورت هم‌افزایی کانون‌های فرهنگی هنری مساجد و بسیج‌ری توسعه روستایی گفت: شورای فرهنگ عمومی روستاها متشکل از دهیار، روحانی، پایگاه مقاومت بسیج و کانون فرهنگی مساجد است.

معاون عمرانی استاندار آذربایجان شرقی:

فرهنگ مصرف صحیح آب باید به یک باور میان مردم تبدیل شود

آب دانست و اعلام کرد: طی بررسی های اخیر حاصل شد که بعضاً در برخی از نقاط شهر هنوز کنتورهای آب مربوط به دهه های گذشته مورد استفاده قرار می‌گیرد. این کنتورهای قدیمی بعضاً مصرف آب بهای مشتریان را در دست محاسبه نمی‌کنند این موضوع بی تأثیر در مدیریت مصرف آب نمی‌باشد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با اشاره به کاهش هدررفت شبکه آب گفت: در سالهای اخیر شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با اجرای عملیات اصلاح خطوط انتقال، شناسایی رشتی‌ها در خطوط آبرسانی موفق به کاهش هدررفت آب در استان اصفهان شده است به طوری‌که هم اکنون اصفهان رتبه اول کشور را در کاهش هدررفت آب دارد اما با این وجود روند کاهش هدررفت آب در اصفهان باید با قوت ادامه یابد چرا که برای هر قطره آب در اصفهان که دارای اقلیم خشک است چگونگی مدیریت کردن آن بسیار حائز اهمیت است.

معاون عمرانی استاندار آذربایجان شرقی اعلام کرد

با توجه بالای ۲۶ سسال ورزشکارانی از مناطق مختلف حضور داشتند که در پایان این رقابتها ، شیوا اولاداد ازمنطقه ساری مقام اول را در رشته آمادگی جسمانی از آن خود کرد. وی افزود : همچنین مانده تعمتی در رشته شطرنج مقام چهارم را از آن خود نموده و به مرحله بعد صعود کرد و به ادامه رقابتهای شرکت ملی پالایش و پخش ایران راه پیدا کرد . وی تصریح کرد : خوشبختانه ورزش در سطح منطقه ساری رشد چشمگیری داشته است و برای این منظور در امور ورزشی منطقه ساری هیات های ورزشی کوهنوردی ، شش ، فوتبال و فوتسال و دیگر رشته ها در طول سال فعالیت هاو برنامه های ورزشی گسترده ای را در دستور کار دارند .

مدیرعامل شرکت گاز آذربایجان شرقی اعلام کرد

دانش و مهارت، دو ویژگی مهم امدادگران گاز

از نیروی انسانی کارآمد، دانش مدار و با مهارت است و به کارگیری این شاخص ها در جذب نیروی انسانی بویژه امدادگران بسیار ضرورت دارد. وی نقش آموزش امدادگران را از اولویت های اصلی برنامه های شرکت گاز استان آذربایجان شرقی اعلام کرد و افزود: موضوع آموزش مهارت و دانش کارکنان باید جدی تلقی شود و فضای آموزشی از حالت های کلیشه ای خارج شوند و کارکنانی که در آموزش های جدید دانش افزایی داشته باشند در رتبه بندی و ترفیق در اولویت خواهند بود. لازم به ذکر است در پایان این مراسم از امدادگران و تیم ایمنی و تیم های برتر با اهداء نوال، مدال و کاپ قهرمانی توسط مدیرعامل و هیات مدیره تجلیل به عمل آمد و نفرات برتر این دوره از مسابقات با عنوان تیم شرکت گاز استان آذربایجان شرقی در مسابقات سراسری امدادگران شرکت ملی گاز ایران که همراهم سال جاری در شهر مشهد مقدس برگزار خواهد شد، شرکت خواهند کرد.

همایش مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی در شهرستان فومن برگزار شد

وزارت خانه ها مورد تحقیق و تأیید قرار گرفته و با دستور معاون محترم ریاست جمهوری بصورت ابلاغیه به سایر وزارتخانه ها و استانداری های کشور ابلاغ گردیده با اجرای این طرح و آگاه سازی همگانی، تا حد بسیاری از هدر رفت انرژی جلوگیری خواهد شد. در ادامه مهندس مداح حسینی زینب استادن شرقی شرکت گاز گیلان نکات مسیوطی درخصوص وضعیت استفاده نادرست از گاز ارائه و روش های جهت استفاده بهینه و ایمن از گاز طبیعی ، برای حاضرین بیان نمود. از نکات حائز اهمیت این همایش ثبت نام فرماندار فومن به عنوان اولین سفیر انرژی جهت ترویج فرهنگ مصرف بهینه در این شهرستان بود.

۱۳ سال معافیت مالیاتی برای واحدهای تولیدی مستقر در شهرک صنعتی خرمدشت

ارزیابی شهرک صنعتی خرمدشت به مساحت ۵۰۰ هکتار حضور یافته و بصورت میدانی از امکانات و زیرساختهای این شهرک بازدید کردند.رئیس هیات مدیره شهرک شهرکهای صنعتی استان از این شهرک بعنوان قطب تولید محصولات فولادی (میلگرد و مفتول) در استان نام برد و اعلام کرد بزودی بخشی از اراضی صنعتی خرمدشت شهرک کربن راه اندازی می‌شود. حمیدرضا خابیزور در ادامه از بهره برداری طرح توسعه شبکه روستایی شهرک صنعتی خرمدشت بطول یک کیلومتر در هفته دولت خبر داده است و افزود: برای اجرای این پروژه بالغ بر ۱۵ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری شده است.



اتاق بازرگانی استانبول ترکیه از این شهرک گفت یک هیات تجاری ، اقتصادی و سرمایه گذاری از اتاق بازرگانی استانبول ترکیه برای مطالعه و

۳ درس از ماجرای پایان دنیا برای رونق کسب و کار

اگر دارید این نوشته را می خوانید، یعنی خوشبختانه هنوز دنیا به آخر نرسیده و پیش بینی نوسترآداموس و مایها، برای پایان دنیا در ۲۰۱۲/۱۲/۲۱ درست از آب درنیامده است. این موضوع چیزی نبود که هر کسی در هر گوشه از این جهان به هر سن و نژاد و جنسیتی از آن بی خبر مانده باشد.

روز جمعه، ۲۱ دسامبر- روز موعود - هزاران نفر در کنار معبد مایها در شهر چیچن ایتزا گرد هم آمدند، تا پایان یک سیکل ۵۱۲۵ ساله مایایی را جشن بگیرند. حضور این همه توریست یک فرصت تجاری تکرارنشدنی برای دستفروشان صنایع دستی بود که تولیدات خود را به معرض فروش گذاشته بودند. البته نه تنها دستفروش های معبد، بلکه صدها شرکت کوچک و بزرگ در گوشه و کنار جهان این فرصت را غنیمت شمرده و آن را به موتور محرکی برای کسب و کار خود تبدیل کردند.

با نگاهی دقیق تر و تحلیل اثرات رسانه‌ای و اقتصادی این موضوع، سه درس مفید برای رونق کسب و کارها را که توسط سایت ایده و خلاقیت ارائه شده است به شرح زیر مرور می کنیم.

۱- قدرت ماورایی شبکه‌های اجتماعی را جدی تر بگیرید

سال‌های گذشته در شبکه‌های اجتماعی درباره این پیش بینی توفان خبر و لطیفه و عکس به پا بود. چند روز مانده به ۲۱ دسامبر، در توئیتر برجسب EndoftheWorld همواره جزو پراستفاده ترین‌ها بود.

بیشتر افرادی که این موضوع را دامن می‌زنند به آن اعتقاد نداشتند اما چرا این همه در این مورد بحث و گفت‌وگو بود؟ بخشی از پاسخ این سوال در قدرت شبکه‌های اجتماعی ریشه دارد. امروزه اثر شبکه‌های اجتماعی با داشتن اهرم پیشران قوی به نام «به اشتراک گذاری مجدد» روی مردم بسیار بیشتر از گذشته شده است.

جالب تر اینکه بسیاری از پیش‌بینی‌های عجیب و غریب چون به صورت مداوم در شبکه‌های اجتماعی بازآشترک‌گذاری می‌شود، اساس باور برخی شده بود و برای تأیید حرف‌های‌شان می‌گفتند: «توی فیس‌بوک نوشته بودند...» کسب و کارهایی که اهمیت شبکه‌های اجتماعی را به خوبی درک کرده‌اند با مرتبط ساختن محصولات یا خدمات خود با این موضوع، توجه مردم را به سمت خود جلب کردند.

برای مثال یک شرکت تولیدی لاستیک خودرو در صفحه فیس‌بوک خود اعلام کرده بود که اگر دنیا به پایان برسد به همه خودروهای دنیا چهار حلقه لاستیک به صورت رایگان خواهد داد!

۲- برای مشتریان تان قصه بگویید

قصه‌گویی و داستان‌سرایی یکی از مهم‌ترین روش‌های اثرگذاری روی انسان‌هاست. یکی از عوامل تأثیرگذار در گسترش جهانی این پیشگویی، شکل داستانی آن بود که به افراد برای حرف زدن انگیزه می‌داد و این امکان را موجب می‌شد که هر کسی به دلخواه خود جزئیات آن را دستکاری کند.

بنا به یافته‌های علمی مغز انسان در قالب داستان، می‌اندیشد و اطلاعات دریافتی پیرامون خود را پردازش می‌کند. یکی از مباحث مهم در بازاریابی عصبی (Neuromarketing) ایجاد همدلی و وابستگی ذهنی در مشتری است تا نسبت به یک محصول واکنش مثبت نشان دهد. مشتریان به راهی برای برقراری ارتباط با شما و کسب و کارتان نیاز دارند. گفتن تجربه‌های تلخ و شیرین خود و کسب و کارتان به مشتریان، یک راه بسیار عالی برای ایجاد «اعتبار» و «اعتماد» است که این دو در خرید محصولات و خدمات شما بسیار مؤثرند.

۳- یک تقویم بخرید

زندگی ما دچار یکنواختی و روزمرگی است. رخدادهای زمانی مانند سال‌روزهای ملی، اعیاد سال نو، شب یلدا و... از جمله موقعیت‌هایی است که به زندگی انسان‌ها تنوع و تغییر می‌دهد. این زمان‌ها جزو بهترین فرصت‌ها برای رونق کسب و کار هستند چرا که مردم، خودخواسته برای بیرون آمدن از خانه و خرج کردن پول‌های‌شان - بدون صرف هزینه‌های گزاف تبلیغات - انگیزه دارند.

بسیاری از شرکت‌ها با در نظر داشتن ۲۱ دسامبر، از ماه‌ها قبل روی پیشنهادهای تجاری و تبلیغات خود برای این روز، کار و برنامه‌ریزی کرده بودند. مثلا آژانس‌های مسافرتی تورهای ویژه ارائه می‌کردند با این پیام تبلیغاتی که حالا که آخر دنیاست جاهای دیدنی که تا چند روز دیگر نابود شود را ببینید.

یا، یک فست‌فود در صفحه توئیتر خود خبر از ارائه یک نوع ساندویچ ۱۲ طبقه مخصوص این روز داد همراه با این پیام تبلیغاتی: «شاید این روز پایان دنیا نباشد اما قطعاً پایان گرسنگی‌های شماست.»

پس بهتر است به کمک یک تقویم، مناسب‌های مختلف را در نظر بگیرید و برای استفاده تجاری از آنها از قبل برنامه‌ریزی کنید.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه | ۸ مرداد ۱۳۹۶ | شماره ۸۴۳ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت هم‌بین توزیع نشر گستر امروز
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از مشاهیر، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۰۲۱-۸۶۰۷۳۱۲۲-۸۶۰۷۳۱۱۸

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

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
سایت: WWW.FORSATNET.IR ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

پرنده آبی تنها تر شد؛ کوچ یک میلیون کاربر از توئیتر



براساس گزارش مالی توئیتر در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۷، توئیتر در سه‌ماهه منتهی به ۳۰ ژوئن، بالغ بر یک میلیون کاربر خود را در مقایسه با سه ماهه نخست اسمازل از دست داده است. این شرکت در ماه آوریل اعلام کرده بود که تعداد کاربران فعال ماهانه این شبکه اجتماعی، ۱۴ درصد رشد داشته

است، اما طولی نکشید که گزارش وبسایت انگجت (Engadget) نشان داد که برخلاف ادعای توئیتر، آمارها ثابت است و از رشد تعداد کاربران خبری نیست. باین‌حال، گزارش روز گذشته توئیتر حاکی از آن بوده که این شرکت در سه‌ماهه دوم ۲۰۱۷ میلادی، حدود ۱۱۶ میلیون دلار زیان مالی را تجربه کرده که این

برای مطالعه ۷۴۸ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب و کار

پرسش: مدیر و مالک یک رستوران شیک و زیبا در شمال تهران هستم. متأسفانه مردم زیاد از رستوران من استقبال نکردند. شما برای این مشکل چه پیشنهادی دارید؟

استقبال از رستوران

پاسخ کارشناس: شما برای اینکه مشتری بیشتری داشته باشید باید پارامترهای زیادی را رعایت کنید که زیبا و شیک بودن یکی از پارامترهای رستوران‌داری است. نخستین نکته رعایت اصول بهداشتت غذایی است. این مهم‌ترین اصل برای یک رستوران است. موادغذایی شما باید کاملاً بهداشتی باشد و از موادغذایی درجه یک استفاده کنید. آشپزخانه باید کاملاً تمیز باشد. کارکنان کارت بهداشت داشته باشند. مردم فرق بین خوب و بد را به‌درستی تشخیص می‌دهند. دوم اینکه سرآشپز حرفه‌ای استخدام کنید. سرآشپز خوب می‌تواند رضایت مشتریان شما را برآورده و براساس ذوق و علاقه مشتریان شما غذا تهیه کند. سوم اینکه محیط رستوران تمیز و آراسته و زیبا باشد. در

محیط رستوران نخستین عامل تعیین‌کننده تمیزی است. هنگام تمیز کردن، کوچک‌ترین موارد نباید فراموش شوند. کف رستوران، دیوارها و مخصوصاً دستشویی‌ها باید بسیار تمیز باشند. می‌توانید از دستگاه‌های خوشبوکننده استفاده کنید. چهارم اینکه قیمت غذای شما باید یک قیمت رقابتی باشد. با توجه به مشتری هدف و غذایی که سرو می‌شود باید قیمت شما بتواند در بازار قابل رقابت باشد. پنجم از کارکنان باتجربه و باادب استفاده کنید و مدام برای آنها کلاس‌های آموزشی بگذارید. کارمند شما باید بداند با مشتری چگونه برخورد کند. هر مشتری دارای سلیقه و علاقه خاصی است، بنابراین پیشخدمت شما باید تا حدودی با روانشناسی رفتاری آشنا باشد. ششم اینکه از مسئله تبلیغات و اطلاع‌رسانی غافل نباشید. به شیوه‌های ممکن برای مشتریان هدف خود تبلیغات کنید. بیشتر کارکنان در نزدیکی محل کارشان به دنبال رستوران

هستند. می‌توانید با شرکت‌ها در نزدیکی رستوران‌تان صحبت کنید و در قبال خرید از شما تخفیف‌های ویژه و تحویل رایگان ارائه دهید. مطمئن شوید که تبلیغ رستوران شما در آگهی‌های تبلیغاتی به راحتی دیده می‌شود. هفتم اینکه با مشتریان خود در ارتباط باشید و به انگیزه‌های مختلف پیام‌های شاد و خوبی به آنها بدهید. برای مواقعی که فکر می‌کنید فروش پایین است به آنها پیامک کنید اگر روزی که مشخص کرده‌اید به رستوران شما بیایند، با نشان دادن آن پیامک از ۲۰ درصد تخفیف برخوردار خواهند شد. هشتم یک تجربه لذتبخش برای مشتریان فراهم کنید. اگر سعی کنید صرف غذا در رستوران خود را به یک تجربه ماندگار تبدیل کنید مردم صرف غذا در رستوران شما را تکرار می‌کنند، اما اگر رفتارهای غیرحرفه‌ای اعم از تمیزی یا قیمت یا رفتار پیشخدمت‌ها و... تجربه تلخی برای‌شان به جا بگذارد بار دیگر به سراغ رستوران شما نمی‌آیند.

مدرسه مدیریت

کار آفرینی، سبک زندگی سخت اما ضروری

بسیار ساده بود: «کارآفرین کسی است که خود را برای ایجاد شغل و کسب سرمایه به خطر می‌اندازد.» اما زمانی که همین سوال از مک لاک (Mac Lackey) بنیان‌گذار Mountain Khakis (فروشگاه لباس) و Ettain Group (مرکز مشاوره مدیریت کسب و کار) پرسیده شد پاسخ متفاوتی داد: «غلب اوقات در تعاریف کارآفرینی به ریسک‌پذیری بالا اشاره می‌شود، درحالی که از نظر من کارآفرینی ریسک را پایین می‌آورد. چون دیگر لازم نیست برای رئیس‌تان کار کنید و مدیریت زمان، حرفه و فرصت‌های شما تماماً دست خودتان است. البته شاید در ابتدا راه برایتان سخت باشد چون همه چیز به عهده شماست و شاید بخشی از مسئولیت‌ها را دوست نداشته باشید و مجبور شوید انجام دهید.»

اما چرا با تمام این اوصاف کارآفرینی امری ضروری است؟ **شما می‌توانید تغییرات مثبت ایجاد کنید** «تأثیرگذاری» کلمه‌ای است که کارآفرینی را معنا می‌کند. یعنی شما فرصت توسعه فردی، پیشرفت اجتماعی، حل مشکلات و اصلاح جامعه را در «کارآفرینی» می‌یابید. درست

مانند تأثیراتی که استیو جابز، ایلان ماسک و بیل گیتس بر پیشرفت جهان گذاشتند. **مهارت‌های جدید و ارزشمندی خواهید آموخت** اغلب مردم به رشد حرفه‌ای و شخصی که نصیب یک کارآفرین می‌شود توجهی نمی‌کنند. روند کسب و کار شما چه با موفقیت همراه باشد و چه چندان رضایت‌بخش پیش نرود، مهم این است که قدمی برداشته‌اید، انعطاف‌پذیری را آموخته و تجربه به دست آورده‌اید. منظور که ویلیام بوزور می‌گوید: «آن زمانی که رشد و پیشرفت‌تان متوقف شود، پایان عمرتان فرارسیده است.»

هر آنچه لازم است در کنترل شماست

در روند کارآفرینی شما آزادی عمل و کنترل بیشتری بر زمان‌بندی و دخل و خرج‌تان دارید. این یک واقعیت است که قدم گذاشتن در مسیر ایجاد شغل امکاناتی فراهم می‌کند که موجب کسب سرمایه، پرداخت به‌موقع صورت حساب‌ها، تغییرات مثبت در جامعه و رشد فردی‌تان خواهد شد. پس اگر ایده و آمادگی عمل دارید، دست به کار شوید!

آداب کسب و کار

خشک‌شویی
اندر فواید پسران تحصیلکرده

پارسا امیری
کارشناس فروش



زنگ آیفون که به صدا دراومد به سمتش رفتیم و دیدم جوانی خوش پوش پشت در است. تعارف کردم و گفتم بفرمایید، شما؟

گفت: مسعود هستم، همکار عباس آقا. عباس آقا تو محله ما خشکشویی داشت. سال‌ها ما اونو می‌شناختم.

گفتم: در خدمتم. گفت: اینها لباس‌های شماست که عباس آقا داد بیارم خدمتتون. تعجب کردم و گفتم شما چرا زحمت کشیدید ما خودمون خدمت می‌رسیدیم. خندید و گفت: مگه شما نمی‌دونید؟ گفتم چی رو؟ درحالی که کلاه روی سرش رو جابه‌جا می‌کرد، گفت: امیرعلی پسر عباس آقا... گفتم: و ایستادن او اومد پایین.

آیفون رو گذاشتم و رفتم دم در و دوباره چاق سلامتی و تعارف و اینکه خب می‌گفتی: ... بله، امیرعلی پسر عباس آقا لیسانس آتی رو گرفت و بیکار بود، دید بهترین کار اینه که به باباش کمک کنه. واسه همین اومد برای خشکشویی باباش یه برنامه بازاریابی نوشت و الان طبق اون داره عمل می‌کنه. از دستش لباس‌ها رو گرفتم و پشت آیفون پسر امیر رو صدا کردم که بیاد لباس‌ها رو بره بالا. مسعود که این پا و اون پا می‌کرد، گفت: خیلی خوب شده. تو همین یه هفته خیلی چیزا تغییر کرده. اولاً تمام دکور و چیدمان لباس‌ها رو عوض کرده و با کاغذ دیواری حال و هوای دیدگای به خشکشویی داده و مشتریان همه‌شون احساس رضایت می‌کنند.

گفتم: یعنی از این به بعد شما لباس‌ها رو دم منزل تحویل می‌دید. نگاهی بهم کرد و گفت: لازم نیست شما اصلاً زحمت بکشید. کافیه به تلفن کنید من خودم خدمت می‌رسم لباس‌ها را تحویل می‌گیرم و خدمت شما تحویل می‌دم. نگاهی از سر تعجب و خوشحالی کردم، می‌خواستم لب باز کنم که انگار آقا مسعود سوال را از چشمانم خواند و گفت: بابت این کار هم هیچ هزینه‌ای از شما گرفته نمی‌شه؛ اینها جزو خدمات ماست. من که خیلی خوشحال بودم لبخندی زدم و گفتم: بسیار هم عالی. آقا مسعود یک بره که از داخل ماشین دراورد و به من داد و گفت: بقیه خدمات ما اینجا نوشته شده. به شوخی گفتم: یه وقت پسر عباس آقا، باباشو ورشکست نکنه. مسعود که به ساعتش نگاه می‌کرد گفت: آخر هر ماه طبق برنامه داده شده میزان همکاری شما با خشکشویی سنجیده می‌شه و اگر روند رو به رشدی داشته باشه تا ۲۰ درصد به شما تخفیف داده می‌شه. علاوه بر اینها هر ماه با قرعه‌کشی ۱۰۰ پتوی مشتریان به صورت رایگان شست‌وشو می‌شه. اگر لباس‌های پاییزی و زمستانی را برای خشکشویی اواخر تابستان تحویل بدید ۲۰ درصد تخفیف دارد. وقتی به بره‌های که در دستم بود نگاه می‌کردم دیدم خشکشویی عباس آقا به شکل‌های مختلف داره آفر و تخفیف می‌ده و به‌کلی عوض شده. آقا مسعود با من خداحافظی کرد و رفت و من هم ساعت‌ها تو این فکر بودم که چرا بعضی از آدم‌ها این قدر خلاق و نوآور هستند و برخی حتی حاضر نیستند به مشتری یک لبخند تحویل بدهند. خشکشویی یک نیاز جامعه شهری است و طبعاً اگر پسر عباس آقا با نگاه بازاریابی تغییر و تبدیل ایجاد نمی‌کرد چند وقت دیگه خشکشویی عباس آقا به یک مخروبه تبدیل می‌شد، اما نه تنها من که صدها نفر دیگر از این نوع خدمات رایگان استفاده می‌کنند و با یک تلفن کارهاشون راه می‌افته. تو همین فکرها بودم که زنگ تلفن من به صدا درآمد و من به طرف نانوايي حرکت کردم.



معرفی استار تاپ

دوربینی با ۱۶ لنز

نام شرکت: لایت (Laght)
سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذار خطرپذیر: ۶۴.۷ میلیون دلار
چه کاری می‌کند؟ «لایت» درصدد جایگزین کردن دوربین‌های حرفه‌ای (DSLR) با دوربینی فشرده (کامپکت) ۱۶ لنزی است.
چرا قرار است کارش بگیرد؟ هیچ یک از گوشی‌های هوشمند به کیفیت لازم و قابل قیاس ثبت شده با دوربین‌های حرفه‌ای نرسیده‌اند. استار تاپ لایت درصدد است در سال پیش روی میلادی دوربینی سبک اما ۱۶ لنزی معرفی کند که کیفیت قابل رقابت با دوربین‌های حرفه‌ای است.