

نفت



چشم‌انداز اقتصاد ایران تا سال ۲۰۴۰ به روایت دانشگاه استنفورد

درآمد نفتی ایران تا ۲۰ سال آینده چقدر می‌شود؟ محتمل‌ترین سناریو درباره آینده اقتصاد ایران این است که ظرفیت تولید نفت با شیب ملایمی طی دهه‌های آتی افزایش خواهد یافت و تا قبل از سال ۲۰۲۰ و ۲۰۳۰ به ترتیب به ۴ و ۴.۴ میلیون بشکه در روز خواهد رسید. همچنین چنانچه پروژه‌های افزایش ضریب بازیافت به‌طور کامل به اجرا برسند، به‌طور بالقوه شاهد تداوم این روند تا سال ۲۰۴۰ خواهیم بود. با استفاده از برآوردهای سازمان اطلاعات انرژی آمریکا (EIA) از قیمت نفت خام به‌عنوان ارقام مینا، انتظار می‌رود ناخالص درآمد سالانه ایران از فروش نفت خام تا اواسط دهه بعدی به سطح سال‌های ۱۲-۲۰۱۱ خود یعنی در حدود ۱۵۰ میلیارد دلار (با فرض ثبات دلار سال ۲۰۱۶)، برسد.

به گزارش ایسنا، «چشم‌انداز اقتصاد ایران در سال ۲۰۴۰» عنوان گزارشی است که «دانشگاه استنفورد» تهیه کرده و «هلدینگ بانک، بیمه و سهام صندوق بازنشتی» آن را منتشر کرده است. در این گزارش آمده: ایران یکی از متنوع‌ترین اقتصادها را در میان کشورهای صادرکننده نفت در خاورمیانه دارد. با این وجود، درآمد نفتی این کشور هنوز به‌طور تقریبی ۳۰ درصد از درآمد دولت و بیش از ۲۰ درصد از ارزش افزوده ناخالص واقعی را تشکیل می‌دهد. صنعت نفت و گاز ایران به‌شدت نیازمند جذب فناوری نوین و سرمایه خارجی است. برای نیل به این هدف، دولت ایران در نظر دارد از طریق ارائه حدود ۵۰ پروژه نفتی و گازی به سرمایه‌گذاران خارجی و شرکت‌های نفتی بین‌المللی، برای صنایع بالادستی خود در برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی رقم ۲۰۰-۱۵۰ میلیارد دلار سرمایه جذب کند. از این رو سرمایه‌گذاری در این بخش تا به امروز با بستن قراردادهای «بیع متقابل» که توسط ایران در سال ۱۹۸۹ معرفی شد انجام می‌شده است.

بنابر چنین قراردادهایی پس از ساخت میادین، مالکیت پروژه به شرکت ملی نفت ایران برمی‌گردد. به جای قراردادهای بیع متقابل، شرکت ملی نفت ایران تلاش می‌کند قراردادهای نفتی ایران را به‌گونه‌ای معرفی کند تا برای سرمایه‌گذاران، جذاب‌تر به نظر برسد. یکی از موانع اصلی در جذب سرمایه‌گذاری خارجی از سوی بخش نفت ایران است که در آن مالکیت خارجی بر منابع طبیعی را ممنوع کرده است. البته اعلام شده است که مدل‌های جدید IPC به‌طور بالقوه می‌توانند این مشکل را حل کنند.

علاوه بر افزایش قابل توجه در هزینه بازیافت نفت، تأمین تقاضای در حال رشد داخلی برای نفت و فرآورده‌های آن نیز سربار دیگری بر صنعت نفت ایران تحمیل می‌کند. همانند دیگر کشورهای صادرکننده نفت در خاورمیانه، اقتصاد ایران نیز به‌شدت به مصرف نفت و فرآورده‌های آن وابسته است. همچنین میانگین بازدهی چاه‌های نفت ایران طی دهه‌های گذشته به‌شدت کاهش یافته است. در حال حاضر، میانگین تولید روزانه یک چاه نفت در ایران ۱.۵ هزار بشکه است که تقریباً هم‌سطح با امارات متحده عربی (۱.۷ هزار بشکه)، کویت (۱.۶ هزار بشکه) و عراق (۱.۵ هزار بشکه) به نظر می‌رسد، اگرچه نسبت به عربستان سعودی (۲.۹ هزار بشکه) به مراتب پایین‌تر است.

در بخش نتیجه‌گیری این گزارش نیز آمده است: علاوه بر پیشرفت اخیر در متغیرهای اساسی بازار انرژی در جهان که تأثیر معکوسی بر اقتصادهای وابسته به نفت گذاشته است، ایران (با وجود داشتن ذخایر وسیع) با موانع قابل توجهی برای افزایش تولید نفت خام خود در میان‌مدت و بلندمدت روبه‌رو بوده است. با تولید بیش از ۷۲ میلیارد بشکه نفت

تاکنون، صنعت نفت ایران به سمت دوره جدیدی در حرکت است که در آن جبران کاهش طبیعی در میادین بالغ آن صرفاً از طریق استخراج نفت از منابعی که به آسانی قابل بازیافت نیستند (مانند نفت سنگین، EOR و آب ژرف) امکان‌پذیر است. سرعت روند این دگرگونی از اواسط دهه بعد بسیار بیشتر خواهد شد. برآورد شده است که میانگین نرخ کاهش سالانه میادین نفتی ایران (با در نظر گرفتن تأثیر تعمیر و نگهداری) کدرصد، میانگین بازدهی چاه جدید در سال ۲۰۱۶ برابر با ۱.۷ هزار بشکه در روز با نرخ کاهش سال به سال ۳۲.۲ درصد و میانگین بازده تزریق گاز ۴ هزار بشکه به ازای هر میلیون متر مکعب باشد. با توجه به چشم‌انداز تولید هر کدام از میادین نفتی در آینده، انتظار می‌رود ایران به‌زودی بتواند ظرفیت تولید نفت خام خود را افزایش داده و به ۴ میلیون بشکه در روز برساند. پیش‌بینی می‌شود تا قبل از سال ۲۰۳۰، ظرفیت تولید تا ۴.۴ میلیون بشکه در روز رشد کند و تا سال ۲۰۴۰ در همان سطح باقی بماند، مشروط بر آنکه پروژه‌های افزایش ضریب بازیافت و استخراج نفت در آینده با موفقیت به اجرا درآیند. با استفاده از برآوردهای سازمان اطلاعات انرژی آمریکا از قیمت نفت خام، انتظار می‌رود درآمد ناخالص سالانه ایران از فروش نفت خام، در اواسط دهه بعدی، به سطح سال‌های ۱۲-۲۰۱۱ یعنی ۱۵۰ میلیارد دلار (با فرض ثبات دلار سال ۲۰۱۶) برسد.

تغییر ساختار دولت از سوی دفتر رئیس‌جمهور تکذیب شد

رد توافق ۳ رئیس



ایمان‌ولی پور

ivankaramazof@yahoo.com

بسیاری از رسانه‌ها در ابتدای هفته از توافق سه رئیس در زمینه تغییر ساختار دولت خبر دادند و همین باعث شد تا دفتر رئیس‌جمهور به سرعت به این خبر واکنش نشان داده و هرگونه توافق درباره تغییر ساختار دولت در نشست سران سه قوه است. سران قوه، عبدالرضا عزیزی، نماینده مردم شیروان و رئیس کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی در مصاحبه‌ای گفته بود که «در این جلسه سران قوا به بحث و بررسی پیرامون ایجاد تغییرات در ساختار دولت پرداختند و به توافقاتی ضمنی در این باره رسیدند.»

براساس آنچه رئیس کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی از جزئیات این توافق سه‌گانه خبر داده بود، قرار بود «وزارت راه و شهرسازی به دو وزارتخانه مسکن و شهرسازی و امور راهداری تقسیم شود و سازمان شهرداری‌ها از وزارت کشور به وزارت مسکن منتقل شود. همچنین براساس این توافق بنا بود امور مربوط به برق از وزارت نیرو جدا شده و به وزارت نفت ملحق شود و نام وزارت نفت به وزارت انرژی تغییر کند.»

البته دامنه این تغییرات در ساختار وزارتخانه‌ها به همین جا ختم نمی‌شده و براساس

این توافق سه‌گانه «قرار بود وزارتخانه‌های ایجاد شود که تنها به امورات مربوط به روستاهای کشور رسیدگی کند و حوزه عملکردش به این بخش معطوف باشد. علاوه بر آن، سازمان حفاظت محیط‌زیست و منابع طبیعی و بخش آب و فاضلاب شهری و روستایی و آب منطقه‌ای نیز وزارتخانه دیگری را تشکیل می‌دهند و همچنین وزارت صنعت، معدن و تجارت به دو وزارتخانه توسعه صادرات و بازرگانی تقسیم شده و درباره وزارت ورزش و جوانان نیز حوزه جوانان از وزارت ورزش و منکف و در قالب سازمان ملی جوانان به کار خود ادامه خواهد داد.»

در واقع، این تغییرات ساختاری در نهاد دولت، شباهت بسیاری به لایحه «تفکیک وزارتخانه‌ها» دارد که چندی پیش از سوی دولت یازدهم تهیه و تدوین و سپس به مجلس شورای اسلامی ارسال شد. به اعتقاد دولت روحانی، ادغام چهار وزارتخانه و دو معاونت در زمان دولت دهم کاری بس آشنایه بود و به همین دلیل خواستار تفکیک وزارتخانه‌ها در ادامه کار شد و بسیار هم امیدوار بود تا قبل از معرفی کابینه و تشکیل دولت دوازدهم این لایحه در مجلس به سرانجام برسد.

با این‌همه از همان ابتدا نیز شک و شبیه زیادی نسبت به توافق سران سه قوه درباره

«ایجاد تغییرات در ساختار دولت» وجود داشت و این سوال مطرح می‌شود که آیا اساساً جای تصمیم‌گیری درباره تغییر ساختار دولت در نشست سران سه قوه است؟ و دیگر اینکه در شرایطی که دولت در پرداخت حقوق کارمندان خویش و همچنین پرداخت یارانه‌های نقدی دچار عسرت و سختی است، چگونه به جای کوچک‌کردن حجم خود به‌عنوان هدفی که در برنامه‌های پنج‌ساله توسعه و همین‌طور سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ آمده است، به توسعه و بزرگ‌کردن ابعاد خود می‌پردازد؟!

تکذیب دفتر رئیس‌جمهور

حالا با گذشت یک روز از انتشار این خبر، دفتر رئیس‌جمهور نیز روز گذشته این توافق را رد کرده و گفته است که در جلسه اخیر سران قوا اصلاً بحثی درباره تغییر ساختار دولت نشده است. پرویز اسماعیلی، معاون ارتباطات و اطلاع‌رسانی دفتر رئیس‌جمهور با تکذیب اظهارات یکی از نمایندگان مجلس مبنی بر «بررسی ایجاد تغییرات در ساختار دولت در جلسه اخیر سران قوا و توافق ضمنی روی آن» گفت: در جلسه اخیر سران محترم سه قوه، هیچ بحثی در خصوص تغییرات در ساختار دولت مطرح نشده و ادعاهای مطرح‌شده در این زمینه نیز بی‌اساس است.

تصمیم‌گیرنده نهایی، مجلس است

در همین زمینه، نایب‌رئیس مجلس شورای اسلامی در ادامه گفت: «مجلس شورای اسلامی در این باره هیچ تصمیمی نگرفته است. این تغییرات باید توسط مجلس شورای اسلامی اتخاذ شود. ما در این باره هیچ تصمیمی نگرفته‌ایم. این تغییرات باید توسط مجلس شورای اسلامی اتخاذ شود.»

مطرح شده، دولت یا باید لایحه جدید به مجلس ارسال کند یا پیشنهادات خود را در کمیسیون‌های تخصصی مطرح کند. علی‌مطهری در گفت‌وگو با خانه ملت، با اشاره به نشست سران سه قوه و طرح مباحثی همچون ایجاد تغییرات در ساختار برخی وزارتخانه‌ها تأکید کرد: اگر قرار است تغییراتی در ساختار وزارتخانه‌ها ایجاد شود، باید این موضوع در کمیسیون‌های تخصصی مجلس مورد بررسی قرار گیرد و گزارش آن به صحن علنی ارائه شود و در نهایت، نمایندگان در این خصوص تصمیم بگیرند.

نایب‌رئیس مجلس شورای اسلامی ادامه داد: تصمیم درباره تغییر ساختار برخی وزارتخانه‌ها می‌تواند در جلسه سران قوا گرفته شود، بلکه این تغییرات به نظر مجلس بستگی دارد و هر تصمیمی که در نشست سران قوا اخذ شده باشد، در نهایت مجلس تصمیم‌گیرنده است.

او در پایان به لایحه‌ای که حدود شش ماه پیش از سوی دولت برای ایجاد تغییرات در برخی وزارتخانه‌ها به مجلس ارائه شده، اشاره کرد و گفت: با توجه به تغییرات جدیدی که برای اصلاح ساختار وزارتخانه‌ها مطرح شده، دولت یا باید لایحه جدید به مجلس ارسال کند یا پیشنهادات جدید خود را برای لایحه قبلی در کمیسیون‌های تخصصی مطرح کند.



گزارش ۲

نفتی‌ترین بودجه ایران در کدام سال تدوین شد؟

ایران در سال ۱۴۰۰ از نفت عبور می‌کند

برنامه سوم، ۵۰.۷، در برنامه چهارم ۳۱.۴ و در برنامه پنجم ۴۳.۲ درصد بوده است. به این ترتیب مشخص می‌شود با افزایش درآمدهای نفتی در سال‌های اجرای برنامه پنجم توسعه بار دیگر افزایش وابستگی به نفت اتفاق افتاده است و اقتصاد ایران در این سال‌ها یعنی فاصله ۲۵ تا ۲۵ درصدی نگه داشته است. البته کاهش وابستگی به نفت تنها آرزوی دولت یازدهم و دوازدهم نیست؛ نگاهی به عملکرد دولت‌ها در این حوزه نشان می‌دهد پس از پایان جنگ تحمیلی هدف‌گذاری در این حوزه در دستور کار دولت قرار گرفته است. سهیم نفت در بودجه، طی برنامه دوم توسعه، ۵۵.۴، در

مالیاتی از طریق رشد تعداد مودیان و شناسایی منابع جدید مالیاتی در دستور کار دولت‌ها قرار گرفت. وقتی در آمدی سهل‌الوصول است در دوره‌های پیشین نیز هرگاه قیمت نفت در بازار جهانی دستخوش کاهش می‌شد، افزایش اتکا به مالیات در دستور کار قرار می‌گرفت. اما به محض بالا رفتن قیمت نفت در بازارهای جهانی، وسوسه سهل‌الوصولی این درآمد، بار دیگر مالیات را به حاشیه می‌راند تا جادوی نفت همچنان پابرجا باقی بماند. این بار اما دولت تلاش کرده و مالیات را همچنان

زمانی بوی نفت چنان از لابه‌لای اوراق بودجه در سال‌های گذشته بیرون می‌زد که هر اتفاقی در بازار نفت می‌توانست بودجه ایران را تحت تأثیر شدید خود قرار دهد. این در حالی است که با تشدید تحریم‌ها و قطع خرید نفت ایران از سوی اتحادیه اروپا در سال ۹۱ که به کاهش شدید درآمدهای نفتی ایران منجر شد، ناگزیر کاهش وابستگی به نفت در دستور کار قرار گرفته و شناسایی منابع جدید درآمدی اولویت اصلی دولت است.

از این روست که «مالیات» به مسئله‌ای مهم در ادبیات سیاسی، اقتصادی ایران تغییر کرده و افزایش درآمدهای

دریچه



از اول آذرماه اجرا می‌شود

بستن ۸ هزار میلیارد ریال حساب راکد بانکی

مدیر کل مقررات مبارزه با پولشویی بانک مرکزی اعلام کرد که مبلغ حساب‌های راکد در کل شبکه بانکی ۸ هزار میلیارد ریال است که دستورالعمل بستن آنها در بانک‌ها از اول آذر اجرایی می‌شود.

به گزارش «فرصت امروز» به نقل از خبرگزاری‌ها، عبدالمهدی ارجمندنژاد با بیان این مطلب گفت: مبلغ حساب‌های راکد در کل شبکه بانکی ۸ هزار میلیارد ریال است که البته در برخی از بانک‌ها صفر و در برخی هم حساب‌های راکد زیاد است.

او ادامه داد: حساب راکد به حساب سپرده‌های گفته می‌شود که نزد یکی از بانک‌ها یا موسسات حدود دو سال بدون گردش باقی مانده و مبلغ آن ۲ میلیون تومان یا کمتر است.

مدیر کل مقررات، مجوزهای بانکی و مبارزه با پولشویی بانک مرکزی گفت: خارج کردن این مبالغ از شبکه بانکی، خارج کردن آنها از بلاکلیفی است چون این وجوه منشاء پرسش‌های زیادی است و امکان بروز فساد یا ضایع شدن حقوق افراد یا پولشویی وجود دارد.

تلاش کرده است علاوه بر اینکه حساب‌ها را از بلاکلیفی خارج می‌کند، وحدت رویه‌ای نیز بین بانک‌ها برقرار کند. ارجمندنژاد گفت: نگهداری این حساب‌های راکد برای بانک‌ها هزینه دارد و بانک نمی‌داند این پول‌ها را تحت چه عنوانی باید نگهداری کند.

مدیر کل مقررات، مجوزهای بانکی و مبارزه با پولشویی بانک مرکزی گفت: خارج کردن این مبالغ از شبکه بانکی، خارج کردن آنها از بلاکلیفی است چون این وجوه منشاء پرسش‌های زیادی است و امکان بروز فساد یا ضایع شدن حقوق افراد یا پولشویی وجود دارد.

تلاش کرده است علاوه بر اینکه حساب‌ها را از بلاکلیفی خارج می‌کند، وحدت رویه‌ای نیز بین بانک‌ها برقرار کند. ارجمندنژاد گفت: نگهداری این حساب‌های راکد برای بانک‌ها هزینه دارد و بانک نمی‌داند این پول‌ها را تحت چه عنوانی باید نگهداری کند.

مدیر کل مقررات، مجوزهای بانکی و مبارزه با پولشویی بانک مرکزی گفت: خارج کردن این مبالغ از شبکه بانکی، خارج کردن آنها از بلاکلیفی است چون این وجوه منشاء پرسش‌های زیادی است و امکان بروز فساد یا ضایع شدن حقوق افراد یا پولشویی وجود دارد.

تلاش کرده است علاوه بر اینکه حساب‌ها را از بلاکلیفی خارج می‌کند، وحدت رویه‌ای نیز بین بانک‌ها برقرار کند. ارجمندنژاد گفت: نگهداری این حساب‌های راکد برای بانک‌ها هزینه دارد و بانک نمی‌داند این پول‌ها را تحت چه عنوانی باید نگهداری کند.

مدیر کل مقررات، مجوزهای بانکی و مبارزه با پولشویی بانک مرکزی گفت: خارج کردن این مبالغ از شبکه بانکی، خارج کردن آنها از بلاکلیفی است چون این وجوه منشاء پرسش‌های زیادی است و امکان بروز فساد یا ضایع شدن حقوق افراد یا پولشویی وجود دارد.

تلاش کرده است علاوه بر اینکه حساب‌ها را از بلاکلیفی خارج می‌کند، وحدت رویه‌ای نیز بین بانک‌ها برقرار کند. ارجمندنژاد گفت: نگهداری این حساب‌های راکد برای بانک‌ها هزینه دارد و بانک نمی‌داند این پول‌ها را تحت چه عنوانی باید نگهداری کند.

مدیر کل مقررات، مجوزهای بانکی و مبارزه با پولشویی بانک مرکزی گفت: خارج کردن این مبالغ از شبکه بانکی، خارج کردن آنها از بلاکلیفی است چون این وجوه منشاء پرسش‌های زیادی است و امکان بروز فساد یا ضایع شدن حقوق افراد یا پولشویی وجود دارد.

تلاش کرده است علاوه بر اینکه حساب‌ها را از بلاکلیفی خارج می‌کند، وحدت رویه‌ای نیز بین بانک‌ها برقرار کند. ارجمندنژاد گفت: نگهداری این حساب‌های راکد برای بانک‌ها هزینه دارد و بانک نمی‌داند این پول‌ها را تحت چه عنوانی باید نگهداری کند.

مدیر کل مقررات، مجوزهای بانکی و مبارزه با پولشویی بانک مرکزی گفت: خارج کردن این مبالغ از شبکه بانکی، خارج کردن آنها از بلاکلیفی است چون این وجوه منشاء پرسش‌های زیادی است و امکان بروز فساد یا ضایع شدن حقوق افراد یا پولشویی وجود دارد.

تلاش کرده است علاوه بر اینکه حساب‌ها را از بلاکلیفی خارج می‌کند، وحدت رویه‌ای نیز بین بانک‌ها برقرار کند. ارجمندنژاد گفت: نگهداری این حساب‌های راکد برای بانک‌ها هزینه دارد و بانک نمی‌داند این پول‌ها را تحت چه عنوانی باید نگهداری کند.

مدیر کل مقررات، مجوزهای بانکی و مبارزه با پولشویی بانک مرکزی گفت: خارج کردن این مبالغ از شبکه بانکی، خارج کردن آنها از بلاکلیفی است چون این وجوه منشاء پرسش‌های زیادی است و امکان بروز فساد یا ضایع شدن حقوق افراد یا پولشویی وجود دارد.

تلاش کرده است علاوه بر اینکه حساب‌ها را از بلاکلیفی خارج می‌کند، وحدت رویه‌ای نیز بین بانک‌ها برقرار کند. ارجمندنژاد گفت: نگهداری این حساب‌های راکد برای بانک‌ها هزینه دارد و بانک نمی‌داند این پول‌ها را تحت چه عنوانی باید نگهداری کند.



یادداشت

کسب درآمد ارزی با توسعه حمل و نقل ریلی

محمد خدایخی
عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس

بیش از ۵۷۰۰ کیلومتر خط راه‌آهن در دست احداث است و در مجلس به‌خصوص کمیسیون تلفیق برنامه ششم، تلاش کردیم تا اعتبارات خوبی برای کمک به توسعه حمل‌ونقل ریلی تصویب شود. ما می‌توانیم حمل‌کالا‌های کشورهای همسایه را بر عهده بگیریم و درآمد قابل‌توجهی را از این بخش برای کشور کسب کنیم. این بخش از درآمدها در آینده با برنامه‌ریزی می‌تواند جای بخش قابل‌توجهی از درآمدهای نفتی را بگیرد. همچنین این امر موجب صرفه‌جویی در مصرف سوخت و کاهش بار جاده‌ها می‌شود و قیمت نهایی تولید کالا را کاهش می‌دهد. مجلس درصدد است تا حدی که امکان‌پذیر باشد به توسعه راه‌آهن کمک کند و تلاش می‌کنیم در بودجه سال ۹۷ راه‌آهن به‌خوبی دیده شود. کمیسیون برنامه‌بودجه نگاه کلانی به این امر و توسعه کشور دارد و نمایندگان عضو آن تنها به پیشرفت راه‌آهن در حوزه انتخابیه خود فکر نمی‌کنند، بلکه مایل به توسعه آن در سراسر کشور هستند. امیدواریم که وزارت راه و شهرسازی هدف‌گذاری‌های مشخص و روشن و منطقی در این زمینه به‌خصوص در مورد حمل‌کالای ترانزیتی کشورهای همسایه با راه‌آهن داشته باشد و با پیشنهاد آنها به مجلس، نه تنها کمیسیون برنامه‌بودجه بلکه همه نمایندگان از آن حمایت خواهند کرد.

منبع: باشگاه خبرنگاران جوان



فناوری اطلاعات

فقط ۵۴٫۳ درصد سیم‌کارت‌ها فعال است

دقتر بررسی‌های فنی و اقتصادی معاونت برنامه‌ریزی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات شمار سیم‌کارت‌های واگذار شده در کشور را تا پایان شهریورماه ۱۵۶ میلیون و ۵۴۸ هزار و ۵۱۱ مورد اعلام کرد که فقط ۸۵ میلیون و ۶۴ هزار و ۴۶ خط فعال است. پیش از این آمارهای دفتر بررسی‌های فنی و اقتصادی معاونت برنامه‌ریزی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تا پایان خردادماه امسال حاکی از واگذاری ۱۵۶ میلیون و ۱۱ هزار و ۲۸۳ سیم‌کارت به شهروندان بود که ۸۳ میلیون و ۲۲۴ هزار و ۱۳۴ مورد آن مورد استفاده قرار می‌گرفت. بر پایه گزارش تازه دفتر بررسی‌های فنی و اقتصادی معاونت برنامه‌ریزی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، تا پایان شهریورماه ضریب نفوذ مشترکان فعال تلفن همراه کشور ۱۰۶٫۴۳ درصد شد؛ در حالی که این ضریب تا پایان خردادماه ۱۰۴٫۱۳ درصد بود. تا پایان شهریورماه ۴۷ میلیون و ۳۲۲ هزار و ۵۵۵ مشترک پهن باند سیار داشتیم؛ در حالی که این آمار تا پایان خردادماه ۴۱ میلیون و ۵۷ هزار و ۷۴۶ مشترک بود. بهره‌برداری از نخستین مرحله شبکه تلفن همراه کشور در مردادماه سال ۱۳۷۳ در شهر تهران با ۲۴ سایت بی‌تی‌اس و با ظرفیت ۹ هزار و ۲۰۰ شماره آغاز شد. گرچه روند واگذاری سیم‌کارت در آن سال‌ها با فراز و فرودهایی همراه بود اما پس از روی کارآمدن دولت یازدهم سرعت توسعه این بخش شتاب بیشتری به خود گرفت. اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۹۳ و در مراسم روز جهانی روابط عمومی، رئیس‌جمهوری از شرایط پهنای باند اینترنت در کشور ایران نارضایتی کرد و گفت: قرار ما با وزارت ارتباطات این است که هرچه زودتر به نسل سوم و چهارم برسیم و پهنای باند نت‌ها برای خاندها و تجارخانه‌ها بلکه حتی برای موبایل‌هایی که در دست مردم است، افزایش پیدا کند. پارسل تلاش برای راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات به ثمر نشست و مرحله سوم این شبکه نیز امسال وارد مرحله اجرایی شد.

مرحله نخست دولت الکترونیک و دولت همراه نیز در آخرین ماه‌های کاری دولت یازدهم راه‌اندازی شد تا مردم بتوانند با تلفن‌های همراه خود خدمات دستگاه‌های اجرایی را دریافت کرده و به مراجعه حضوری نیازی نداشته باشند. در طرح دولت الکترونیک قرار است ۵۱ دستگاه اجرایی ۴۴۰ خدمت خود را به طور الکترونیک در اختیار مردم قرار دهند. توسعه زیرساخت‌های ارتباطی اکنون فرصتی فراهم کرده تا همه دستگاه‌های اجرایی بتوانند خدمات خود را بی‌واسطه در اختیار ۸۲ میلیون دارنده سیم‌کارت فعال قرار داده و طعم خدمت‌رسانی با کیفیت و سریع را بعد از سال‌ها به آنان بچشاند.

همچنین بسیاری از کسب‌وکارهای نوپا می‌توانند در این بستر خدماتی را به مردم ارائه کنند که ضمن ایجاد رفاه و آسایش در زندگی ایرانیان، میزان اشتغال را در کشور افزایش دهد.

اکنون زیرساخت‌های لازم فراهم است؛ فقط همت جوانانی را می‌طلبید که از این فرصت گرانبها برای تولید ثروت و اشتغال در کشور بهره‌گیرند.

مطالعه بازار مسکن در تابستان امسال نشان می‌دهد

رشد بهای اجاره مسکن از نرخ تورم جا ماند



بهای کالا و خدمات مصرفی بر پایه سال ۱۳۹۵=۱۰۰ معادل ۲۳٫۱ درصد است.

شاخص بهای اجاره مسکن در استان‌های مختلف

بررسی‌های بانک مرکزی بیانگر آن است که شاخص بهای اجاره مسکن در تابستان امسال نسبت به سه‌ماهه پیش در همه استان‌های کشور افزایش یافت؛ بیشترین میزان افزایش متعلق به استان ایلام معادل ۲٫۸ درصد بود و استان مازندران با ۲٫۳ درصد و استان‌های مرکزی و سیستان و بلوچستان هر یک با ۲٫۱ درصد افزایش در دهه‌های بعدی قرار گرفتند. کمترین میزان افزایش مربوط به استان کرمانشاه معادل ۰٫۸ درصد بود و استان‌های بوشهر و کهگیلویه و بویراحمد هر یک با ۱٫۱ درصد در دهه بعدی قرار گرفتند. این شاخص در استان تهران معادل ۲ درصد افزایش یافت.

اجاره مسکن در شهرهای بزرگ

شاخص بهای اجاره مسکن در شهرهای بزرگ در تابستان امسال به عدد

۱۰۶٫۳ رسید که نسبت به تابستان پارسال ۱٫۸ درصد و نسبت به سه‌ماهه مشابه سال قبل ۷٫۳ درصد افزایش نشان می‌دهد. این شاخص در ۱۲ ماه منتهی به شهریور ۹۶ نسبت به ۱۲ ماه منتهی به شهریور ۹۵ معادل ۷٫۹ درصد افزایش داشته است. در این بررسی شهرهای بزرگ شامل اراک، اردبیل، ارومیه، اسلامشهر، اصفهان، اهواز، بندرعباس، تبریز، تهران، خرم‌آباد، رشت، زاهدان، زنجان، ساری، سنجند، شیراز، قزوین، قم، کرج، کرمان، کرمانشاه، گرگان، مشهد، همدان و یزد است.

اجاره مسکن در شهرهای متوسط

شاخص بهای اجاره مسکن در شهرهای متوسط در سه‌ماهه دوم امسال به عدد ۱۰۷٫۱ رسید که نسبت به بهار امسال معادل ۱٫۸ درصد و نسبت به تابستان پارسال ۸٫۲ درصد افزایش یافت. این شاخص در ۱۲ ماه منتهی به شهریور ۹۶ نسبت به ۱۲ ماه منتهی به شهریور ۹۵ معادل ۸٫۶ درصد افزایش را نشان می‌دهد. ایلام، آبان، بابل، بجنورد، بروجرد، بندرانزلی،

بندربوشهر، بیرجند، تربت حیدریه، جهرم، خوی، دزفول، رفسنجان، زابل، ساوه، سبزوار، سقز، سمنان، شهرضا، شهرکرد، کازرون، کاشان، گنبدکاووس، مراغه، ملایر، مهاباد و یاسوج در زمره شهرهای متوسط کشور قرار می‌گیرند.

شاخص بهای اجاره مسکن در شهرهای کوچک

در شهرهای کوچک شاخص بهای اجاره مسکن در تابستان امسال به عدد ۱۰۷٫۱ رسید که نسبت به سه‌ماهه قبل معادل ۱٫۴ درصد و نسبت به تابستان پارسال ۸٫۳ درصد افزایش یافت. این شاخص در ۱۲ ماه منتهی به شهریور ۹۶ نسبت به ۱۲ ماه منتهی به شهریور ۹۵ معادل ۹٫۵ درصد افزایش داشته است. شهرهای کوچک شامل اهر، اردکان، اقلید، الیگودرز، اهر، برازجان، بروجن، بم، بهبهان، بهشهر، تاکستان، تنکابن، توس، جالوس، خلخال، داراب، دامغان، دوگنبدان، دهران، سراب، سنقر، شیروان، قائن، گلپایگان، لاهیجان، ماکو و میناب است.

سودهای نجومی شبه‌دولتی‌ها ریشه بخش خصوصی را می‌خشکاند!

پتروشیمی‌های شبه‌دولتی علیه بخش خصوصی

خرید خوراک پتروشیمی با نرخ ارز مبادله‌ای و فروش به نرخ ارز آزاد توسط برخی واحدهای پتروشیمی شبه‌دولتی بستر سودهای نجومی را فراهم کرده، به طوری که برخی بر این باورند این سودها انقلاب پتروشیمی‌های شبه‌دولتی علیه بخش خصوصی بوده و به مرور زمان تیشه به ریشه بخش خصوصی می‌زند. براساس اطلاعات استخراج شده از سایت رسمی سازمان بورس اوراق بهادار (codalir)، صورت‌های مالی حسابرسی شده شرکت پتروشیمی «پ» در سال ۱۳۹۵ نشان‌دهنده فروش بیش از ۵ هزار میلیارد تومان و سود ناویژه ۱۸۰۰ میلیارد تومانی است و با توجه به کسب سایر درآمدهای غیرعملیاتی ناشی از سود سهام دریافتی، سود خالص شرکت بالغ بر ۲۵۰۰ میلیارد تومان می‌شود. سودآوری شرکت ناشی از خرید مواد اولیه با نرخ ارز مبادله‌ای و فروش آن به‌صورت ارز آزاد است. میزان سودآوری شرکت در سال جاری بیش از چهار برابر کل ارزش دفتری دارایی‌های ثابت شرکت و نیز بیش از چهار برابر کل سرمایه پرداخت شده سهامداران است. براساس بررسی‌های صورت گرفته نسبت سود ناویژه شرکت به فروش معادل ۳۵ درصد و نسبت سود خالص شرکت به فروش معادل ۴۸ درصد بوده است. این نسبت‌ها در سال گذشته نیز به ترتیب ۳۵ و ۵۱ درصد بوده است. به گزارش ایسنا، شاخص‌های ارزیابی براساس صورت‌های مالی شرکت نشان‌دهنده سودآوری غیرمعمول ناشی از استفاده از خوراک دولتی و فروش محصولات به نرخ غیردولتی بوده است.

حمل و نقل ریلی



معاون راه‌آهن:

دوسوم پل‌های محور ریلی جنوب مقاومت‌سازی شد

معاون فنی و زیربنایی راه‌آهن ایران گفت تاکنون ۲هزار و ۷۰۳ پل یعنی دوسوم پل‌های موجود در محور جنوب مقاومت‌سازی شده است. مازیار یزدانی بیان اینکه سطح عرضه مقاومت‌سازی شده این مسیر به بیش از ۸۳ هزار و ۳۹۹ مترمربع رسیده است، افزود: مقاومت‌سازی یک‌سوم پل‌های باقیمانده نیز در دستور کار است تا با این کار سرعت سیر قطارها در این محور پرتردد افزایش یابد. معاون راه‌آهن ایران اظهار داشت: در مجموع در محور جنوب تاکنون یک هزار ۳۶۱ کیلومتر از این مسیر ریلی مقاومت‌سازی شده و مقاومت‌سازی بقیه مسیر نیز در دست اقدام است. یزدانی با اشاره به اهمیت محور جنوب برای تردد قطارهای باری و مسافری یادآور شد: محور ریلی جنوب یکی از قدیمی‌ترین مسیرهای ریلی کشور است و مقاومت‌سازی و بهسازی این مسیر به‌عنوان یکی از اولویت‌های شرکت راه‌آهن در دستور کار ما قرار گرفته و پس از اتمام مقاومت‌سازی پل‌های این مسیر، مقاومت‌سازی تونل‌ها نیز آغاز می‌شود. وی تأکید کرد: در راستای اجرای اقتصاد مقاومتی، توسعه، حفظ و نگهداشت شبکه ریلی برای ما اهمیت زیادی دارد و دسترسی حداکثری مراکز عمده بار و مسافر ریلی در کشور در دستور کار راه‌آهن قرار دارد تا بخش زیادی از بار و مسافر در کشور از حمل‌ونقل جاده‌ای به شبکه ریلی منتقل شود.

توسعه شبکه به منظور دسترسی مراکز عمده بار و مسافر

معاون فنی و زیربنایی راه‌آهن اظهار داشت: در راستای اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی اکنون طرح‌های مختلفی در شرکت راه‌آهن در دستور کار ما قرار گرفته و توسعه شبکه به منظور دسترسی مراکز عمده بار و مسافر به‌خصوص برای افزایش ترانزیت و صادرات در رأس برنامه‌های ما قرار دارد. به گزارش ایرنا، وی با بیان اینکه در توسعه شبکه ریلی کشور نیازی به استفاده از شرکت‌های خارجی نداریم، گفت: با ایجاد ارتباط بیشتر بین بخش‌های مختلف حمل‌ونقل و با توسعه ظرفیت شبکه در محورهای مهم، کاهش زمان سفر و هزینه‌ها از مهم‌ترین اولویت‌های ما در جبهه‌جایی بار و مسافر است تا با ایجاد ایستگاه‌های چندی بعدی (TOD)



شرایط مناسب برای استفاده بیشتر از این شبکه برای هموطنان فراهم شود. معاون فنی و زیربنایی راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران با اشاره به مزیت‌های توسعه شبکه ریلی و افزایش سهم جابه‌جایی بار و مسافر توسط قطار یادآور شد: مصرف کنونی گازوئیل در بخش حمل‌ونقل کشور سالانه حدود ۲۰ میلیارد لیتر است و اگر این توسط شبکه ریلی انجام شود تنها ۳ میلیارد لیتر گازوئیل مصرفی می‌توان خدمت‌رسانی کرد.

راه‌آهن: مصداق واقعی در صرفه‌جویی مصرف انرژی

یزدانی گفت: کاهش ۱۷ میلیارد لیتری در مصرف سوخت، سالانه بیش از ۹ میلیارد دلار صرفه‌جویی برای کشور دارد. وی تأکید کرد: بدون شک در صرفه‌جویی مصرف انرژی مصداق واقعی آن راه‌آهن است که یک هفتم جاده سوخت مصرف می‌کند و هرچه از سفرهای جاده‌ای کاسته و به سفرهای ریلی اضافه شود ضمن کاهش سوانح جاده‌ای در کشور از انتشار آلایندگی‌های زیست‌محیطی نیز کاسته شده و در بخش حمل و نقل امنیت بیشتری حاکم می‌شود. یزدانی افزود: تمرکز بر افزایش ایمنی برای کاهش سوانح و نگاه ویژه به پدافند غیرعامل، استفاده از مشارکت سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم با ارتقای بهره‌وری از مولفه‌های مهم حوزه فنی و زیربنایی راه‌آهن در راستای تحقق سیاست‌های اقتصادی مقاومتی در این بخش است. محور ریلی جنوب به دلیل صعب‌العبور و کوهستانی بودن در طول ۷۰ سالی که از احداث آن می‌گذرد، بازسازی و بهسازی کامل نشده است و اکنون راه‌آهن طبق برنامه‌ریزی‌های انجام شده بهسازی و مقاومت‌سازی بخشی از این محور فرسوده را در اولویت کاری خود قرار داده تا این مسیر ریلی پرتردد کشور مسدود نشود. نزدیک به ۳۰۰ کیلومتر از محور ریلی جنوب در منطقه زاگرس قرار دارد و این مسیر کوهستانی، خشن و سخت به شمار می‌رود که دارای پل‌ها و تونل‌های متعدد است و فرسودگی مسیر ضمن کاهش سرعت حرکت قطارها، می‌تواند منجر به بروز حوادث ریلی در این منطقه شود.

یادداشت

اندر مصائب صندوق‌های
بازنشستگی

میگائیل عظیمی

مدیرعامل مؤسسه راهبردهای بازنشستگی صبا

از قرار درد و غصه قرار نیست یکی، دو تا باشد و اگر شاعر «از آسمان تیر بلا می‌بارد» می‌بود و وضعیت ما و صندوق‌ها را می‌دید شعر دیگری می‌سرود. سخن بر سر گواه و شهادی است از بیماری نظام تصمیم‌گیری و عیب بسیار مهلک و نقص بسیار مخرب در نظام تدبیر کشور. در تقابل دیدگاه‌ها و در تضاد رویکردها و در تناقض برخورد‌ها، اما اعداد و ارقام بسان سنگ سفت و محکم و البته گویا و مفید جای خویش دارند. وقتی سخن از بحران به میان می‌آید، آن هم بحرانی درخصوص نهادهایی چندکارکردی و چند مأموریتی که دست بر قضا گستره پوشش جمعیتی و نفوذ جغرافیایی بسیار زیادی دارند، می‌توان ارقام و اعداد و جداول متعدد ردیف و خود و مخاطب را با ارقامی مفصل درگیر کرد، اما به اقتضای مجال و به قاعده رعایت اختصار، چون سخن از بحران و آن هم از منظری کلان و کلی است، تنها به چند عدد گویا تکیه می‌شود.

در حال حاضر در ایران ۱۸ صندوق بازنشستگی فعالیت دارند؛ سازمان تامین اجتماعی، صندوق بازنشستگی کشوری، صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر، سازمان تامین اجتماعی نیروهای مسلح، صندوق کارکنان بانک‌ها، صندوق کارکنان صنعت نفت، صندوق وکلای دادگستری، صندوق کارکنان صدا و سیما، صندوق بازنشستگی کارکنان بانک مرکزی، صندوق ویژه کارکنان بیمه ایران و ۸ صندوق دیگر. در میان اینها چهار صندوق نخست صندوق‌های اصلی و بزرگ محسوب و سایر صندوق‌ها با عنوان صندوق‌های اختصاصی یاد می‌شوند. این صندوق‌ها به ارقام سال ۱۳۹۳، اندکی بیش از ۱۶ میلیون بیمه‌شده دارند که همراه حق بیمه بازنشستگی به صندوق‌ها پرداخت می‌کنند و در برابر آن، قریب ۴،۵ میلیون نفر بازنشسته دارند که هم‌راجه به ایشان مستمری بازنشستگی پرداخت می‌کنند. البته باید گفت فقط در مورد صندوق بازنشستگی کشوری این دو رقم کلیدی در پایان بهار ۱۳۹۶، برابر بوده با ۱۳۲۶۸۸۷ نفر بازنشسته و ۱۲۶۰۰۰ نفر کسورپرداز. این دو رقم کلیدی در مورد سازمان تامین اجتماعی بیش از ۱۳ میلیون بیمه‌شده و بیش از ۳ میلیون مستمری‌بگیر است.

اما فارغ از این ارقام، آنچه نشان از بحران دارد شاید بتوان در این واقعات جست‌وجو کرد: وابستگی بیش از ۷۰ درصدی صندوق بازنشستگی کشوری به بودجه دولت؛ وابستگی ۱۰۰ درصدی صندوق نیروهای مسلح به بودجه دولت؛ اختصاص حدود ۴۰ هزار میلیارد تومان از بودجه دولت به این صندوق؛ ارزش خالص کسری سازمان تامین اجتماعی در ۶۰ سال آینده معادل بیش از دو برابر GDP کشور در سال ۱۳۹۵ است. در یک کلام، براساس برآوردها طی دهه آتی، کمک دولت به صندوق‌ها به ارقام هنگفتی معادل ۴۰ درصد بودجه خواهد رسید. زمانی این رقم بیاتر بحران است که دقت شود در حال حاضر نیز دولت برای تأمین هزینه‌های جاری و مصرفی خود در تکاپوست و ماه‌هاست که خبری از اعتبارات و بودجه عمرانی نیست! این همه یعنی نپوشیدن دولت از نقش توسعه‌ای و راهبردی در اقتصاد و از منظری دیگر به معنای از دست رفتن توان و ظرفیت سرمایه‌گذاری که همین تک‌کلمه کافی است تا به بیکاری و سپس به انواع مصیبت‌های اقتصادی دیگر و انواع فجاج اجتماعی راه برد.

ناگفته پیدا و هوی‌بداست که نمی‌توان در زمین قضاوت و داوری راه به جایی برد، پیش از آنکه تکلیف شاخص و ملاک داوری روشن شده باشد. با تکیه بر چنین منطقی می‌توان گفت در چارچوب تلاش برای یافتن راه‌گریز از بحران صندوق‌ها، می‌توان چهار ملاک و معیار پایه و بنیادین را پیش کشید: این چهار شاخص عبارتند از کارایی، جامعیت، فراگیری و کفایت. مراد از کارایی پاسخ به این پرسش است که ارائه خدمت توسط صندوق‌ها با چه هزینه‌ای است و آیا با کمترین هزینه ممکن انجام می‌شود. جامعیت ناظر به تنوع خدمات است، چرا که براساس ادبیات حوزه بازنشستگی، خدمات متعددی مانند بازنشستگی، از کارافتادگی ناشی از کار و غیرنانشی از کار، غرامت ایام بیماری، مستمری بازمندگان، کمک‌هزینه‌های خانواده، زایمان، بیمه تکمیلی درمان و نظایر اینها را می‌توان در نظر داشت. شاخص جامعیت در مورد تنوع سید خدمت ارائه‌شده بحث می‌کند. در قاعده یا ملاک چند درصد از جامعه (جمعیت) تحت پوشش هستند و چه تعداد از جامعه هدف از این خدمت بی‌بهره‌اند و در پایان ملاک کفایت اثربخشی خدمت را ارزیابی می‌کند. به بیان دیگر آیا خدمت ارائه‌شده برای رفع نیازهای تعریف‌شده و منتخب کافی است یا خیر. به نظر می‌رسد هر چند بحث نقدینگی و فرآیند تأمین منابع مالی برای پرداخت مستمری‌های ماهانه از اهمیت و ضرورت ویژه‌ای برخوردار است، اما نمی‌توان بر مباحث بنیادینی که آینده نزدیک را رقم می‌زنند و تکلیف آتیه را روشن می‌کنند، چشم پوشید. در این چارچوب به نظر می‌رسد هر گزینه و هر پیشنهادی برای مقابله با اصلاح وضعیت بحرانی صندوق‌های بازنشستگی باید بتواند از آزمون چهار قاعده یادشده پیروز بیرون آید، وگرنه جایی برای لنگیدن باقی خواهد ماند و استخوانی در زخم.

منبع: آینده‌نگر

ردپای بیت‌کوین در معاملات ایرانی‌ها

سودای سود با ارزهای دیجیتال



اگرچه هنوز بانک‌های مرکزی دنیا، بیت‌کوین را به‌عنوان واحد پول رایج نپذیرفته‌اند، اما اکنون ردپای خریدوفروش‌های بیت‌کوینی را می‌توان با سودای سود بیشتر در ارزهای دیجیتال یافت.

به گزارش مهر، بیت‌کوین‌ها اگرچه هنوز هم به‌عنوان ارزهای قابل معامله در دنیا از سوی تمامی بانک‌های مرکزی به رسمیت شناخته نشده‌اند، اما به هرحال تا این جای کار هم جای خود را در میان بسیاری از معامله‌گران باز کرده‌اند؛ هرچند هنوز حجم بالایی از آنها در بازار قابل معامله نیست و برای خریدهای کلان نمی‌توان روی آنها حساب کرد. اما این تنها داستان بیت‌کوین‌ها نیست، بلکه ارزهای دیجیتالی که این روزها با نوسانات شدید قیمتی مواجه هستند، مدت‌هاست که برای بسیاری به محلی برای درآمدزایی تبدیل شده‌اند.

ایران هم از این قافله عقب نمانده و ردپای بیت‌کوین‌ها را می‌توان در برخی خریدوفروش‌های خرد ایرانی‌ها هم به راحتی مشاهده کرد. شاید همین هم باشد که بانک مرکزی ایران را به فکر انداخته که از این پتانسیل استفاده و ابعاد قانونی و غیرقانونی آن را بررسی کند. ناصر حکیمی، معاون بانک مرکزی هم می‌گوید که قرار است تا سال ۹۷، بانک مرکزی تصمیمات مهمی در حوزه بیت‌کوین‌ها بگیرد و شاید هم روال قانونی را برای آن تدوین و این ارزهای دیجیتال را به رسمیت بشناسد. نکته حائز اهمیت در این میان، خریدوفروش‌های بیت‌کوینی در یک فضای مجازی و البته با دیدگاه‌های سوداگرانه است که این روزها

برای برخی در اقتصاد ایران هم جذاب شده است. هستند سایت‌ها و گروه‌هایی که در فضای مجازی، به تبلیغ در خصوص سودهای مرتبط با بیت‌کوین می‌پردازند و مردم را تحریک می‌کنند که بیت‌کوین بخرند و از سودهای سرشار آن بهره‌مند شوند، به خصوص اینکه قیمت آن این روزها با روند صعودی و با سرعت نسبتاً جذابی برای برخی سوداگران، در بازارهای جهانی در حال افزایش است.

بیت‌کوین چیست و چگونه کار می‌کند؟

از دید کاربر، بیت‌کوین چیزی بیش از یک اپ روی گوشی تلفن همراه یا یک برنامه کامپیوتری که یک کیف پول بیت‌کوینی شخصی‌شده برای تهیه کرده و به کاربر اجازه می‌دهد تا با آن به ارسال یا دریافت بیت‌کوین‌ها بپردازد، نیست. برای بیشتر کاربران، روش کار بیت‌کوین در همین حد است.

در پشت این پرده، شبکه بیت‌کوین یک دفتر کل عمومی به نام «زنجیره بلاک» را به اشتراک گذاشته است. این دفتر کل شامل تمامی تراکنش‌هایی است که تاکنون پردازش شده است و به کامپیوتر کاربر اجازه می‌دهد تا درستی هر تراکنش را بیازماید. اعتبار هر تراکنش به وسیله امضای دیجیتالی مربوط به آدرس‌های ارسال، محافظت می‌شود و به همه کاربران اجازه می‌دهد تا بر ارسال بیت‌کوین‌ها از آدرس‌های بیت‌کوینی خود، کنترل کامل داشته باشند. افزون بر این، هر کسی می‌تواند تراکنش‌ها را با استفاده از توان محاسباتی سخت‌افزاری که ویژه این کار

است، پردازش کرده و برای این سرویس، بیت‌کوین‌هایی را هم به‌عنوان جایزه به‌دست آورد. به این کار اصطلاحاً «استخراج» می‌گویند.

اکنون تعداد روزافزونی از کسب‌وکارها و افراد از بیت‌کوین استفاده می‌کنند. این کسب‌وکارها ممکن است کسب و کارهایی به‌صورت رودرو با مشتری باشند، مانند رستوران‌ها، آپارتمان‌ها، دفاتر حقوقی یا سرویس‌های آنلاین مانند Namecheap، Reddit یا WordPress.

بیت‌کوین چگونه کار می‌کند؟

بیت‌کوین اگرچه پدیده‌ای نسبتاً جدید به شمار می‌آید، اما به سرعت رو به رشد است. براساس آمارهای رسمی، در پایان آگوست ۲۰۱۳، ارزش تمامی بیت‌کوین‌های در گردش بالغ بر ۱.۵ میلیارد دلار آمریکا بود و ارزش بیت‌کوین‌هایی که روزانه مبادله می‌شد، به میلیون‌ها دلار می‌رسید.

بازارهای سوداگرانه برای قیمت بیت‌کوین

البته بهای بیت‌کوین با قانون عرضه و تقاضا معلوم می‌شود. با افزایش تقاضا برای بیت‌کوین، بهای آن نیز افزایش می‌یابد و با کاهش تقاضا، از بهای آن کاسته می‌شود. تعداد بیت‌کوین‌های در گردش محدود است و بیت‌کوین‌های جدید با نرخ‌های کاهنده و قابل پیش‌بینی تولید می‌شوند که به این معنی است که تقاضا باید تابعی از این سطح تورم باشد تا بتواند قیمت را ثابت نگه دارد. چون بازار بیت‌کوین در مقایسه با آنچه باید باشد، هنوز کوچک غیرمنطقی خارج از عرف روز و حرص و طمع باشد.

با هدف سرعت دادن به پرداخت مطالبات

زمان‌بندی مراجعه سپرده‌گذاران فرشتگان لغو شد

کاسپین آغاز شد. در اواخر روز بود که مؤسسه کاسپین طی اطلاعیه‌ای جدول زمان‌بندی منتشر کرد که سپرده‌گذاران بتوانند براساس آن مراجعه و تعیین تکلیف شوند. بر این اساس قرار بود از بیستم آبان‌ماه تا هفتم آذرماه به مدت ۱۴ روز کاری و براساس حروف الفبا مراجعات انجام شود. با این حال طولی نکشید که مؤسسه کاسپین زمان‌بندی

چشمگیری پول نیست و در نتیجه قیمت بیت‌کوین هنوز بسیار متغیر است. بهای بیت‌کوین با قانون عرضه و تقاضا معلوم می‌شود. با افزایش تقاضا برای بیت‌کوین، بهای آن نیز افزایش می‌یابد و با کاهش تقاضا، از بهای آن کاسته می‌شود. تعداد بیت‌کوین‌های در گردش محدود است و بیت‌کوین‌های جدید با نرخ‌های کاهنده و قابل پیش‌بینی تولید می‌شوند که به این معنی است که تقاضا باید تابعی از این سطح تورم باشد تا بتواند قیمت را ثابت نگه دارد.

چون بازار بیت‌کوین در مقایسه با آنچه باید باشد، هنوز کوچک است، بنابراین، برای بالا و پایین رفتن قیمت بازار نیاز به مقدار چشمگیری پول نیست و در نتیجه قیمت بیت‌کوین هنوز بسیار متغیر است.

این افزایش سریع قیمت نیست که حباب ایجاد می‌کند، بلکه ارزش بیش از حد گذاردن به‌صورت مصنوعی است که موجب تصحیح ناگهانی رو

به پایین شده و به تشکیل حباب می‌انجامد. هر گاه صدها هزاران نفر از مشارکت‌کنندگان در بازار، انتخاب‌هایی بر مبنای عملکرد فردی داشته باشند باعث می‌شود که قیمت بیت‌کوین‌ها زمانی که قیمت بازار در حال تعیین شدن است، نوسان‌کنند. دلیل تغییرات احساسی می‌تواند سلب اعتماد از بیت‌کوین، اختلاف زیاد بین ارزش و قیمت که بر مبنای اقتصاد بیت‌کوینی نباشد، پوشش مطبوعاتی فزاینده که موجب تحریک تقاضای سوداگرانه می‌شود، ترس از عدم قطعیت و شورش و شوق غیرمنطقی خارج از عرف روز و حرص و طمع باشد.

پیشنهادات بیت‌کوینی از
هنگ‌کنگ

بررسی‌های میدانی خبرنگار مهر نشان می‌دهد: اکنون برخی در فضای مجازی اقدام به رواج خرید بیت‌کوین‌ها و نیز تبلیغ پادشاه‌های مرتبط با این خریدها می‌کنند؛ این سایت‌ها کاملاً فارسی‌زبان هستند و تلاش دارند تا مردم را جذب خرید این بیت‌کوین‌ها با سودهای ۴۰ درصدی کنند. در واقع، فرآیند خرید این است که فرد متقاضی وارد یک سایت خریدوفروش می‌شود و ژتون‌هایی را دریافت می‌کند؛ پس فرد دارنده این ژتون‌ها در بخشی از درآمد آن سایت سهم می‌شود؛ در این میان ۲۰ درصد درآمد حاصل از این سایت به صورت خودکار به دارندگان ژتون‌ها می‌رسد که در واقع، مقدار سهم هر دارنده از کل مقدار ژتون‌ها، سود را تعیین می‌کند.

آنگونه که در توضیحات آمده برای یک خریدار آمده است؛ درآمد ماهانه آن خریدار مساوی با ۲۰ درصد درآمدی است که به وسیله سایت در یک ماه گذشته به دست آمده در مقدار ژتون‌های فرد در زمان پرداخت ضرب شده و در تعداد تمامی ژتون‌ها تقسیم می‌شود. در واقع، هر ژتون‌ها بلافاصله پس از خرید زرو می‌شوند و وجوه پرداختی به کیف پول طرف خریدار هم به حسابش واریز می‌شود.

برخی از این سایت‌های فارسی‌زبان که برای جذب مردم به خرید بیت‌کوین‌ها طراحی شده‌اند، از هنگ‌کنگ و دویی ساماندهی می‌شوند.

قبل، قرار بر این شده تمامی سپرده‌گذاران امکان مراجعه برای تعیین تکلیف حساب‌های خود را داشته باشند. در این شرایط همه سپرده‌گذارانی که پیش‌تر تا سقف ۲۰۰ میلیون پیش‌رفته بودند، می‌توانند با مراجعه به شعب، ۱۰ درصدی را که در مراحل قبلی از حساب آنها کسر شده و تحت عنوان ذخیره احتیاطی باقی مانده بود دریافت کنند.

انجام شده و نحوه مراجعه براساس تقسیم‌بندی را حذف کرد. دلیل این موضوع تسریع در پرداخت مطالبات سپرده‌گذاران تعاونی منحل شده فرشتگان اعلام شده است. بر این اساس کلیه سپرده‌گذاران مشمول می‌توانند بدون در نظر گرفتن جداول زمان‌بندی و محدودیت زمانی به شعب کاسپین مراجعه کنند. طبق برنامه‌ریزی انجام شده از

نرخنامه

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۵۴۲,۰۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۲۵,۱۰۰	▲
سکه بهار آزادی	۱,۲۹۶,۰۰۰	
سکه طرح جدید	۱,۲۵۰,۵۰۰	▲
نیم سکه	۶۸۳,۰۰۰	▼
ربع سکه	۳۷۷,۷۰۰	▲
سکه گرمی	۲۵۲,۰۰۰	▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت (تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۰۹۲	▲
یورو اروپا	۴,۸۲۳	▲
پوند انگلیس	۵,۴۹۰	▲
درهم امارات	۱,۱۲۲	▲

بانکنامه

امکان غیرفعال کردن رمز دوم
کارت‌های بانک پاسارگاد

به‌منظور افزایش امنیت اطلاعات کارت مشتریان، امکان غیرفعال‌سازی رمز دوم کارت‌های بانک پاسارگاد فراهم شد.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، امکان غیرفعال‌سازی رمز دوم کارت (رمز خرید اینترنتی کارت)، از طریق درگاه‌های بانک پاسارگاد فراهم شد و مشتریان می‌توانند در صورت تمایل نسبت به غیرفعال کردن رمز دوم کارت خود اقدام کنند.

براساس این خبر، مشتریان می‌توانند از طریق بانکداری مجازی پاسارگاد، دستگاه‌های PinPad و شعبه‌ها، دستگاه‌های خودپرداز بانک پاسارگاد و همچنین مراجعه به شعبه‌های بانک پاسارگاد، رمز دوم کارت خود (رمز خرید اینترنتی) را غیرفعال کنند.

گفتنی است هم‌میهنان عزیز می‌توانند از طریق تماس با مرکز اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ یا مراجعه به سیستم بازخورد در سایت بانک به نشانی www.bpi.ir نظرات، پیشنهادها و سوالات خود را مطرح کنند.

حضور بیمه پاسارگاد
در همایش بین‌المللی حمل‌ونقل
و لجستیک ایران

همایش بین‌المللی حمل‌ونقل و لجستیک ایران با پشتیبانی دولت، وزارت راه و شهرسازی، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و تهران و سایر نهادهای ذی‌ربط صنعتی سرمایه‌گذاری ملی و بین‌المللی، شرکت‌های حمل‌ونقل در حوزه‌های مختلف هوایی، زمینی، دریایی، ریلی و... بانک‌ها، بیمه‌ها و موسسات مالی، در روزهای ۱۴ و ۱۵ آبان ماه برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پاسارگاد، این شرکت بیمه در این همایش با اختصاص فضایی جهت ارائه مشاوره‌های لازم در زمینه بیمه‌های باربری و حمل‌ونقل پذیرای شرکت‌کنندگان بود. همچنین نگاه این شرکت به صنعت حمل‌ونقل و لجستیک کشور به‌عنوان صنعتی پویا، کارآفرین و دارای ارزش افزوده فراوان برای کشور، نگاهی جدی و حرفه‌ای است.

بیمه پاسارگاد اعتقاد دارد با برقراری ارتباط مناسب با صنعت حمل‌ونقل و لجستیک، ایجاد اعتماد متقابل سازنده و ارائه خدمات مناسب بیمه‌ای، ضمن آنکه از مشتریان توانمند، قابل اعتماد و وفادار برخوردار می‌شود؛ بخشی از رسالت اجتماعی خود در توسعه کشور از طریق این صنعت حیاتی را ایفا می‌کند.

حاصل این نگاه جدی و حرفه‌ای بیمه پاسارگاد به صنعت حمل‌ونقل و لجستیک، عرضه انواع محصولات مرتبط با این صنعت است. برخی از این محصولات مانند «بیمه تضمین تعهدات تحویل‌گیرندگان کانتینر در قبال مالکان آن» منحصر به فرد بوده و تنها توسط این شرکت بیمه به متقاضیان عرضه می‌شود.

در این رویداد مهم علاوه بر دستیابی به آخرین اطلاعات، بر فرصت‌های حضور و سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل ایران با اطلاع از آخرین تحولات و رویدادها تأکید شد.

کاربردهای حمل‌ونقل و تجربیات لجستیک، لجستیک تجاری و ترانزیت، لجستیک و صنایع مختلف، اقتصاد حمل‌ونقل، توانمندسازی لجستیک و حمل‌ونقل از محورهای اصلی این همایش به شمار می‌رود.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار خبر داد
اقدامات تنبیهی سازمان بورس برای
صندوق‌های سرمایه‌گذاری متخلف

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار از اقدامات تنبیهی این سازمان برای صندوق‌های سرمایه‌گذاری که بخشنامه نرخ سود بانک مرکزی را رعایت نکردند، خبر داد. به گزارش اینستا، شاپور محمدی با اشاره به تفاهم بانک مرکزی و سازمان بورس برای کاهش نرخ سود سپرده صندوق‌های سرمایه‌گذاری، اظهار داشت: سازمان بورس پیگیر کاهش نرخ سود سپرده‌ها در صندوق‌های سرمایه‌گذاری است. وی ادامه داد: سازمان بورس در همین راستا بر فعالیت صندوق‌های سرمایه‌گذاری نظارت دارد تا سپرده‌گذاری‌ها با نرخ‌های بالاتر از نرخ شورای پول و اعتبار سرمایه‌گذاری نشود. رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان اینکه بانک مرکزی همراهی مناسبی با این سازمان در حوزه‌های مختلف دارد، اظهار داشت: تمامی صندوق‌هایی که خواستار تمدید مجوزها و افزایش سقف هستند تحت نظارت سازمان بورس قرار می‌گیرند و نصاب‌های آنها بررسی می‌شود. دبیر شورای عالی بورس خاطرنشان کرد: اگر صندوق‌های سرمایه‌گذاری نصاب‌های بخشنامه نرخ سودی بانک مرکزی را رعایت نکنند، با افزایش سقف و تمدید مجوز آنها موافقت نمی‌شود. رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار در پاسخ به این پرسش که آیا تاکنون در موارد تخلف در این زمینه برخورد شده یا خیر؟ تصریح کرد: سازمان بورس در مواردی با تخلف‌هایی در این بخش مواجه و مقررات به آنها برای اجرا اعلام شده است. سخنگوی سازمان بورس و اوراق بهادار درباره موارد تنبیهی سازمان بورس برای صندوق‌های سرمایه‌گذاری که نرخ سود بخشنامه بانک مرکزی را رعایت نمی‌کنند، اظهار داشت: سازمان بورس علاوه بر جریمه مدیران، مجوز آنها را تا زمان اصلاح نرخ سود صادر نمی‌کند.

رئیس هیات‌مدیره کانون کارگزاران بورس و
اوراق بهادار:تسویه یک‌روزه معاملات بورس های
اوراق بهادار ضروری است

حمیدرضا مهرآور گفت در صورت یکسان شدن زمان تسویه سهام با بازار بدهی علاوه بر افزایش نقدشوندگی بازار، انصاف در معاملات نیز رعایت شده و باعث هماهنگی و همراهی بیشتر بازارها می‌شود. به گزارش فارس، حمیدرضا مهرآور، رئیس هیات‌مدیره کانون کارگزاران بورس و اوراق بهادار گفت: در حال حاضر فرایند تسویه در معاملات اوراق بهادار به این شکل است که خریدار پول خود را قبل یا حین خرید به حساب کارگزاران واریز می‌کند. وی افزود: نحوه معاملات برای اکثر خریداران به‌صورت نقدی و تسویه کامل است، اما فروشندگان پس از فروش سهام خود، بعد از ۳ روز کاری پول خود را دریافت می‌کنند. این موضوع باعث بروز مسائل و مشکلاتی می‌شود، از جمله اینکه با توجه به تسویه پول خریدار بعد از سه روز کاری از سوی کارگزاران با شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه عملاً خریداران سهام نیز خواهان پرداخت این مبلغ در روز سوم پس از معاملات هستند. فروشنده‌گانی هستند که سهام خود را به قصد خروج وجه می‌فروشند که این سهامداران با حس عدم انصاف مواجه می‌شوند. این مقام مسئول با بیان اینکه کاهش زمان تسویه به‌عنوان یک پیشینه‌گذار از سوی کانون کارگزاران بورس و اوراق بهادار به سازمان بورس ارائه شده است، تصریح کرد: در صورت یکسان شدن زمان تسویه با بازار بدهی، علاوه بر اینکه نقدشوندگی بازار بیشتر می‌شود، عملاً انصاف در معاملات نیز رعایت شده و باعث هماهنگی و همراهی بیشتر اوراق بدهی و سهام می‌شود.

بورس کالا

تنوع عرضه در تالار محصولات
صنعتی و معدنی

تالار محصولات صنعتی و معدنی بورس کالا ایران روز یکشنبه ۲۱ آبان‌ماه میزبان عرضه ۵ هزار تن آهن اسفنجی، ۲۰ هزار تن مس کم‌عیار، ۱۱۰ تن میلگرد، ۲۵۰ تن سولفور مولیبدن و ۱۲ تن کنسانتره فلزات گرانبها بود. همچنین ۲۱ هزار تن ۱۳۰ تن قیر و عایق رطوبتی در تالار صادراتی بورس کالا ایران عرضه شد. این گزارش حاکی است ۹۰ هزار و ۳۶۰ تن مواد شیمیایی، مواد پلیمری، و کیوباتوم، قیر و لوبکات در تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی عرضه شد. براساس این گزارش، ۹ هزار تن گندم خوراکی، ۶۸ تن مرغ منجمد تنج دو، ۱۰۰ تن روغن خام آفتابگردان، ۱۰۰ تن برنج وارداتی و ۳۸۴ هزار قطعه جوجه یک روزه نیز در تالار محصولات کشاورزی بورس کالا ایران عرضه شد. بازار فرعی بورس کالا ایران نیز در این روز شاهد عرضه ۲ هزار و ۶۹۱ تن نخ پلی استر بود.

شاخص کل در مسیر نزولی قرار گرفت

نیم نگاه معامله‌گران بازار سهام به بودجه ۹۷

سیدمحمدصدرالغروی
sadrulgharavi@journalist.com

شاخص کل بورس که روز شنبه با افت ۰.۱۱ درصدی مواجه شده بود، در دومین روز معاملاتی هفته نیز به روند کاهش خود ادامه داد و تا سطح ۸۷ هزار و ۷۴۴ واحد افت کرد. با این حال در بازار فرابورس ایران، شاهد رشد ۶.۹ واحدی شاخص کل بودیم. بدین ترتیب آیفکس طی دومین روز معاملات این هفته با حدود هفت واحد رشد مواجه شد و در تراز ۹۸۹.۷ نشست. ارزش معاملات فرابورس ایران به رقم ۲۰۸ میلیارد تومان بالغ شد و حجم معاملات عدد ۲۸۱ میلیون سهم و اوراق مالی را تجربه کرد. در پایان معاملات روز شنبه، نماد ساسیبا با ۲۷ واحد، نماد ملی صنایع مس ایران با ۱۸ واحد، نماد پتروشیمی مبین با ۱۳ واحد، نماد بانک ملت با ۱۲ واحد، نماد ایران خودرو و نماد پالایش نفت بندرعباس با ۱۰ واحد، نماد پالایش نفت تهران با ۷ واحد، نماد نفت بهران و نماد پارس‌خودرو و همچنین نماد معدنی و صنعتی گل‌گهر با ۶ واحد کاهش بیشترین تأثیر منفی را در افت شاخص کل بورس داشتند. در مقابل، نماد پالایش نفت اصفهان با ۲۲ واحد،

نماد گروه مینا با ۲۱ واحد، نماد صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۱۵ واحد، نماد پتروشیمی جم با ۱۳ واحد، نماد پتروشیمی شیراز با ۱۱ واحد، نماد بانک انصار با ۱۰ واحد و نماد فولاد مبارکه اصفهان با ۹ واحد افزایش بیشترین تأثیر مثبت را در برآورد نماگر بورس تهران داشتند.

یادداشت

نماد گروه مینا با ۲۱ واحد، نماد صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۱۵ واحد، نماد پتروشیمی جم با ۱۳ واحد، نماد پتروشیمی شیراز با ۱۱ واحد، نماد بانک انصار با ۱۰ واحد و نماد فولاد مبارکه اصفهان با ۹ واحد افزایش بیشترین تأثیر مثبت را در برآورد نماگر بورس تهران داشتند.

عوامل افت این روزهای بازار سهام

بورس تهران در حالی معاملاتی متعادل را در اغلب نمادهای معاملاتی به نظاره نشست که خرید سهام در تالار شیشه‌های این روزها کاهش یافته است. جدای از معاملات درون‌گروهی حامیان بازار سهام در صندوق‌های توسعه و تثبیت بازار، بررسی وضعیت کنونی تالار شیشه‌های نشان می‌دهد که اغلب معامله‌گران همزمان با انتظار برای پدیدار شدن روندهای از دورنمای اقتصاد سیاسی ایران، نیمی‌گاهی به بودجه سال آینده دارند. از سوی دیگر انتظارات برای نوسان دوباره فلزات اساسی تا قبل از پایان سال میلادی جاری در کنار احتمال ارائه بودجه‌های خوش‌بینانه در سال مالی ۹۷ باعث شده تا شاخص بورس تهران برای عبور از سقف تاریخی ۸۸ هزار واحدی با اما و اگرهای مختلفی

حاکمیت شرکتی، چتر امنیت بازار سرمایه

شرکتی بسیار پررنگ است. با این حال، سهامداران خرد عملاً ننوانسته‌اند در ایفای حقوق خود در شرکت موفق باشند. درست است که اکنون بحث حاکمیت شرکتی برای اکثر شرکت‌های ایرانی در نظر گرفته شده است ولی در کل این مسئله از سیاست‌گذاری‌های دولتی نشأت می‌گیرد. در واقع با اجرای حاکمیت شرکتی باید استقلال بخش خصوصی تضمین شود. همچنین برای سرمایه‌گذاران خرد این اطمینان فضای ادبیات اقتصادی وجود دارد، از پول آنها در مقابل تصمیمات خلق‌الساعه و حفاظت می‌شود و در مقابل فسادها و لغزش‌های احتمالی گزارشگری به موقع وجود دارد، حاصل می‌شود. حاکمیت شرکتی عنوانی بسیار مهم با محتوایی بسیار سنگین است. سرمایه‌گذاران خرد همواره باید اهرمی در اختیار داشته

دریچه

توسعه معاملات برق در بستر بورس انرژی

بودیم. وی با اشاره به اینکه معاملات برق در بورس انرژی سال گذشته هم به رکورد خوبی دست یافت، افزود: در تلاش هستیم که تولیدکنندگان برق خصوصی را ترغیب کنیم تا برق خودشان را از طریق بورس عرضه کنند. به گفته این مقام مسئول برای حضور هر چه بیشتر تولیدکنندگان برق خصوصی در بورس انرژی باید

مواجه باشد، هر چند تشنگی بورس تهران برای جذب نقدینگی، این روزها همه فعالان این بازار را متوجه خود کرده است. بدین ترتیب بورس تهران پس از طی یک دوره رشد و رونق قابل توجه که به بازدهی بیش از ۱۴ درصدی آن طی هفت ماه و نیم اخیر و از ابتدای سال تاکنون منجر شد، اینک خیال اصلاح و استراحت و افت دارد و از گرمای بازار و رشد هیجانی قبلی آن، خبری نیست. از طرفی رشد قیمت کامودیتی‌ها در جهان متوقف شده و ریسک سیاسی بازار بالا رفته است. به این عوامل مهم، کاهش شدید نقدینگی در بازار را می‌توان اضافه کرد تا حال و روز این روزهای بورس تهران بیش از پیش قابل درک باشد. البته سهام ارزنده با دید میان مدت و بلندمدت در بازار بسپارند و می‌توان در این میان به نمادهایی که صادرات‌محور و آرزو هستند، اشاره کرد، چراکه با افزایش نرخ ارز در بازار، شاهد افزایش حاشیه سود این شرکت‌ها نیز هستیم.

با گروه‌های بازار سهام

در دومین روز معاملات تالار شیشه‌های در این هفته روند قیمت اکثر سهامها کاهش بود. در گروه فرآورده‌های نفت، کک و سوخت هسته‌ای تمام نمادها

یادداشت

چتر امنیت بازار سرمایه

باشند تا مطمئن شوند شرکتی شفاف و پاسخگو در جهت حداکثرسازی سود آنها کار می‌کند ولی متأسفانه تاکنون چه در نظام بانکی، چه در صنعت پتروشیمی و چه در پالایشگاه‌ها فقط با نام حاکمیت شرکتی مواجه بوده‌ایم. اعمال حاکمیت شرکتی چتر امنیت بازار سرمایه است. حاکمیت شرکتی تنها در صورتی به شکل واقعی آثار خود را نشان خواهد داد که دولت‌ها تصمیم بگیرند به‌صورت شفاف در اقتصاد حضور پیدا کنند، رانت اقتصادی در کشور حذف شود و مبنای طبقه‌بندی شرکت‌ها و افراد، شایسته‌سالاری باشد. کشورهای توسعه‌یافته، موضوع حاکمیت شرکتی را از ابتدا در ساختار سازمانی و کشورداری خود لحاظ می‌کنند. کشورهای در حال توسعه مانند اندونزی و مالزی حتی در صورت جلسه‌های مجامع

منبع: سنا

منبع: سنا

نماگر بازار سهام



بیشترین درصد افزایش

تراکتورسازی ایران در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که معادن منگنز ایران در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
تایرا	۲۶۵۸	۴.۹۸
کمنگنز	۵.۳۲۷	۴.۷۲
تککو	۲.۳۲۷	۴.۳
کتلیس	۲.۸۰۳	۴.۰۸
ویپترو	۱.۵۱۵	۳.۴۱
شیراز	۲.۶۷۰	۳.۴۱
ولیز	۱.۱۰۹	۳.۲۶

بیشترین درصد کاهش

پشم شیشه ایران صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. توریستی و رفاهی آبادگران ایران در رده دوم این گروه ایستاد. لبنیات کالبر هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کپشیر	۵.۱۳۴	(۴.۵۷)
ناباد	۲.۴۴۶	(۴.۴)
غالبر	۱.۵۱۵	(۴.۳۶)
ما	۱.۲۶۵	(۴.۰۹)
حفارس	۲.۹۲۳	(۳.۸۲)
دکوثر	۱.۵۳۲	(۳.۷۷)
صصوفی	۲.۰۵۳	(۳.۰۷)

پرمعامله ترین سهم

آلومینیوم ایران پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. سایبا در رده دوم این گروه ایستاد. ماشین سازی اراک هم در رده های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
فایرا	۱۴۰۸	۵۸.۷۳۷
خسایا	۱۰۵۲	۲۰.۷۹۶
فاراک	۱۴۳۷	۱۸.۱۹۹
تایرا	۲۶۵۸	۱۶.۵۹۳
فولاد	۲۲۸۸	۱۳.۹۴۷
ولسایا	۱۲۷۴	۱۳.۳۹۶
خودرو	۲۶۲۵	۱۲.۱۴۸

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را آلومینیوم ایران به خود اختصاص داد. تراکتورسازی ایران رتبه دوم را به دست آورد. کارتن ایران هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
فایرا	۱۴۰۸	۸۲.۷۳۰
تایرا	۲۶۵۸	۴۴.۱۰۲
چکارن	۶۸۰۸	۳۴.۱۴۱
فولاد	۲۲۸۸	۳۱.۹۰۹
خودرو	۲۶۲۵	۳۱.۸۸۸
شینا	۳۵۹۶	۳۰.۱۷۹
فاراک	۱۴۳۷	۲۶.۱۴۸

بیشترین سهام معامله شده

ماشین سازی اراک در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که عمران و توسعه فارس در این گروه دوم شد و فولاد کاوه جنوب کیش در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
فاراک	۱۴۳۷	۲۷۶۴
فارس	۲۳۴۱	۲۲۷۷
کاوه	۲۲۱۱	۲۰۰۶
فایرا	۱۴۰۸	۱۸۶۷
خسایا	۱۰۵۲	۱۵۲۸
کسرا	۳۱۱۹	۱۲۸۵
ولسایا	۱۲۷۴	۱۰۳۶

پالترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته سایبا شیشه به دست آورد. کاشی و سرامیک حافظ در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
کسایا	۱۴۴۴	۷۲۲
کحافظ	۳۴۰۱	۶۸۰
خکمک	۱۲۰۱	۶۰۰
خمچور	۲۳۵۹	۵۹۰
شپارس	۱۹۵۱	۴۸۸
قنات	۲۱۳۳	۴۲۷
خشرق	۳۳۹۹	۳۰۹

کمترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
ککاز	۳۶۶۶	۱.۵۴
وخارزم	۷۶۲	۲.۰۳
واعبار	۱۴۹۹	۲.۷۸
وصنا	۹۸۳	۳.۲۵
پردیس	۱۱۴۱	۳.۴۲
ویانک	۱۸۴۴	۳.۵۲
پارسیان	۱۶۷۱	۳.۵۷



رئیس خانه معدن ایران اعلام کرد بخش معدن فقیر در حوزه استارت‌آپ‌ها

به اعتقاد کارشناسان، با تولد استارت‌آپ‌های معدنی، هم اشتغال‌زایی در کل کشور افزایش می‌یابد هم برای بخش معدن اشتغال‌زایی بالایی شکل خواهد گرفت. ایران یکی از کشورهای بزرگ معدنی در سطح جهان محسوب می‌شود و ذخایر غنی معدنی (سنگ آهن، مس، روی و...) کشورمان را به یکی از ۱۵ کشور نخست معدنی جهان تبدیل کرده است؛ موضوعی که می‌تواند یکی از پتانسیل‌های اصلی اقتصادی کشور و چرخ توسعه و اشتغال‌زایی در کشور باشد؛ ویژگی‌ای که حتی از آن به‌عنوان جایگزینی برای نفت یاد می‌شود ولی تاکنون آنچنان که باید از آن بهره برده نشده است، ولی حالا باتوجه به رشد شرکت‌های استارت‌آپی در کشور و حضور پر شور جوانان در این عرصه می‌تواند به فرصتی مناسب تبدیل شود.

به اعتقاد بسیاری از کارشناسان، حوزه معدن ظرفیت‌های بسیاری دارد که می‌تواند فرصتی برای حضور شرکت‌های استارت‌آپی محسوب شود تا فعالیت خود را در آن شروع کنند؛ موضوعی که تاکنون اصلاً مورد توجه قرار نگرفته است و شرکت‌های چندانی در آن فعال نشده‌اند ولی حضورشان می‌تواند تحولی مهم در این بخش ایجاد کند. نکته‌ای که محمدرضا پهرامن، رئیس خانه معدن هم بر آن تأکید دارد. او هفته گذشته و در پنل تخصصی که با موضوع استارت‌آپ در معدن و صنایع معدنی ایران برگزار شد، گفت: «استارت‌آپ بخش معدن را متحول می‌کند. انجمن استارت‌آپ در خانه معدن تشکیل می‌شود.» او گفت: «مدیران قدیمی صنعتی امروزه نیاز به یادگیری مهارت کوچینگ و ورود به حوزه استارت‌آپ دارند و وقت آن رسیده به مدیران نسل جدید جوان اعتماد کنند. طبعاً با استفاده از این دانش‌ها فضای فعالیت شرکت‌های معدنی تغییر می‌کند و چشم‌انداز روشنی در انتظار بخش معدن کشور خواهد بود.» میرحیدری، کارشناس بخش معدن در همایش گرمیادداشت هفته معدن که هفته گذشته برگزار شد پیشنهاد داد، با توجه به نیاز امروز بشر به اطلاعات جدید و تحلیل کارشناسی آنها و کاربرد این داده‌ها در صنایع معدنی استارت‌آپ‌ها می‌تواند با تهیه اطلاعات داده‌های معدنی به کمک پروژه‌های معدنی بیایند تا دانشگاهیان و مهندسان معدن از این اطلاعات استفاده کنند.» رشد حوزه معدن و صنایع جانبی آن (بالادستی، میان دست‌ی و پایین‌دستی) و داشتن چرخه تولید در این زمینه می‌تواند حتی مانند آب روی آتش عمل کند و در بسیاری از مناطق محروم (بخش زیادی از معادن کشور در استان‌ها و مناطق محروم کشور همچون خراسان جنوبی، سیستان و بلوچستان، کرمان و... جای گرفته‌اند) نرخ بیکاری را به‌صورت محسوسی کاهش دهد. طبق گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس بیش از ۶۸ نوع ماده معدنی ازجمله سنگ آهن، کروم، منگنز، مس، طلا، سرب، روی و... در کشور وجود دارد. همچنین میزان ذخایر کشور در حدود ۴۳ میلیارد تن تخمین زده می‌شود و در بین کشورهای جهان، در رتبه پانزدهم دارای منابع معدنی غنی قرار گرفته است که ارزش آن در حدود ۷۰۰ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود. همچنین ایران با تولید ۳۴ میلیون تن سنگ‌آهن، ۱۶،۷ میلیون تن فولاد خام، ۱۹۱ هزار تن کاند مس، ۵۸،۷ میلیون تن سیمان و ۲۹۸ هزار تن شمش آلومینیوم در سال ۹۴، در جایگاه ویژه‌ای در منطقه قرار گرفته است.

در نشست‌ی که هفته گذشته کمیته دانشجویی خانه معدن ایران برگزار کرد، مدرسان دانشگاه و فعالان استارت‌آپ‌های موفق تجربیات‌شان را با فعالان حوزه معدن در میان گذاشتند. رضا شیرازی، مجری پروژه‌های تجارت الکترونیک گفت: شرکت‌های معدنی برای ورود به تجارت الکترونیک باید ذهنیت سنتی خود را تغییر دهند و با بازاریابی محتوایی برای مخاطبان اعتمادسازی کنند. کیوان جعفری طهرانی، تحلیلگر بازارهای بین‌الملل فولاد و سنگ‌آهن نیز گفت: شرکت‌های معدنی با ورود به حوزه استارت‌آپ خود را با استانداردهای به روز دنیا همگام کنند و تجارت را با بهترین فاکتورها از نظر زمان و هزینه انجام دهند.

معاون وزیر صنعت خبر داد

امکان حضور رایگان خوشه‌های صنعتی در نمایشگاه‌های خارجی

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی اعلام کرد اگر خوشه‌های صنعتی در قالب کنسرسیوم در نمایشگاه‌های خارجی شرکت کنند، همه هزینه‌های آن توسط این سازمان پرداخت می‌شود. به گزارش مهر به نقل از وزارت صنعت، علی یزدانی گفت: مدیران استان باید با ریسک‌پذیری اقدامات لازم را برای احیای قابلیت‌های بخش صنعت و معدن استان فراهم کنند. وی اعلام کرد: اگر خوشه‌های صنعتی استان در قالب کنسرسیوم برای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی اقدام کنند، همه هزینه‌های مربوط به آن توسط این سازمان پرداخت می‌شود.

یزدانی ایجاد زیرساخت‌ها در شهرک‌ها و نواحی صنعتی را از وظایف این سازمان برشمرد و گفت: همه اختیارات سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به استان‌ها تفویض شده است و یکشنبه آینده با همه دستگ‌ها و سازمان‌های مربوط برای کمک به رفع مشکلات صنعتگران استان مکاتبه خواهد شد.

وزیر صنعت:

نقشه راه برای ارتباطات بین‌المللی اقتصادی طراحی شود



وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت طراحی نقشه راه و اجرایی ارتباطات بین‌المللی یکی از مهم‌ترین اقدام‌هاست تا برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی و استفاده از فناوری برای تقویت بخش خصوصی، واسپاری امور به این بخش و توانمندسازی آن برنامه داشته باشیم. به گزارش شبکه‌پیام‌رسان وزارت صنعت، معدن و تجارت، محمد شریعتمداری در نشست هم‌اندیشی با مدیران شرکت‌ها و انجمن‌های معدن و صنایع معدنی، تأکید کرد هنوز به لحاظ منابع و فناوری محدودیت داریم. وی افزود: باید فناوری را به‌روز کنیم و در این مسیر برقراری ارتباط با شرکای خارجی ضروری است.

شریعتمداری تصریح کرد: سیاست خارجی کشور در دوره چهار ساله بر پایه توسعه و ثبات اقتصادی بنا گذاشته شده و قرار است که نگاه‌ها اقتصادی شود.

وی افزود: همه تلاش ما این است که در مجموعه دولت، بخش سیاست خارجی و فکر و اندیشه کشور را در آرامش و ثبات نگه داریم، تصمیم عجولانه نگیریم و نگاه

ما با در نظر گرفتن منافع و آسیب‌ها بر پایه عقلانیت باشد.

شریعتمداری تأکید کرد: شایسته است یک میثاق ملی برای حرکت به سمت جلو داشته باشیم. در سال‌های پس از انقلاب با اینکه مبنای کار صدور مجوز بود اما درباره فناوری روز جهت‌گیری معینی نداشتیم و واحدهای بسیاری بر پایه تأمین نیاز داخل تأسیس شدند که نگاه‌شان به بازارهای صادراتی کمتر بود.

وی گفت: یکی از دلایل راه‌اندازی ستاد زنجیره فولاد نیز فقدان چراغ راه بود. پس باید سند روشن داشته باشیم تا مشخص شود به کدام سو حرکت کنیم.

اصلاح ساختار مالکیت بنگاه‌ها

وزیر صنعت، معدن و تجارت تأکید کرد ساختار مالکیت بنگاه‌ها باید اصلاح شود؛ به‌گونه‌ای که همه در سود زنجیره ارزش سهیم شوند.

وی گفت: ۵،۶ درصد صنایع معدنی و ۱،۲ درصد بخش معدن در مجموع ۷،۷ درصد تولید ناخالص داخلی و ۲۳ درصد صادرات غیرنفتی ایران را به خود اختصاص داده است، بنابراین باید همه زمینه‌ها را فراهم کنیم که

بخش خصوصی سود ببرد و در نتیجه اتفاق، اشتغال و سرمایه‌گذاری صورت دهد.

شریعتمداری ادامه داد: یکی از کمک‌های جدی فعالان معدنی بخش خصوصی جذب و حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی و کمک به دستیابی به اهداف صادراتی از ۶،۶ میلیارد دلار به ۷،۷ میلیارد دلار و افزایش ۳۰ درصدی مقدار کمی صادرات غیرنفتی است، البته در شش ماهه نخست امسال همه اعداد کمی هدفگذاری شده، محقق شد.

برای رسیدن به رشد ۸،۸ درصدی بخش معدن و ۹،۳ درصدی بخش

صنعت باید سرمایه‌های قابل ملاحظه‌ای را به این سمت سوق دهیم و بدین منظور بیش از ۱۵ میلیارد دلار مورد نیاز است. همچنین به ۲۲ میلیون متر مکعب گاز، ۳ هزار و ۳۰۰ مگاوات برق جدید و ۲۶۰ هزار متر مکعب روز آب در واحدهای جدید نیاز داریم.

به گزارش ایرنا، پانزدهم آبان ماه وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: امسال از مجموع ۶ میلیارد ریال (۶۰۰ هزار میلیارد

تومان) منابع بانکی که در اختیار فعالیت‌های اقتصادی قرار می‌گیرد باید ۴۰ درصد به بخش صنعت و معدن اختصاص یابد که امروز ۳۲ درصد از این سهم را در اختیار داریم.

شریعتمداری اضافه کرد: ظرفیتی حدود ۴ هزار میلیارد ریال منابع و ضمانتنامه برای فعالیت‌های معدنی کشور در زمینه تأمین ماشین‌آلات و تجهیزات برای فعالیت‌های معدنی و طرح‌های مرتبط با عملیات معدنی در اختیار این بخش قرار دارد که این علاوه بر سایر اعتبارات و منابعی است که سیستم بانکی به‌طور طبیعی در اختیار این بخش قرار می‌دهد.

به گفته وی، دولت حدود ۵۰۰ هزار میلیارد ریال در سرفصل‌های مختلف برای طرح رونق تولید و نوسازی صنعتی کشور اختصاص داده است که آن را از طریق منابع بانکی در اختیار واحدهای تولیدی کشور قرار می‌دهد.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز همان روز اعلام کرد: در دولت یازدهم ۲۵۴ ضمانتنامه و بیمه‌نامه معدنی به ارزش ۳ هزار میلیارد ریال صادر شد.

غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران:

مجوزهای غیر ضروری فضای کسب‌وکار را آشفته کرده است

مختلف دنیا ایجاد کنیم؛ در حال حاضر هم در حال بررسی و شناسایی مکان‌های مناسب برای تأسیس این دفاتر هستیم و به کمک و نظر اتاق‌های استانی برای انتخاب این کشورها نیاز داریم. رئیس اتاق ایران

همچنین با تأکید بر سیاست‌های اتاق برای حمایت از استارت‌آپ‌ها به‌ویژه در اتاق‌های استانی گفت: در نشست اخیر با معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور در اتاق ایران، بر ارتباط هر چه بیشتر اتاق و این معاونت تأکید شد. بر همین اساس اتاق‌های استانی هم باید ارتباط خود را با دفاتر این سازمان در استان‌ها افزایش دهند. شافعی افزود: سیاست اتاق ایران حمایت از کسب‌وکارهای نوین است.

رئیس اتاق ایران در بخش دیگری از سخنانش گفت: برای اینکه ایجاد پایانه‌های صادراتی در نقاط مرزی به اتاق‌ها واگذار نشود با وزارت امور اقتصادی و دارایی مذاکراتی داشته‌ایم و از همه رؤسای اتاق‌ها می‌خواهم که این مورد را بررسی و نظرات خود را ارائه کنند. در بخشی از نشست شورای رؤسا، مدیر

رئیس اتاق ایران در نشست شورای رؤسای اتاق‌های سراسر کشور از رویه‌های غیر ضروری در فضای کسب‌وکار انتقاد و بر ضرورت الکترونیکی شدن صدور مجوزها تأکید کرد.

غلامحسین شافعی، رئیس اتاق ایران در این نشست گفت: بزرگ‌ترین محیط کسب‌وکار ما رویه‌ها و کسب مجوزهای غیر ضروری است. حتی این موضوع بیشتر از مشکلات مالی، فضای کسب‌وکار در کشور را دچار آشفتگی می‌کند.

به گفته غلامحسین شافعی، فعالان اقتصادی برای هر قدمی که برمی‌دارند باید گواهی و مجوز بگیرند و همین رویه‌های غیر ضروری گاهی افراد را از انجام امور منصرف می‌کند. اگر الکترونیکی کردن امور به‌خوبی پیش برود و به نتیجه برسد، فضای کسب‌وکار رونق می‌گیرد.

شافعی همچنین با اشاره به برنامه اتاق ایران برای احداث پنج دفتر تجاری در نقاط مختلف دنیا گفت: ما به دنبال این هستیم تا دفاتر بازاریابی در نقاط

رشد سریع استارت‌آپ‌ها در ایران؛ توسعه کسب‌وکارهای نو

قانونی توسعه کسب‌وکارهای اینترنتی و نو را در چارچوب سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی فراهم کند تا از محل اقتصاد نوآوران و دانش‌بنیان زمینه رشد بیشتر تولید ناخالص ملی فراهم شود.

عضو هیأت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی افزود: موضوع تدوین طرح جامع اقتصاد دانش‌بنیان از موارد مهمی است که در کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در قالب کمیته اقتصاد دانش‌بنیان در حال رسیدگی است.

استارت‌آپ‌ها تصریح کرد: کسب‌وکارهای اینترنتی و نو یک حوزه فرامرزی و بین‌المللی محسوب می‌شود و می‌تواند ارزآوری مناسبی برای کشور به همراه داشته باشد.

وی تصریح کرد: در فضای اینترنت، جوانان تحصیلکرده کشور می‌توانند به تمامی جهان خدمات ارائه و درآمد

کسب کنند، البته انجام این مهم نیازمند توسعه زیرساخت‌هایی است.

حسینی شاهرودی ادامه داد: مجلس این آمادگی را دارد تا زیرساخت‌های

رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی ادامه داد: براساس گزارش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، رشد استارت‌آپ‌ها به صورت ماهانه بوده که این نکته مهمی است چرا که با توجه به ظرفیت نیروی انسانی تحصیلکرده می‌توان در این زمینه بیشتر پیشرفت کرد.

توسعه استارت‌آپ‌ها نیازمند توسعه زیرساخت‌ها

حسینی شاهرودی با تأکید بر لزوم حمایت وزارت ارتباطات از توسعه



وزیر جهاد کشاورزی اعلام کرد

افزایش بهره‌وری تولید و کاهش مصرف انرژی با فناوری‌های نوین و هوشمند کشاورزی

وزیر جهاد کشاورزی بر لزوم به‌کارگیری فناوری‌های نوین و هوشمندسازی کشاورزی برای افزایش بهره‌وری تولید و کاهش مصرف انرژی در بخش کشاورزی تأکید کرد.

به گزارش ایلنا، محمود حجتی وزیر جهاد کشاورزی در نشست «به‌کارگیری سیستم‌های هوشمند در بخش کشاورزی» با حضور محمدجواد آذری جهرمی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات که روز گذشته در محل وزارت جهاد کشاورزی برگزار شد، بر لزوم به‌کارگیری فناوری‌های نوین و هوشمندسازی کشاورزی برای افزایش بهره‌وری تولید و کاهش مصرف انرژی در بخش کشاورزی تأکید کرد.

در این نشست مهندس حجتی، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای توزیع هدفمند کالاهای کشاورزی را از جمله اولویت‌های وزارت جهاد کشاورزی عنوان و تصریح کرد: به‌کارگیری فناوری‌های هوشمند به منظور کاهش فاصله عرضه و تقاضا ضروری است.

وی، هوشمندسازی آبیاری در بخش کشاورزی در کنار توسعه سامانه‌های نوین آبیاری را از دیگر اولویت‌های وزارت جهاد کشاورزی اعلام کرد و گفت: بهره‌گیری از سیستم‌های هوشمند موجب بهره‌وری در مصرف آب و افزایش تولیدات کشاورزی با استفاده از منابع موجود می‌شود.

وزیر جهاد کشاورزی، مدیریت آنلاین عرصه‌های کشاورزی از نظر میزان سطح زیر کشت، انجام عملیات داشت و برداشت و همچنین کنترل آفات را از دیگر اولویت‌های بخش کشاورزی برشمرد و خاطر نشان کرد که می‌توانیم با به‌کارگیری سیستم‌های نظارت و کنترل از راه دور (اسکادا) از جمله تصاویر ماهواره‌ای، وضعیت تولید محصولات کشاورزی را بهتر کنترل کنیم.

در این نشست، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات نیز با اشاره به اجرای دو طرح پایلوت هوشمندسازی آبیاری در باغ ۶۰ هکتاری در استان فارس و همچنین مدیریت هوشمند اراضی زراعی کشت و صنعت مغان توسط این وزارت اظهار داشت: این طرح‌ها به منظور به‌کارگیری فناوری‌های نوین در بخش کشاورزی اجرا شده و نتیجه آن کاهش مصرف آب و انرژی و همچنین افزایش تولید محصولات زراعی و باغی بوده است.

مهندس آذری جهرمی بر لزوم تشکیل کارگروه مشترک وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی و ارتباطات و فناوری اطلاعات به منظور بررسی دقیق و کاربردی نتایج طرح‌های یاد شده تأکید کرد و افزود: لازم است سند اقدام مشترک در وزارت برای به‌کارگیری فناوری‌های نوین در بخش کشاورزی تدوین شود. در این نشست که معاونان وزرای جهاد کشاورزی و ارتباطات و فناوری اطلاعات حضور داشتند، در مورد طرح‌ها و فناوری‌های هوشمندسازی فرایندها در بخش کشاورزی بحث و تبادل نظر شد و مقرر شد معاونان ذی‌ربط دو وزیر ضمن بازدید میدانی از مراحل اجرای طرح، نسبت به تهیه و تدوین سند همکاری‌های وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی و ارتباطات و فناوری اطلاعات اقدام کنند.

مودودی:

صادرات به دلار یارانه می‌دهد

معاون سازمان توسعه تجارت گفت صادرکننده باید بتواند براساس تعهدی که در خارج از کشور داده است، یارانه به دلار ندهد و به راحتی مطابق شرایط اقتصادی کشور برنامه‌ریزی کند.

محمدرضا مودودی در گفت‌وگو با خبرنگارن‌لاین، درباره تغییرات نرخ ارز، اظهار داشت: به‌طور کلی بحث نرخ ارز ممکن است در کوتاه‌مدت روی روند صادرات تأثیر مثبت بگذارد؛ به‌ویژه برای کالاهایی که قبلاً مواد اولیه‌شان با نرخ ارز پایین تر تأمین شده و در حال حاضر با آنها‌ها آماده صادرات هستند.»

وی افزود: واقعیت این است که نرخ ارز در درازمدت نمی‌تواند خیلی تعیین‌کننده باشد؛ کما اینکه ما تجربه سه برابر شدن نرخ ارز را داشتیم، ولی از سال ۹۰ تا سال ۹۵ که نرخ ارز سه برابر رشد کرد، آیا صادرات سه برابر تغییر کرد؟ این اتفاق نیفتاد. معاون سازمان توسعه تجارت تصریح کرد: موضوع این نیست که نرخ ارز باعث جهش در صادرات می‌شود، بلکه بحث بر سر این است که وقتی نرخ ارز را کنترل می‌کنید، یعنی نسبت به تغییرات تومری که عملاً بر همه اجناس اعمال می‌شود، بر ارز اعمال نشود، ما جذابیت صادرات را نسبت به مصرف داخل کاهش می‌دهیم. این یعنی اینکه ما یارانه به دلار می‌دهیم، بنابراین برای واردات کمک می‌شود. مودودی متذکر شد: نکته اینجاست که ما خواهیم نرخ ارز منطقی باشد؛ نه اینکه افزایش پیدا کند. وی خاطر نشان کرد: صادرکننده باید بتواند براساس تعهدی که در خارج از کشور داده، یارانه به دلار ندهد و به راحتی مطابق شرایط اقتصادی کشور برنامه‌ریزی کند.

۲ نکته مهم مغفول مانده از سوی خودروسازان

یک عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس دهم می گوید رقابت و سختگیری در استانداردها عامل رشد و توسعه همه جانبه صنعت خودرو است، درحالی که توجه به این مهم در این صنعت مغفول مانده است.

محمد رضا منصوری در گفت و گو با خبر خودرو اظهار داشت: تا زمانی که در میان خودروسازان رقابتی ایجاد نشود و حق انتخابی برای مشتریان وجود نداشته باشد طبیعا کیفیت خودروهای داخلی نیز افزایش نخواهد یافت.

وی تصریح کرد: امروز نبود رقابت در تولید موجب شده خودروها به هر قیمتی در بازار فروخته شود و مردم مجبور به خرید کالایی شوند که ارزش واقعی آن کالا، مبلغی نیست که می پردازند. وی با اشاره به اینکه متأسفانه کیفیت خودروهای داخلی عموما در نازل ترین سطح کیفی قرار دارد، افزود: تا زمانی که مدیریها در این صنعت دولتی باشند و متولی این صنعت باقی بمانند، کیفیت صنعت خودروسازی کشور روز به روز افت خواهد کرد. وی تأکید کرد: معمولا با عنوان حمایت از تولید صحبت های خوبی مطرح می شود، درحالی که هر سال کیفیت محصولات افت کرده و قیمت ها بالا می رود، بنابراین تا زمانی که جریان فعالیت در این صنعت دولتی است و خصوصی سازی به درستی انجام نشود، رقابت و کیفیت و قیمت همین خواهد بود.

وی گفت: وجود انحصار در فرآیند تولید خودرو، عدم توجه به مشتری مداری و انجام هزینه های لازم برای ارتقای کیفیت، از دلایل پایین بودن کیفیت برخی خودروهای تولیدی در کشور است. نماینده سلاوه و زرنديه در خانه ملت با اشاره به اینکه قیمت خودرو در داخل کشور بیش از قیمت جهانی به متقاضیان عرضه می شود، اظهار داشت: اگر بازار خودروی کشور رقابتی شود، مردم می توانند خودروی متنوع، با کیفیت و با قیمت مناسب تهیه کنند.

منصوری همچنین با توجه به اهداف چشم انداز ۱۴۰۴ صنعت خودرو و لزوم تولید ۳ میلیون دستگاه خودرو، تأکید کرد: در شرایطی که صنعت خودروی ایران با این رقم فاصله زیادی دارد، باید فضای تولید را برای ورود سرمایه های خارجی باز کرد و نباید جریان تولید خودرو را به دو خودروسازی بزرگ کشور محدود کرد، بلکه باید نسبت به ایجاد قطب جدید توسط بخش خصوصی اقدام شود.

به گفته وی، دولت باید با در نظر گرفتن سیاست های کلان در صنعت خودرو، ساماندهی این صنعت را در دستور کار خود قرار دهد هر چند تا زمانی که صنعت خودروی ایران دولتی است، نمی توان انتظاری در حوزه رقابت پذیری در تولید، کیفیت و قیمت داشت.

تولید یک سوپر اسپورت بی صدا توسط «مرسدس بنز»!

اگر یک روز تصمیم به آرامش و رانندگی در سکوت را دارید، مرسدس بنز یک فکر اساسی برای شما کرده است و آن هم طراحی و ساخت یک دوچرخه منحصرفرد با الهام از خودروی سوپر اسپورت AMG GTR خواهد بود. به گزارش پرشین خودرو، مرسدس بنز AMG GTR یک سوپر اسپورت وحشی تمام میار است که با سود جستن از یک پیشران هشت سیلندر چهار لیتری، می تواند ۵۷۷ اسب بخار قدرت و ۷۰۰ نیوتن متر گشتاور داشته باشد که آن را با سروسزای زیاد به سمت چرخ های انومبیل هدایت می کند. اما اگر یک روز تصمیم به آرامش و رانندگی در سکوت را دارید، مرسدس بنز یک فکر اساسی برای شما کرده است و آن هم طراحی و ساخت یک دوچرخه منحصرفرد با الهام از خودروی سوپر اسپورت AMG GTR خواهد بود که در ادامه سعی داریم شما را با این وسیله بی صدا، اما پرسرودا در رسانه های مختلف خبری آشنا کنیم. اول از همه می توان گفت که ریشه این دوچرخه منحصرفرد به شرکت دوچرخه ساز ROTWILD برمی گردد که کمپانی خودروسازی مرسدس بنز برای انجام پروژه خود، نسخه RS2 آن را انتخاب کرده و شروع به اعمال تغییرات لازم روی آن کرده است تا این دوچرخه منحصرفرد را با انومبیل سوپر اسپورت چند صد هزار دلاری خود شبیه کند که حتی در قیمت گذاری هم شاهد قیمت بالای آن درست همانند قیمت ۶ رقی می مرسدس AMG GTR هستیم که در این خصوص، کمپانی خودروسازی مرسدس بنز اعلام کرده است که برای فروش هر یک از آنان، مبلغ ۲۸۹۰ دلار از مشتریان دریافت می کند که چیزی حدود ۳۳ میلیون تومان می شود!

قطعا این دوچرخه یکی از گران قیمت ترین نمونه های موجود در بازار خواهد بود، اما شرکت دوچرخه ساز ROTWILD و همچنین مرسدس بنز به صاحبان این دوچرخه اطمنیان می دهد که درست همانند محصول سوپر اسپورت خود، یک راحتی و استحکام بی نظیر برای آنان داشته باشد، زیرا در ساخت شاسی یا حتی رینگ های این دوچرخه از قطعات فیبر کربنی استفاده شده است که نشان می دهد دارای وزن کافی و استحکام کافی است، اما در مجموع پس از مونتاژ کامل، وزن نهایی این دوچرخه به چیزی حدود ۱۱ کیلوگرم می رسد که در مقایسه با دیگر رقبای خود همچون دوچرخه فراری یا اخیرا دوچرخه ۵،۹ کیلوگرمی استون مارتین چندان سبک نیست، در پایان لازم به ذکر است که این دوچرخه نخستین محصول مرسدس بنز نخواهد بود، زیرا پیش از این در سال ۲۰۱۳ میلادی با الگوبرداری از خودروی G کلاس، کمپانی خودروسازی مرسدس بنز دوچرخه AMG RX45 را تولید کرد و سپس در سال ۲۰۱۵ میلادی یک دوچرخه دیگر تحت عنوان GT S-inspired طراحی کرد و حالا پس از گذشت دو سال، شاهد طراحی و ساخت دوچرخه جدید این شرکت هستیم که به تعداد محدود ۵۰ عدد تولید شده و به قیمت ۲۸۹۰ دلار به مشتریان عرضه می شود.

اثرات نظام تعرفه های جدید در صنعت خودرو



پیشنهاد افزایش حقوق ورودی خودرو موجب شد بازار خودروهای وارداتی بار دیگر قربانی حمایت از تولید داخل شود و به این طریق دست متقاضیانی که به دنبال خودروهای وارداتی با رنج حداقلی بودند از این بازار کوتاه شود.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، اقدام صورت گرفته در حالی است که از تیرماه سال جاری سایت ثبت سفارش واردات خودرو به روی واردکنندگان رسمی بسته شده و امکان ثبت سفارش واردات خودرو از واردکنندگان گرفته شده است؛ اقدامی که کاهش عرضه خودرو در بازار را به همراه داشته و موجب شده قیمت وارداتی ها بعضا رشدی چندمیلیونی را تجربه کند.

پیشنهاد افزایش حقوق ورودی خودرو هر چند هنوز رأی موافق هیأت وزیران خودروهای وارداتی با حجم موتور ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ سی سی افزایش ۱۵ درصدی حقوق ورودی را تجربه خواهند کرد و تعرفه آنها از ۴۰ به ۵۵ درصد خواهند رسید. تعرفه خودروهای با حجم موتور ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ سی سی نیز که تا پیش از این حقوق ورودی ۴۰ درصد پرداخت می کردند با افزایش چشمگیر ۵۵ درصدی به ۹۵ درصد خواهد رسید و در نهایت حقوق ورودی خودروهای وارداتی با حجم موتور ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ سی سی نیز از تعرفه ۵۵ به ۱۳۰ درصد خواهد رسید. اما آنچه در فهرست اعلامی

و در صورت موافقت هیأت وزیران خودروهای وارداتی با حجم موتور ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ سی سی افزایش ۱۵ درصدی حقوق ورودی را تجربه خواهند کرد و تعرفه آنها از ۴۰ به ۵۵ درصد خواهند رسید. تعرفه خودروهای با حجم موتور ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ سی سی نیز که تا پیش از این حقوق ورودی ۴۰ درصد پرداخت می کردند با افزایش چشمگیر ۵۵ درصدی به ۹۵ درصد خواهد رسید و در نهایت حقوق ورودی خودروهای وارداتی با حجم موتور ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ سی سی نیز از تعرفه ۵۵ به ۱۳۰ درصد خواهد رسید. اما آنچه در فهرست اعلامی

با توجه به لیست حقوق ورودی جدید، فعالان بازار خودرو علاوه بر افزایش قیمت خودرو در بازار خودروهای وارداتی پیش بینی می کنند که بازار خودروهای داخلی نیز از افزایش قیمت بی نصیب نماند. ساسان قربانی، کارشناس صنعت خودرو در این خصوص می گوید: منطق بازار به افزایش قیمت است و آنچه مسلم است با اجرایی شدن این دستورالعمل شاهد اختلاف قیمت میان کارخانه و بازار خواهیم بود که این امر می تواند تعادل در بازار را از بین ببرد. از سوی دیگر با وجود اثرات منفی که افزایش حقوق ورودی به همراه خواهد

داشت، قربانی معتقد است که در صورت هدایت درست منابع به وجود آمده از طریق افزایش تعرفه واردات خودرو شاهد رشد صنعت خودرو در کشور خواهیم بود. به گفته این کارشناس صنعت خودرو تصمیم اخذ شده به طور حتم در راستای تامین بخشی از بودجه دولت صورت گرفته و این به معنای آن است که دولت سعی دارد بخشی از بودجه خود را از این طریق تامین کند، اما اجرای این روش در صورتی نتیجه بخش خواهد بود که این منابع صرف صنعت خودرو کشور شود. قربانی معتقد است منابع حاصل از افزایش حقوق ورودی باید صرف توسعه و نوسازی خطوط تولید، انتقال تکنولوژی و دستیابی به طراحی پلتفرم های جدید شود. وی در ادامه یادآور می شود که اگر تنها هدف دولت تامین بودجه حتم برنامه ریزی باشد به طور حتم شاهد بروز مشکلات جدی در صنعت خودرو خواهیم بود.

اظهارات مطرح شده از سوی این کارشناس خودرو در حالی است که صنعت خودرو سال ها زیر چتر حمایتی تعرفه ای قرار داشت، اما حمایت های صورت گرفته نتوانست رشد این صنعت را رقم بزند، در این خصوص نیز این کارشناس صنعت خودرو معتقد است وقتی بدون برنامه حرکت می کنیم شاهد این مشکلات خواهیم بود، اما در صورتی که هوشمندانه عمل کنیم، می توانیم صنعت خودرو را رونق دهیم.

معاون وزیر صنعت مطرح کرد

برنامه ریزی «ایدرو» برای ارتباط قطعه سازان داخلی با زنجیره جهانی

عنوان کرد: خوشبختانه صنعت خودرو موفق ترین صنعت در استفاده از فضای ایجاد شده در دوران پساجرام بوده و فرصت بسیار خاصی است که صاحبان برند در ایران سرمایه گذاری مشترک کنند چون این سرمایه گذاری به رشد قطعه سازان نیز کمک خواهد کرد.

رئیس هیأت عامل ایدرو بیان داشت: می خواهیم خودرویی را با استفاده از پیشترین توان داخلی کشور تولید کنیم، توان داخلی در این بخش

را به زنجیره تامین جهانی پیش بینی کرده است. منصور معظمی تصریح کرد: وجود شبکه گسترده قطعه سازی در ایران جدایی تولید قطعات خودرو را با توجه به ارزانی نیروی کار و مواد اولیه بیش از پیش مورد اقبال و توجه قرار می دهد.

معظمی با بیان اینکه مشارکت بین المللی با خودروسازان و قطعه سازان معتبر خارجی عامل توسعه کمی و کیفی صنعت خودرو خواهد بود،

گام های لرزان خودروسازان برای ارتقای استاندارد آلایندهی خودروها

خودروسازان وزارت نفت را متهم می کنند!

حتی در حال حاضر نیز هنوز بنزین و گازوییل یورو ۴ به طور کامل و سراسری در کشور توزیع نمی شود، اظهار می کند: به عنوان مثال در گازوییل یورو ۴ میزان سولفور باید کمتر از ۵۰ PPM باشد، اما در حال حاضر در مواردی میزان سولفور گازوییل به ۵۰ هزار PPM نیز می رسد که باعث تخریب موتور خودرو و فیلتر آن می شود.

وی در پاسخ به اینکه آیا خودروسازان با وجود عقب بودن از استانداردهای جهانی در موعد تعیین شده از ابتدای سال ۱۳۹۸ استانداردهای آلایندهی محصولات خود را به یورو ۵ ارتقا خواهند داد، می گوید: خودروسازان اقدامات لازم برای ارتقای استاندارد آلایندهی خود را آغاز کرده اند و برخی نمونه های خودرو نیز با این استاندارد تولید شده است، اما مشکل این است که اگر وزارت نفت در موعد مقرر استاندارد آلایندهی بنزین و گازوییل را به یورو ۵ ارتقا ندهد، ارتقای استاندارد خودروسازان نیز در این زمینه تأخیر خواهد داشت. احمد نعمت بخش با بیان اینکه

تندر ۹۰ را به یورو ۴ ارتقا دادند، اما شش ماهی طول کشید تا همه خودروهای سبک تولید داخل به استاندارد آلایندهی یورو ۴ ارتقا یابند و سرانجام از ابتدای سال ۱۳۹۴ تمام خودروهای سبک به استاندارد یورو ۴ تجهیز شدند. اما در حوزه خودروهای سنگین نیز خودروسازان در اواخر دولت دهم در ارتقای استاندارد آلایندهی یورو ۴ تأخیر داشتند و سرانجام از ابتدای سال ۱۳۹۴ استاندارد آلایندهی تمام خودروهای سنگین تولیدی به یورو ۴ (فیلتر دوده) ارتقا یافت. در حال حاضر که به پایان سال ۱۳۹۶ نزدیک می شویم نیز خودروهای سبک و سنگین داخلی همچنان با استاندارد یورو ۴ تولید می شوند. این وضعیت در حالی است که در اروپا سال ها است استاندارد آلایندهی خودروها به یورو ۵ و ۶ است.

عقب بودن صنعت خودروی ایران از استانداردهای جهانی در زمینه استاندارد آلایندهی خودروها در حالی است که خودروسازان مسبب این وضعیت را وزارت نفت می دانند که از توزیع سراسری سوخت مناسب برای ارتقای استاندارد آلایندهی خودروها خودداری کرده است. در این زمینه دبیر انجمن خودروسازان ایران می گوید: طبق مصوبه دولت دهم شش ماه قبل از موعد ارتقای استاندارد آلایندهی خودروهای داخلی به یورو ۴، وزارت نفت باید سوخت بنزین و گازوییل یورو ۴ را به طور سراسری توزیع می کرد که این اتفاق نیفتاد به همین دلیل خودروسازان نیز در ارتقای استاندارد تأخیر داشتند.

احمد نعمت بخش با بیان اینکه

علت ایجاد بازار دونهی خودرو چیست؟

رئیس اتحادیه نمایشگاه داران خودرو معتقد است هنگامی که خودروسازی که وظیفه اصلی آن تولید است وارد جریان خریدوفروش می شود طبعاً از تولید و کیفیت دور می شود.

سعید موتمنی در گفت و گو با خبر خودرو اظهار داشت: متأسفانه امروز خودروسازان به میزانی وارد جریان پیش فروش ها و ارائه سود به خریداران شده اند که از وظیفه ذاتی شان دور شده اند و نتیجه آن شرایط حاکم بر بازار خودرو شده است.

وی تأکید کرد: چرا باید هنگامی که بانک مرکزی ۱۸ درصد سود پرداخت می کرد خودروسازان ۲۷ تا ۳۱ درصد سود به متقاضیان پرداخت کنند، اما خوشبختانه بانک مرکزی ورود کرد و جلوی این اقدام شرکت های خودروساز را گرفت.

وی افزود: خودروسازان یا باید نگاهداری کنند یا بانکداری یا تولیدکننده خودرو باشند. وی با اشاره به انتقاد برخی فعالان صنعت نسبت به طرح موضوع رکود در بازار خودرو توسط اتحادیه گفت: رکود در شرایطی مطرح می شود که تقاضا در بازار افت کرده و مشتری از محصولات شرکت های داخلی در بازار استقبال نمی کند، هر چند بنا به گفته فعالان این صنعت در زمانی که تولیدات به فروش می رسد رکودی در بازار وجود ندارد، اما سوالی که اینجا مطرح می شود اینکه چه میزان از تولیدات در بازار داخل و چه تعداد صادر می شود؟

وی تأکید کرد: در شرایطی که مشتری استقبال از تولیدات داخلی نمی کند برداشت بازار رکود تقاضا در بازار است، هر چند در این وضعیت بخشی از اقبال ضعیف جامعه ناگزیر به خرید برخی خودروهای کم کیفیت با توجه به بودجه و امکان مالی هستند. در واقع این تعداد از خریدها ناشی از تقاضای اجباری در بازار است درحالی که در دنیا به این دید به مشتری نگاه نمی شود و چنانچه خودرویی ۱۰۰ هزار دلار یا هزار دلاری باشد به لحاظ کیفیت قطعات مسواوی است و تنها تفاوت آن به لحاظ تعداد آپشن ها است.

وی افزود: باید قبول کرد که بازار خودرو رکود دارد و اگر خودرویی نیز در بازار به فروش می رسد نه از سر علاقه که روی اجبار است.

وی همچنین با توجه به قیمت های غیرواقعی برخی از خودروهای جدید در بازار گفت: هر خودرویی قیمت جهانی دارد و در دنیا هم رقابت تعیین کننده قیمت است؛ به طوری که امروز مصرف کننده برای خرید هر کالایی ابتدا کیفیت و سپس قیمت را مورد ارزیابی قرار داده و سپس اقدام به خرید می کند.

رئیس اتحادیه نمایشگاه داران در ادامه وجود شرایط کنونی بازار را ناشی از نبود نظارت بر بازار خودرو دانست و تأکید کرد: متأسفانه همچنان شرکت ها با عرضه محدود و مدیریت بر این جریان تلاش می کنند تا محصولات به زیر قیمت رسمی شرکت نرسد چرا که در این صورت بسیاری از متقاضیانی که اقدام به پیش خرید کردند، با افت قیمت خودرو به زیر قیمت شرکت، پول های خود را مطالبه خواهند کرد.

موتمنی با اشاره به استقبال مشتریان از عرضه خودروهای جدید در بازار گفت: البته این اقبال در صورتی است که این خودروها قیمت متناسبی داشته باشد؛ به عنوان مثال خودرویی مانند پژو ۲۰۰۸ قیمت جهانی آن حدود ۶۵ تا ۷۰ میلیون است واقعی آن در بازار ایران ۹۰ میلیون است و با هر گونه افزایش غیرمنطقی قیمت در بازار مسلماً تقاضایی نخواهد داشت.

وی افزود: چرا شرکت ها به اندازه کافی خودرو وارد بازار نمی کنند تا مشتری که امروز نیاز به خودرو دارد اقدام به خرید فوری کرده و همان است که در دنیا، حتی برندهای معروف متقاضی که خودرویی را درخواست می کند با تمام آپشن های دلخواه ظرف یکی دو روز به خریدار تحویل می دهند.

وی گفت: هم اکنون برخی شرکت های داخلی به واسطه تخلفاتی که در جریان خریدوفروش صورت می گیرد، در صدد جمع آوری نمایندگی های فروش هستند. زمانی که قیمت خودرو در بازار دونهی شود، ۱۰۰ درصد به دنبال آن فساد ایجاد می شود.

موتمنی معتقد است وقتی خودرو به اندازه کافی به بازار تزریق نمی شود مسئله دونهی در بازار خودرو به وجود می آید.

وی تأکید کرد: تا زمانی که شرکت ها خودشان را به روز نکنند و موضوع پیش فروش ها برداشته نشود، این گرفتاری ها در بازار خودرو وجود داشته و شاهد بازار سالمی نخواهیم بود.

وی گفت: شرکت های خودروساز باید ویتترین های شان را پر کنند تا مشتری در موقع نیاز و بدون معطلی خودروی دلخواه را خریداری کند.



ایده پردازان کسب‌وکار نو در یازدهمین نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال

امسال بیش از ۱۱۰ استارت‌آپ در یازدهمین نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال حضور دارند و انتظار می‌رود یکی از بخش‌هایی باشد که‌مورد استقبال قرار گیرد. به گزارش ایران اکونومیست، آموزش و ترویج کارآفرینی از اهداف استارت‌آپ‌ها است. در این استارت‌آپ‌ها داوران و سرمایه‌گذاران حضور دارند که با توجه به پتانسیل هر ایده برای کسب‌وکار، روی آن ایده سرمایه‌گذاری می‌کنند و ایده‌های برتر انتخاب می‌شوند.

در این استارت‌آپ‌ها بررسی می‌شود که چگونه ایده یک فرد منابع مالی را در بازار هدف جذب می‌کند و به سوددهی می‌رسد. جامعه ما اکنون با رشد بیکاری مواجه هست و برایاین چنین استارت‌آپ‌هایی می‌تواند خیلی از مسائل مربوط به کارآفرینی جامعه را رفع کند.

نگاه

مشاور راهبردی رئیس اتاق تعاون ایران:

کارآفرینان جذب بخش خدمات شده‌اند

مشاور راهبردی اتاق تعاون ایران معتقد است حمایت از تعاونی‌های فعال در حوزه کارآفرینی نیازمند رفع موانع فعالیت در همه خوشه‌های کسب‌وکار و اشتغال‌آست. او تأکید دارد که جمعیت کارآفرین کشور به جای تولید بیشتر جذب بخش خدمات شده‌اند.

محمدباقر ظهراب بیگی در گفت‌وگو با ایسنا درباره راهکارهای عملی بخش تعاون برای اجرای اقتصاد مقاومتی در حوزه کارآفرینی، اظهار کرد: در سنده توسعه‌بخش، توسعه مبتنی بر دانایی با تمهیدات خاصی نظیر ایجاد و گسترش پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری با مشارکت تشکلهای تعاونی، توانمندسازی جوانان، زنان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی برای ایجاد اشتغال و حفظ و بهبود اشتغال موجود، آموزش کارآفرینی، ایجاد و توسعه بانک اطلاعات کارآفرینی در بخش تعاون، ایجاد و توسعه شرکت‌های تعاونی تخصصی، طراحی، مشاوره و مواردی از این قبیل پیش‌بینی شده است.

مشاور راهبردی رئیس اتاق تعاون ایران افزود: رفع موانع فعالیت در همه خوشه‌های کسب‌وکار اشتغال‌زا

در گرایش‌های صنعت، کشاورزی و خدمات مطابق با پتانسیل و مزیت‌های نسبی استان‌های کشور، تسهیل فرآیند دستیابی به منابع، اطلاعات، فناوری و ارتباطات، ضرورت اعطای تخفیف کامل مالیاتی برای کارآفرینان بخش تعاون، اعطای تسهیلات و چسوه اداره شده در سادۀ ۲۰ هسند توسعه بخش تعاون، اولویت در واگذاری سهام بخش دولتی و بنگاه‌های مورد واگذاری به کارآفرینان، ایجاد شهرک‌ها و مجتمع‌های تعاونی، استقرار و تعاونی‌های نوپای کارآفرینان و افزایش سرمایه و منابع صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاونی از جمله سازوکارهای حمایت از تعاونی‌های فعال در حوزه کارآفرینی است.

ظهراب بیگی گفت: کارآفرینی نقطه آغازین با مرحله شروع تحول در نظام اقتصادی است که شاید بتوان عنوان خلق ارزش نوام از مادی یا معنوی با بهره‌گیری از دانش و تجربه و تخصص یا تبدیل ایده‌های حاصله از پژوهش و تحقیق به محصول کالا و خدمات تعریف کرد.

او افزود: سیاست تحریم اقتصادی علیه ایران به‌عنوان اصلی‌ترین حربه استکبار جهانی و کشورهای استعمارگر طی سال‌های بعد از پیروزی انقلاب بوده که با توسل به آن سعی بر تصفیع پایه‌های نظام و ضربه زدن به انقلاب را داشتند.

مشاور راهبردی رئیس اتاق تعاون ایران یادآور شد: مهم‌ترین وظیفه مسئولان کشور، بر کرسی‌های مدیریتی و اجرایی کشور، تکیه زدن گرفتن این حربه از دست دشمنان و تلاش برای بهبود وضعیت اقتصادی مردم است. ظهراب بیگی با اشاره به سخنرانی مقام معظم رهبری در مورخ ۱۶۰۱۶۸۹ در جمع کارآفرینان سراسر کشور، گفت: ایشان «اقتصاد مقاومتی» را مفهومی از

بانک ملی ایران قصد دارد در اقدامی نو، همزمان با حمایت از

نخبگان دارای ایده، از آنها برای ارائه خدمات نوین برای مردم کمک بگیرد.

به گزارش روابط عمومی بانک ملی ایران، گرچه ایده‌های زیادی میان جوانان نخبه کشورمان وجود دارد که هر کدام می‌تواند به محصولی مهم تبدیل شود، اما بسیاری از آنها به دلیل نبود سرمایه لازم برای تجاری‌سازی تنها در حد یک ایده باقی می‌ماند.

چندین عضوان جوانان دانشمند و تحصیلکرده‌ای که توانایی‌های ذهنی خود را در تهیه و تدوین یک ایده به کار گرفته‌اند و به ظن خود می‌توانند مشکلی از مشکلات کشور را حل کنند، اما نمی‌توانند آن را عملیاتی کنند.

از سوی دیگر بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی، بانک‌ها و سازمان‌ها با مشکلاتی مواجهند که این مشکلات در یک نگاه خرافانه و نو،

کسب‌وکار امروز



فروش علی بابا در روز مجردها

۲۵میلیارد دلار فروش در یک روز

روز شنبه در جریان خرید روز مجردها، فروشگاه اینترنتی علی‌بابا با دو برابر مجموع فروش جمعه سیاه و دوشنبه سایبری در آمریکا، به رکورد فروش ۲۵.۲ میلیارد دلار دست یافت.

به گزارش زومیت، یک دهه پیش، یازدهم نوامبر روز گرامیداشت افراد مجرد در چین محسوب می‌شد. در سال ۲۰۰۹، علی‌بابا، غول خرده‌فروشی چینی، این روز را به نسخه بومی حراج جمعه سیاه تبدیل کرد و هشت سال بعد، فروش این فروشگاه آنلاین چینی از این رویداد سالانه، به حدود دو برابر مجموع فروش جمعه سیاه و دوشنبه سایبری در ایالات متحده رسید.

علی‌بابا روز گذشته گزارش داد که فروشش از روز مجردها با ۴۰درصد افزایش نسبت به سال گذشته، به رقم ۲۵.۲ میلیارد دلار رسیده است. این مجموع فروش خارق‌العاده تنها مختص به روز شنبه است و فروش این فروشگاه از ابتدای هفته گذشته در گرامیداشت این رویداد در آن لحاظ شده است. علاوه بر این، علی‌بابا روز شنبه در عرض تنها ۱۲ ساعت به رکورد ۱۸ میلیارد دلار دست یافت و رکورد سال گذشته خود (فروش ۱۷.۸ میلیارد دلار در ۲۴ ساعت) را جابه‌جا کرد. تحلیلگران بازار مدعی هستند این رشد عظیم ناشی از رقابت خرده‌فروشان برای کسب سهم از هزینه‌های مصرف‌کنندگان چینی در اقتصاد رو به رشد این کشور است. در طرف مقابل، فروش ایالات متحده بین روزه‌های شکرگزاری و دوشنبه سایبری در سال گذشته، ۱۲.۸ میلیارد دلار برآورد شده است.

درست همانند مدل‌های آمریکایی روزه‌های تعطیل برای خرید، علی‌بابا تخفیف‌های متنوعی روی اجناسی گوناگون از لوازم خانگی تا وسایل الکترونیکی تا پوشاک و لوازم زیبایی ارائه می‌دهد. اقلام عجیب و غریبی که ماهیت روز مجردها را به شوخی می‌گیرند نیز به‌شدت گسترش یافته‌اند. برای مثال یک شرکت چینی با پرداخت یک‌بارۀ ۱۱هزار و ۱۱۱ یوان (تقریباً ۱۶۷۲ دلار)، تأمین ماه‌العمر راجی، نوعی نوشیدنی چینی را برای مشتری برعهده می‌گیرد. همچنین خرده‌فروشان در قالب «فضای سید خرید مجازی»، جایی که مشتریان برای افزایش ظرفیت سید خرید می‌توانند هزینه کنند، به کسب درآمد می‌پردازند. وب‌سایت سیگیس تن گزارش می‌دهد که خرده‌فروشان چینی به منظور «سهولت در عملیات»، در انتخاب تعداد اقلام برای قرارگیری در سید خرید آنلاین محدودیت قائل می‌شوند و با این کار خریداران را تشویق می‌کنند به جای تراکنش‌های متعددی که نیازمند پردازش بیشتری است، یک سفارش خرید به ثبت برسانند. چون ما (بنیانگذار علی‌بابا) به‌منظور گرامیداشت این رویداد، جشنی با حضور افراد مشهوری چون فارل ویلیامز، نیکول کیدمن، جسی جی و ماریا شارابووا برگزار کرد. این مراسم از طریق سروس ویدئویی علی‌بابا و سه شبکه تلویزیونی چینی بخش شد. این غول خرده‌فروشی چینی پیش از این رویداد، نزدیک به ۱۰هزار فروشگاه خود را در سراسر چین به فناوری تشخیص چهره برای انجام فرآیند پرداخت تجهیز کرده بود.

معاون بیمه‌ای نماین‌انجمنای خیر داد

دور جدید مذاکرات بیمه‌ای با استارت‌آپ‌ها

سازمان تأمین‌انجمنای ۱۱ استارت‌آپ و شرکت و مجموعه کسب‌وکار نوین برای برقراری پوشش بیمه‌ای نیروی انسانی شافل در آنها وارد مذاکره شده‌اند به گزارش مهر، معاون بیمه‌ای سازمان تأمین‌انجمنای، با اعلام این خبر گفت: ده‌ها بیمه‌راندگان ازسای‌های اینترنتی و کارکنان دیگر کسب‌وکارهای نوین، مطالبه‌های



کند. پیشینه‌های تأمین‌انجمنای به‌موسسان این کسب‌وکارها فراهم‌کردن شرایط برای قبول اسلسی موقوفات آحاد مردم را زیر پوشش خدمات بیمه‌ای ببرد و به‌طور قطع، راندگان ازسای‌های اینترنتی و دیگر کسب‌وکارهای نوین بیمه خواهند کرد. امیدواریم، اما اگر به توافق نرسیم، به‌انجا در قالب بیمه اجباری ورود خواهیم کرد.

مشارکت ۷۰درصدی دانشگاه‌ها در جشنواره ربع رشیدی

به گزارش ایسنا، علی جهانگیری، دبیر اجرایی پنجمین جشنواره نوآوری و فناوری ربع رشیدی روز گذشته در حاشیه این نمایشگاه در جمع خبرنگاران گفت: ربع رشیدی به‌عنوان یکی از پنج منطقه ویژه علم و فناوری کشور است که با مصوبه شورای عالی عتف تأسیس شد.

وی با بیان اینکه از سال ۹۲ هر ساله نمایشگاه و جشنواره برگزار می‌شود، اظهار کرد: این نمایشگاه با هدف گذر از اقتصاد کم‌محصولی به سمت اقتصاد دانش‌بنیان متکی بر علم و فناوری و نوآوری برگزار می‌شود. جهانگیری با اشاره به برگزاری پنج دوره این نمایشگاه، خاطر‌نشان کرد: این نمایشگاه از ۲۰ تا ۲۴ آبان ماه در سه بخش ایده‌های فناوری، توسعه و تجاری‌سازی فناوری و فروش محصولات و خدمات برگزار شده است.

دریچه

۴ دلیل عمومی شکست استارت‌آپ‌ها

تعداد بسیار کمی از استارت‌آپ‌ها موفق می‌شوند از شرایط سخت عبور کنند و به موفقیت برسند چه اشتباه‌هایی باعث شکست آنها می‌شود و راه‌حل چیست؟

تحقیقات نشان می‌دهد تنها حدود ۲۰درصد از کسب‌وکارهای نوپا یک سال بعد از زمان راه‌اندازی دوام می‌آورند و بیش از نیمی از آنها به دلیل کمبود بودجه و نرسیدن به سوددهی نمی‌توانند به فعالیت‌های خود ادامه دهند. مطمئناً همه بنیان‌گذاران دوست دارند کسب‌وکار پایداری داشته باشند و این موضوع تنها با جذب مشتری، فروش و سود زیاد امکان‌پذیر می‌شود. یک کسب‌وکار باید در طول زمان توسعه یابد و در مراحل زیادی عبور کند تا رشد بکوتخت داشته باشد، اما تعداد کمی از صاحبان کسب‌وکار قادر به انجام چنین کاری هستند. دلایل زیادی باعث به وجود آمدن چنین مشکلاتی می‌شوند. ما در این مقاله به نقل از زومیت به بررسی چهار اشتباه عمومی می‌پردازیم که منجر به شکست استارت‌آپ می‌شوند.

۱- پایین آوردن ارزش کسب‌وکار

بسیاری از کارآفرینان هنگام صحبت کردن با مشتری‌ها، ارزش‌های خود را پایین می‌آورند، مخصوصاً زمانی‌که کسب‌وکارشان در مرحله استارت‌آپ قرار دارد. گاهی اوقات نرسیدن به سوددهی باعث قبول کردن هر نوع قراردادی می‌شود و این موضوع چیزی جز چشم‌پوشی به همراه نخواهد داشت. بسیاری از شرکت‌ها موقعیت‌ها و قراردادهای بسیاری خوبی را رد می‌کنند تا از مسیر اصلی منحرف نشوند. زمانی‌که شما استانداردهای کسب‌وکار خود را پایین نمی‌آورید، در واقع در حال جذب فرصت‌ها هستید، اما زمانی‌که احساس درماتندگی می‌کنید، مشتری‌های نیز این موضوع را متوجه می‌شوند و در نهایت مجبور می‌شوید به شرایطی پایین‌تر از حد تصوراتان قانع شوید.

۲- استفاده از نام نامناسب
نام کسب‌وکار، نخستین چیزی است که به مشتری‌ها، شرکا و سرمایه‌گذاران شناخت ضمنی از کسب‌وکارتان می‌دهد. نام شرکت شما دارای مفاهیم بارآزایی است و بنابراین باید با دقت انتخاب شود. نام شرکت، نماینده شما است و باید در ذهن‌ها ماندگار باشد. همچنین فراموش نکنید که کسب‌وکار شما به وب‌سایت و اپلیکیشن نیاز دارد. پس، از نام مناسب برای تبلیغ و معرفی خود، برند خود استفاده کنید. انتخاب نام مناسب برای کسب‌وکار چالش بزرگی است. ابزارهایی مانند Namobot به شما کمک می‌کنند که یک نام مناسب، خاص و پشت پر بگذاریم و دوباره به مسیر اصلی بازگردیم.» منبع
ENTREPRENEUR

نخستین استارت‌آپی که از ایران به آمریکای شمالی صادر شد

یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی رسانه‌های دیجیتال از ۲۰ آبان در تهران آغاز به کار کرد. شرکت «آسان بار» در قسمت استارت‌آپ‌ها حضور دارد و برای نخستین بار نسخه صادراتی خود را به نام فریت گرام رونمایی کرده است.

محمد حسینی، مدیرعامل شرکت توسعه فعالیت راه‌آه بار، در این خصوص گفت: شرکت فراک راه‌آه بار باخورد خوبی که از مشتریان آسان بار طی مدت زمان کوتاهی دریافت کرده و باورسی‌های فراوانی که در آمریکای شمالی انجام شده است، تصمیم به صادرات این محصول به این منطقه گرفته و این اتفاق برای نخستین بار است که در ایران رخ می‌دهد.

استارت‌آپ‌هایی که در ایران فعال هستند معمولاً از کانسبت‌های تک‌سازی و تقلیدی هستند، به‌خصوصی استفاده می‌کنند. ایده «آسان بار» به پیشرده و نو است که در این کشورها به‌طور عملیاتی نشده و این اتفاق برای نخستین بار به نام freightgram منطبق بر این کشور است. شرکت توسعه فعالیت راه‌آه بار در گفت‌در این باره‌باید محیط فراهم‌شود باید گفت هم‌اکنون مشکل اشتغال، محیط و اکوسیستم کسب‌وکار است.

به باور حسینی، مدیرعامل شرکت Wilding Wallbeds از گذشت مدتی برای توسعه کسب‌وکارشان احتیاج به فضای تولیدی داشتیم. بنابراین فضای حدود ۲۷۰۰ مترمربع تهیه کردیم. متأسفانه بعد از نقل مکان به فضای جدید متوجه شدیم که این محیط برای ما بسیار کوچک است. بنابراین مجبور شدیم ۹ ماه ساختوساز را در محیط کار جدیدمان تحمل کنیم تا بتوانیم به شرایط مطلوب برسیم. این اتفاق باعث شد در کارمان اختلال ایجاد شود و همچنین مجبور شدیم هزینه اضافهای بابت آن پرداخت کنیم. اما توانستیم این دوران را پشت سر بگذاریم و دوباره به مسیر اصلی بازگردیم.» منبع



که یک نقشه دوم برای نجات پیدا کردن از شرایط بحرانی تهیه کنید.

دنیس ویلدینگ، مدیرعامل شرکت Wilding Wallbeds می‌گوید: «ما شرکت‌مان را در حیاط پشتی منزل راه‌اندازی کردیم و بعد از گذشت مدتی برای توسعه کسب‌وکارمان احتیاج به فضای تولیدی داشتیم. بنابراین فضای حدود ۲۷۰۰ مترمربع تهیه کردیم. متأسفانه بعد از نقل مکان به فضای جدید متوجه شدیم که این محیط برای ما بسیار کوچک است. بنابراین مجبور شدیم ۹ ماه ساختوساز را در محیط کار جدیدمان تحمل کنیم تا بتوانیم به شرایط مطلوب برسیم. این اتفاق باعث شد در کارمان اختلال ایجاد شود و همچنین مجبور شدیم هزینه اضافهای بابت آن پرداخت کنیم. اما توانستیم این دوران را پشت سر بگذاریم و دوباره به مسیر اصلی بازگردیم.» منبع

معاون علمی رئیس‌جمهور خیر داد

آماده‌سازی نخستین استارت‌آپ فکتوری کشور توسط بخش خصوصی

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری از آماده‌سازی نخستین استارت‌آپ فکتوری کشور توسط بخش خصوصی در آینده نزدیک خبر داد. به گزارش ستاد خبری یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی رسانه‌های دیجیتال، سوزنا ستاری در حاشیه بازدید از این نمایشگاه اظهار داشت: ما هر ساله در نمایشگاه‌ها و اتفاقات جدیدی هستیم که در این زمینه و در پی رشد استارت‌آپ‌های فضای فضای اطراف ما از تحت تأثیر قرار داده است.

ستاری در ادامه در خصوص طرح شامد تأکید کرد: در حوزه فضای مجازی یکی از مشکلات بزرگ بحث تعداد مجوزها و محیط کسب وکار است. این طرح وارد بحث مجوزدهی شده و جنبه اسلی‌ان بسیار پایین‌است. خوشبختانه در طرح شامد بسیاری از این مسائل دیده شده که می‌تواند در بهبود فضای مجازی مؤثر واقع شود. وی با بیان اینکه این جابجانه هم‌اکنون به صورت غیرمستقیم با آنها کار می‌کنند، فراهم صورت نوی در حال رشد و گسترش است، ابراز داشت: نگرش جدیدی که در استفاده از کانکتن از بیمه‌های تک‌ساخت است. به همین دلیل بر حمل‌ونقل از طریق مذاکره مفید و ارزشمند است و باید انعطاف لازم را در این باره داشته باشیم تا خود را



برنامه‌ریزی رسانه

رسانه‌ها قلب استراتژی تبلیغات



داشته باشند به افرادی که به‌طور دائم فضای بزرگی (دو یا سه صفحه) می‌خرند، نرخ‌های پایین‌تری پیشنهاد کنند. - دستیار خانگی: اگر کسب‌وکاری می‌تواند تبلیغات‌شان را تا حد امکان مقرون‌به‌صرفه انجام بدهند، ویلیام کوهن در کتاب «کارآفرین و حلال مشکلات کسب‌وکار کوچک»، فهرستی از «احتمالات و تخفیفات خاص مذاکره» را نوشته که ممکن است برای کسب‌وکارهای کوچک مفید باشد. - تخفیف سفارش پستی: بسیاری از مجلات به کسب‌وکارهایی که از تبلیغات پستی استفاده می‌کنند، تخفیف‌های چشمگیری می‌دهند.

- پرداخت به‌ازای تماس: گاهی اوقات تلویزیون، رادیو و مجلات تنها به‌ازای تبلیغاتی که واقعاً منجر به پاسخ یا فروش شده‌اند، پول دریافت می‌کنند. - تخفیف فراوانی: برخی رسانه‌ها ممکن است به کسب‌وکارهایی که مقدار مشخصی تبلیغ از آنها می‌خرند، تخفیف بدهند.

- آماده‌باش: برخی کسب‌وکارها این حق را می‌خرند و صبر می‌کنند تا برنامه رسانه‌ای خالی شود. این کار عدم قطعیت بالایی دارد زیرا معلوم نیست چه زمانی لغو برنامه‌های دیگر یا سایر اتفاقات باعث خالی شدن برنامه می‌شود، اما این نوع خرید اغلب ۴۰ تا ۵۰ درصد ارزان‌تر است. - کمک (در صورت نیاز): در این توافق شرکت تبلیغ‌کننده پستی آنقدر تبلیغات را ادامه می‌دهد تا تبلیغ‌کننده به نقطه سر به سر برسد.

- فضاهای باقی‌مانده در تبلیغ محلی: فضای تبلیغات منطقه‌ای در مجلات اغلب فروش نمی‌روند بنابراین می‌توان آنها را از مبلغ کمتری خرید. - مبادله: برخی کسب‌وکارها می‌توانند محصولات یا خدماتی را در ازای تبلیغات ارزان‌تر پیشنهاد بدهند. - تخفیف‌های فصلی: بسیاری از رسانه‌ها هزینه تبلیغات را در زمان‌های خاصی از سال کاهش می‌دهند. - تخفیف‌های مربوط به تبلیغات گسترده: برخی مجلات شاید دوست

سایر فهرست‌های راهنما اغلب راه‌حلی ارزان و به‌صرفه است. اینها رسانه‌هایی هستند که مشتریان هنگام تصمیم‌گیری درباره خرید به آنها رجوع می‌کنند.» (کتاب اول، یلوپج یا صفحات زرد، به فهرستی از شماره‌تلفن‌های کسب‌وکارها اشاره دارد که در صفحاتی به رنگ زرد، چاپ شده‌اند).

۳ - به مقدار کافی تکرار کنید: امروزه تبلیغات و تصاویر دائماً بمباران‌مان می‌کنند. برای آنکه بتوانید به آگاهی دیگران نفوذ کنید، باید با تناوب مشخصی دیده شوید. گوردون تأکید می‌کند: «لازم است پیوسته و در مدت زمانی طولانی تبلیغ کنید تا پیام‌تان را به مقصد برسانید.»

معیار برنامه‌ریزی

زمان‌بندی تبلیغات و مدت‌زمان برپایی کمپین تبلیغاتی، دو عامل مهم در طراحی کمپینی موفق هستند. به‌طور کلی برای برنامه‌ریزی تبلیغات سه روش وجود دارد:

۱ - پیوسته: در این نوع زمان‌بندی، تبلیغات با سطحی یکسان در طول دوره (ماه یا سال و گاهی هفته) پخش می‌شود و بیشتر زمانی استفاده می‌شود که تقاضا برای محصول تقریباً ثابت است. ۲ - دوره‌ای: این نوع زمان‌بندی هنگامی استفاده می‌شود که میزان تقاضای محصول همیشه یکنواخت نیست و متفاوت است. نوع دیگری است. برای هماهنگی با این تقاضاهای غیریکنواخت، تبلیغات باید به‌صورت دوره‌ای انجام شود. توجه داشته باشید در این روش، تبلیغات همیشه انجام می‌شود فقط سطح آن در دوره‌های مختلف، متفاوت است. نوع دیگر زمان‌بندی دوره‌ای، روش پالسی است که به پالس‌ها یا جهش‌های ناگهانی در روندهای پایدار فروش وابسته است. ۳ - توده‌ای: در این نوع زمان‌بندی، تبلیغات فقط در دوره‌هایی خاص و زمانی‌که تقاضا فصلی است، انجام می‌شود.

روز شنبه در خصوص روش‌های تعیین بودجه تبلیغات توضیحاتی دادیم. پس از اینکه شرکت بودجه تبلیغات را مشخص کرد، باید تصمیم بگیرد این پول را کجا هزینه کند؛ قطعاً گزینه‌های بسیاری از جمله رسانه‌های چاپی (روزنامه‌ها، مجله‌ها و پست) رادیو، تلویزیون (آگهی‌های ۳۰ ثانیه‌ای تا ۳۰ دقیقه‌ای) و اینترنت را پیش رو دارد. ترکیب رسانه‌هایی که در نهایت برای انتقال پیام انتخاب می‌شوند، در واقع قلب استراتژی تبلیغات است. در ادامه به نقل از chetor، درخصوص برنامه‌ریزی و انتخاب رسانه خواهیم گفت.

انتخاب رسانه

مصرف‌کننده هدف، محصول یا خدمات تبلیغ‌شده و هزینه، سه عامل اصلی در تعیین ابزارهای انتقال پیام هستند. عوامل دیگر اهداف کلی کسب‌وکار، پوشش منطقه دلخواه و میزان دسترسی به گزینه‌های رسانه‌ای هستند.

کیم‌تی گوردون، مربی بازاریابی و سخنران رسانه، برای انتخاب ابزار انتقال پیام در تبلیغات، سه قانون عمومی را در مقاله‌ای به نام «انتخاب بهترین رسانه برای تبلیغ» بیان می‌کند.

۱ - به‌دردنخورها را حذف کنید: کلید انتخاب رسانه درست، انتخاب منبعی است که بیشترین مخاطب هدف و کمترین اتلاف را دارد. دسترسی به افراد زیاد زمانی مفید است که تعداد زیادی از آنها مشتریان بالقوه شما باشند. شاید بهتر باشد در روزنامه یا مجله‌ای با تیراژ کمتر تبلیغ کنید به شرط آنکه درصد بالایی از خوانندگان آن مجله یا روزنامه، جزو مشتریان هدف محصولات یا خدمات شما باشند.

۲ - مشتری‌ری را دنبال کنید: اینجا نیز هدف، پیدا کردن منابعی است که بازار هدف شما بیشترین استفاده را از آنها می‌برد؛ مخصوصاً منبعی که مخاطب در آن به دنبال محصول و خدماتی از جنس محصول و خدمات شماست. گوردون می‌گوید: «تبلیغات در صفحات زرد و

کلید

۱۰۵ ترفند بازاریابی و تبلیغات برای کسب‌وکارها (۲)

در شماره قبل به نقل از سایت بازده به ۱۰ ترفند اول اشاره کردیم. در این شماره به تعدادی دیگر از این ترفندها می‌پردازیم. ۱۱- به کسب‌وکاران شخصیت دهید (الف) از عکس‌های خود و کارمندان‌تان برای تبلیغات استفاده کنید.

(ب) نقل‌قولی از فردی که در تصویر حضور دارد صمیمیت را منتقل کرده و باعث ایجاد اعتماد دیگران به شرکت‌تان می‌شود.

(پ) وقتی در سمینارها و برنامه‌ها از تصاویر استفاده شود، پاسخ به آنها به حد چشمگیری افزایش می‌یابد.

۱۲- از ضرب‌الاجل استفاده کنید

(الف) حتماً برای تبلیغات‌تان محدودیت زمانی تعیین کنید. (ب) مراقب تاریخ‌های انقضا باشید. (پیشنهاد ویژه‌تان چه روزی به پایان می‌رسد؟)

۱۳- از نداشتن محصول تان بترسید

(الف) برای محصولاتی که امنیت، ایمنی یا سلامت شخصی را افزایش می‌دهند، ترس می‌تواند یک ابزار تقویت‌کننده مؤثر در کسب و کار باشد.

(ب) اگر الان محصول شما را نخرند، ضرر خواهند کرد. مثلاً یک تخفیف یا یک هدیه ویژه را از دست خواهند داد. ترس از دست دادن از انتظار به‌دست آوردن قوی‌تر است.

۱۴- از رسانه‌ها استفاده کنید

(الف) به انتشارات محلی، نامه‌هایی حاوی موضوعات مرتبط با کسب و کار‌تان بفرستید.

(ب) محصول یا کسب‌وکار‌تان را به رویدادهای جدیدی که در صدر اخبار هستند پیوند بزنید.

(پ) اگر نام شما و کسب و کار‌تان چاپ شده باشد احتمالاً مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

(ت) به‌عنوان متخصصی در حوزه خود شناخته خواهید شد. شما این اطلاعات را به خاطر یک وبسایت اینترنتی یا یک تبلیغ محلی یا ملی در اختیار دارید.

۱۵- تبلیغات طولانی بسازید

(الف) تبلیغاتی بخرید که ماه‌ها طول بکشد، نه فقط چند دقیقه. (نشریات زرد محلی یا آنلاین)

(ب) علائم منطقی‌تری برای خودروها یا ون‌ها بسازید. پشت اتومبیل‌تان را فراموش نکنید. علائمی را روی شیشه عقب و پشت کامیون‌ها بچسبانید. بیشتر مشتری‌ها با رانندگی کنار وسیله شما آدرس یا شماره تلفن را برنمی‌دارند. احتمال این کار پشت چراغ قرمز بیشتر است.

(پ) از پرسب‌های سی‌پی یا تیشرت‌هایی با طرح زیرکانه استفاده کنید.

(ت) اگر یک تبلیغ رنگ‌گرا قیمت را چپ می‌کند از مسئول آن بخواهید قیمت چاپخانه را نیز درج کند.

(ث) بیرون بروشور را طوری طراحی کنید که ثابت بماند و در آینده فقط داخل آن را تغییر دهید. به این ترتیب می‌توانید بروشورهای خالی را چاپ کنید و دم دست نگه دارید. سپس با تغییر پیام‌های تبلیغاتی‌تان فقط داخل آنها را چاپ کنید.

(ج) با چاپ تعداد زیادی در همان ابتدای کار، در هزینه‌های خود صرفه‌جویی خواهید کرد. بعدها نیز تنها با چاپ آنچه متناسب با تغییرات شرکت‌تان نیاز دارید، صرفه‌جویی بیشتری خواهید کرد. از بروشورهای قدیمی و از مد افتاده بپرهیز کنید.

۱۶- مواد تبلیغاتی را بررسی کنید

(الف) حتماً از مواد بسته‌بندی درجه یک برای کارت‌های تبلیغاتی، سربرگ‌ها، بروشورها و... استفاده کنید.

(ب) رقیب‌تان از چه موادی برای تبلیغات استفاده می‌کنند؟ (پ) اگر نمی‌توانید از پس هزینه بروشورهای چهار رنگ برآیید، از دو یا سه رنگ استفاده کنید. استفاده از رنگ پاسخ به آن را ۲۶ درصد افزایش می‌دهد.

(ت) اگر نمی‌توانید تبلیغات دو رنگ چاپ کنید، از اسکرین استفاده کنید.

توجه: اسکرین نام دیگری است برای سایه (تاریک‌تر) یا تهرنگ (روشن‌تر)، برای مثال یک گل‌فروش برای حاشیه‌های بروشور گل‌های قرمز و برای متن آن رنگ مشکی را انتخاب می‌کند، یعنی دو رنگ، رنگ صورتی ۵۰درصد، تهرنگ قرمز دارد، پس یک رنگ دیگر محسوب نمی‌شود. می‌توانید تعدادی گل صورتی را هم به آن اضافه کنید و هزینه اضافی اندکی برای آن بپردازید یا اصلاً هزینه‌ای برای‌تان نداشته باشد. به این ترتیب در ظاهر سه رنگ قرمز، صورتی و مشکی را دارید. با استفاده از رنگ خاکستری (ته رنگی از مشکی)، می‌توانید با هزینه یک بروشور دو رنگ، بروشوری چهار رنگ داشته باشید. گران به نظر می‌رسد درحالی‌که این طور نیست.

۱۷- یک کارت ویزیت به یاد ماندنی درست کنید

(الف) از کارت ویزیت‌تان یک بروشور کوچک بسازید. اگر به نقشه یا اطلاعات دیگر نیاز دارید از پشت کارت استفاده کنید. وقتی خودتان نیستید کارت‌تان نماینده شماست. (ب) هزار کارت ویزیت دو رنگ حدود ۳۰الی ۶۰ دلار هزینه برمی‌دارد اما ارزشش را دارد.

(پ) کارت‌های رقیب‌تان چه شکلی است؟ چه پیامی به شما منتقل می‌کنند؟

(ت) به شرکای کاری که ممکن است بتوانند کسب‌وکار‌تان را تبلیغ کنند، چندین کارت ویزیت بدهید. به هر کسی که ملاقات می‌کنید کارت بدهید و در هر نامه (و حتی صورت‌حساب‌ها) نیز کارت بگذارید.

توجه: جو گیرار، فروشنده اتومبیل معروف، عادت داشت در مسابقات فوتبال از صندلی‌های قسمت بالایی یک مشت کارت ویزیت را مانند کاغذ رنگی به هوا بیندازد تا روی سر کسانی بیفتد که روی صندلی‌های گران‌قیمت پایین نشسته بودند. پشت هر کارت برای خرید هر ماشین در دوشنبه بعدی، تخفیفی در نظر گرفته شده بود.

ادامه دارد...

کمپین

پروسی یک کمپین

سایز برای موش‌ها خیلی اهمیت دارد

بازار خرده‌فروشی غذا در سوئد دو بازیگر اصلی دارد. City Gross، یکی از این بازیگران با کمی کسری بودجه در بازار بود.

در اوایل دسامبر ۲۰۱۶، یک هنرمند بی‌نام، رستوران و اجیل‌فروشی کوچکی در مرکز شهر مالمو برای موش‌ها ساخت. بله، برای موش‌ها. این سازه زیبا یک شبه به موضوع صحبت در رسانه‌ها تبدیل شد. شهروندان مالمو که انگار به یک نگاه عاشق شده بودند، عشق این مغازه را به قلب‌ها و اکانت‌های اینستاگرام خود بردند.

به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، آژانس Starcom پیش از هر کس دیگر متوجه این فرصت بازاریابی مناسب شد و به این نتیجه رسید که می‌تواند از هیجان و سروصدایی که ایجاد شده، برای رسیدن به هدف City Gross، یعنی تبدیل شدن به برندی با ویژگی‌های انسانی و مرتبط با زندگی مردم، استفاده کند.

اخبار رستوران خیلی زود از طریق شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های سنتی مثل BBC، Huffington Post و برنامه جیمز کوردون بر سر زبان‌ها افتاد و به یکی از رستوران‌های شلوغ و پرطرفدار در سوئد تبدیل شد. مردم از طبقات اجتماعی مختلف به این رستوران می‌آمدند؛ خانواده‌ها، گروه‌های پرستاران، بازنشسته‌ها، تاجر، صاحبان کسب‌وکار و... به عبارت دیگر بخش بزرگی از جامعه هدف City Gross آنجا بودند. خیلی طول نکشید که مردم با گذاشتن ساخته‌های خود مثل کرواسان‌های کوچک، تکه‌های پنیر و حتی یک دوچرخه کوچک کنار رستوران، سعی کردند رستوران را زیباتر کنند. هیجان داشت بیشتر می‌شد!

استراتژی

استراتژی ارتباطی اصلی City Gross، اقدام سریع بود. برند باید به مخاطبان نشان می‌داد که محیط و مردم برایش اهمیت دارد. این مسئله اغلب از طریق محتوای منتشرشده در رسانه‌های خریداری‌شده و رسانه‌های تحت مالکیت خود برند صورت می‌گیرد، اما همیشه این آرزو وجود دارد که برند بتواند از طریق رسانه‌هایی که از آن خود می‌کند نیز خودنمایی کند.

آژانس متوجه شد که تمام عکس‌هایی که افراد با سازه می‌گیرند، از زاویه پایین است و بین عکاس و سازه جای خالی برای City Gross وجود داشت تا بتواند کمپین کریسمس خود را آغاز کند. Starcom همچنین براساس فیلم کارتون راتونوی می‌دانست که جوندگان از غذا و پنیر خوب لذت می‌برند. ایده اصلی از همین‌جا متولد شد؛ موشی که غذاش را در رستوران کوچک می‌خورد و آجیل را در این فروشگاه می‌خرد، اما نمی‌داند که پنیر خوب برای کریسمس را باید از کجا تهیه کند!

نیاید وقت تلف می‌کردند؛ خیلی زود باید فضای رسانه‌ای مناسب را برای مشتری (City Gross) ایجاد می‌کردند. مشتری باید در تمام تصاویری که رسانه‌های انبوه از رستوران منتشر می‌کردند و مردم در شبکه‌های اجتماعی‌شان به اشتراک می‌گذاشتند، حضور پیدا می‌کرد. تصاویر کمپین باید مقابل چشمان مردم زیادی (از جمله موش) قرار می‌گرفت. قرار بود مردم بتوانند City Gross را به‌عنوان یک فروشنده مواد غذایی بشناسند که به حس خوشحالی و محبت بین مردم اهمیت می‌دهد. Starcom می‌خواست تبلیغات محیطی را به این کمپین اضافه کند، بنابراین کوچک‌ترین کمپین محیطی تاریخ شکل گرفت.

اجرا

آژانس با انجام کمی اصلاحات، از آگهی‌های کریسمس موجود City Gross استفاده کرد تا پیام آن برای موش مناسب باشد؛ «قیمت‌های خیلی خیلی کوچکی برای پنیر». همچنین از کاغذ معمولی نوشته‌ای برای یک تابلوی کوچک تهیه و لمینت کرد و آن را با چسب به مقوا چسباند. پایه این تابلو از آهنربای یخچال ساخته شده بود. این تابلو/بیلبورد خیلی کوچک در پیاده‌روی رستوران موش گذاشته شد؛ به شکلی که در تمام عکس‌هایی که مردم مقابل رستوران می‌گرفتند، دیده شود.

نتیجه

تابلوی کوچک City Gross خیلی زود دیده شد و مردم شهر دربار‌اش حرف زدند و در وبسایت‌های خبری از آن نوشته شد. مقاله‌های زیادی در مورد این تابلو در نشریات آنلاین و آفلاین نوشته شد. دو سلبریتی بسیار مشهور سوئدی هم در یکی از برنامه‌های پر مخاطب سوئد در این مورد سخن گفتند.

مهم‌تر از همه اینکه بازدیدکنندگان این سازه، به عکس گرفتن ادامه دادند و عکس‌های خود را در شبکه‌های اجتماعی‌شان به اشتراک گذاشتند و این تابلو بارها و بارها دیده شد.

به این ترتیب کنسار تمام عدد و رقم‌های به دست آمده توسط برند، City Gross در یکی از زمان‌های تاریک و پراسرتس توانست لیخنه به لب‌های مردم بنشانند و تمام این کارها را با نصب یک تابلوی کوچک برای موش‌ها انجام داده بود.

مترجم: نازنین کی‌نژاد

ADS

BLACK JACK.
REVEAL YOUR DARK SIDE.
LIMITED EDITION - 250 MODELS ONLY.

بازاریابی مقاله‌ای

بازاریابی مقاله‌ای می‌تواند به‌سادگی به‌عنوان نوشتن مقالات کوتاه برای برخی از کسب‌وکارهای آنلاین با هدف بازاریابی آنها تعریف شود. دلیل اصلی نوشتن مقالات، ارائه نوعی بازاریابی برای صاحبان وبسایت است. هنگامی که مقالات در وبسایت‌های دیگر قرار می‌گیرند، می‌توان دریافت که افرادی وجود دارند که اطلاعاتی در رابطه با محصولات سایت‌های شخصی کسب می‌کنند. این اطلاعات به‌طور معمول با یک لینک در وبسایت مالک گنجانیده شده است. به این ترتیب، کسی که به وبسایت نظر می‌افکند، قادر به دریافت اطلاعات بیشتر از محصولات توسط لینک ارائه‌شده خواهد بود. تا زمانی که مقالات خوبی نوشته شوند، آنها امکان افزایش ترافیک وبسایت مالک را فراهم می‌کنند.

به گزارش هورموند، دو نوع اصلی از بازاریابی مقاله‌ای وجود دارد؛ یکی بازاریابی مقاله‌ای سنتی و دیگری آنلاین.

بازاریابی مقاله‌ای سنتی

بازاریابی مقاله‌ای سنتی، استفاده از مجلات، روزنامه‌ها و هر رسانه چاپی دیگری برای تبلیغ مقاله است. این روش برای مدت‌زمان طولانی در جریان بوده است. در مفهوم کلی، بازاریابی مقاله‌ای سنتی، هنوز هم متداول است و نتایجی برای کسب‌وکار آفلاین تولید می‌کند. روندی که بازاریابی مقاله‌ای سنتی دنبال می‌کند، بسیار ساده است. آنچه اتفاق می‌افتد آن است که صاحب تجارت به محل تجارت یک رسانه چاپی به انتخاب خود خواهد رفت. آنها می‌توانند انتخاب کنند که از روزنامه، مجله یا حتی بروشور استفاده کنند. هنگامی که آنها رسانه چاپی را انتخاب کرده‌اند، گام بعدی، مذاکره در مورد عبارات مقاله‌ای که چاپ خواهد شد، خواهد بود. در اغلب موارد، شرکت، مقاله‌ای با مشخصات خاص که توسط رسانه چاپی انتخاب شده است، خواهد نوشت. هنگامی که مقالات نوشته شدند، شرکت رسانه چاپی، مقاله را چاپ و منتشر خواهد کرد. مزایای چنین سرمایه‌گذاری‌ای متقابل است. رسانه چاپی، محتوا را برای محصولات آنها دریافت خواهد کرد و شرکت، تبلیغات برای کالاها یا خدمات آنها را دریافت خواهد کرد.

بازاریابی مقاله‌ای اینترنتی

بازاریابی مقاله‌ای اینترنتی، استراتژی بازاریابی اینترنتی است که برای سوق دادن به ساینی که از این استراتژی استفاده می‌کند، کاربرد دارد. فکر اصلی پشت این ایده، آن است که خدمات و محصولات شرکت در اینترنت آگهی شود. این کار به‌طور معمول با استفاده از دایرکتوری‌های مقاله آنلاین انجام می‌شود. دایرکتوری‌های بازاریابی آنلاین به‌طور غیرمستقیم به بازاریابان مقاله‌ای سود خواهد رساند. دلیل اصلی این است که بسیاری از این دایرکتوری‌ها، حجم بالایی از ترافیک را خواهند داشت. در عین حال، موتورهای جست‌وجو به‌طور معمول آنها را به‌عنوان پیشرو در اطلاعات مد نظر می‌گیرند و در نتیجه آنها را مقدم بر همه وبسایت‌های دیگر قرار می‌دهند.

این مسئله این امکان را به مقالات داده است تا ترافیک رایگان از این وبسایت‌ها دریافت کنند. هنگامی که موتور جست‌وجو در تماس با دایرکتوری است، نتیجه نهایی، ارسال رتبه صفحه به نویسنده وبسایت است. علاوه بر این، ترافیک دریافت‌شده از خوانندگان نیز ارسال می‌شود. با در نظر داشتن این نکته، بازاریابان اینترنتی سعی در به حداکثر رساندن ترافیک خود با ارسال همان مقاله به بسیاری از دایرکتوری‌ها خواهند کرد. این کار، اثر تولید محتوای یکسان را هنگام جست‌وجوی موتورهای جست‌وجو برای محتوا خواهد داشت.

برای جلوگیری از این وضعیت، موتورهای جست‌وجو دارای فیلتری هستند که تضمین می‌کند محتوای مشابه تکرار نشده است. در حال حاضر، برخی از بازاریابان اینترنتی، راهی برای تغییر این مقالات به‌منظور ارسال آنها به بسیاری از دایرکتوری‌های مقاله کشف کرده‌اند. این تغییر به‌طور معمول به‌عنوان چرخش مقاله نامیده می‌شود. هنگام تغییر یک مقاله، از مترادف کلمات برای تغییر کلمات اما حفظ معنا استفاده می‌شود. این روش تضمین می‌کند که یک مقاله از لحاظ نظری می‌تواند هنگام ارسال، از چند دایرکتوری ترافیک به دست آورد.

ساختار متداول مقاله

ساختار مقاله برای تولید موفق ترافیک مورد نیاز مهم است. هنگامی که شخصی چیزی را در اینترنت منتشر می‌کند، رایج‌ترین روش برای تولید ترافیک، حصول اطمینان از استفاده از یک عنوان جالب و جذاب است. متن مقاله باید به‌طور متوسط ۸۰۰-۵۰۰ کلمه باشد. دلیل استفاده از بازاریابی مقاله‌ای، به‌طور عمده، ایجاد ترافیک برای صاحب وبسایت است. این بدان معنی است که مقاله باید شامل کلمات کلیدی باشد که با ضوابط جست‌وجوی کاربران اینترنتی مطابقت داشته باشد. به‌محض انجام این کار، شما از گرفتن ترافیک از مقالات مطمئن می‌شوید.

۷ اقدام در راستای ارتقای سطح مشتری‌مداری



مثال می‌توانید از مشتری در راستای فروش محصولات خود استفاده کنید. این امر بدون تردید توجیه اقتصادی‌تری به نسبت ایجاد کارمندان را با مشکل مواجه خواهد ساخت، بلکه زمان زیادی را نیز از شما خواهد گرفت. به همین خاطر لازم است اعتماد خود را در سطح مطلوبی نگه داشته و صرفاً وظایف را بدون تردید مورد رضایت مشتری نیز بوده باعث افزایش رضایت از برند شما خواهد شد. در واقع با این اقدام شما با یک تیر به دو هدف دست پیدا خواهید کرد. همچنین در صورتی که نمی‌توانید به شکلی مطلوب اصول مشتری‌مداری را اجرایی کنید، بهتر است از یک تیم شریف‌نات در این رابطه کمک گرفته تا اقدامات شما شکلی حرفه‌ای به خود گیرد.

۴- محور اقدامات خود را مشتری‌مداری قرار دهید
توجه به این نکته ضروری است که مشتری‌مداری را رشد شرکت خواهد بود. به همین خاطر در تمامی تصمیمات توجه به آنها نیز ضروری است. با این حال بسیاری از شرکت‌ها خود را درگیر آمارها کرده و در تصمیمات خود توجه چندانی به مخاطبان خود نداشته و بر این باور هستند که مشتری خود را با شرایط بازار وفق خواهد داد. این امر تنها زمانی می‌تواند درست باشد که با بازاری تک‌قطبی مواجه باشید که خود شما در رأس آن قرار دارید. با این حال در فضای کسب‌وکار حال حاضر که به‌شدت رقابتی شده است، تصمیمات شما باید مشتری‌مدار باشد. در این راستا شناخت کامل و جامع مشتری از اهمیت بالایی برخوردار بوده و باید همواره مکتوب شوند. در آخر توجه داشته باشید که آمارهای شما باید همواره به‌روزرسانی شده تا بتوانید تغییرات را به خوبی درک کنید. همچنین پرسش از خود مشتری نیز می‌تواند به تکمیل اطلاعات شما کمک بسیار کند.

۵- همه افراد را درگیر کنید
امروزه بازار بیش از هر زمان دیگر تشنه خلاقیت است و تحت این شرایط تنها برندهایی قادر به رشد خواهند بود که به امر توجه ویژه داشته باشند. یکی از مواردی که نیاز است در رابطه با آن به شیوه‌ای خلاقانه عمل کنید، نوع استفاده از مشتری است. در واقع نیاز شما به مشتری صرفاً در راستای فروش محصول اگرچه سودآور خواهد بود، با این حال تحت شرایطی کافی نیست. در این راستا لازم است برخی از اقدامات خود را برعهده آنها قرار دهید. برای

داشته باشید در صورتی که در اندیشه انجام کارهای بزرگ هستید، در معرض نمایش قرار دادن آن به نوعی قدرتمندی محسوب شده و می‌تواند شما را در جایگاه بالاتری نسبت به سایر رقبای قرار دهد. همچنین این امر که شما با مشتریانی خود صادق هستید و آنها را از اقدامات آتی خود باخبر می‌سازید، باعث به وجود آمدن حساسی خوب و دوستانه در آنها خواهد شد و تمایل به کمک به شما در مسیر رسیدن به هر یک از اهداف را در آنها تقویت خواهد کرد. در این رابطه می‌توانید خلاقیت‌های جذابی نیز داشته باشید. برای مثال می‌توانید روی یک بنر بزرگ اهداف را مشخص کرده و آن را داخل فروشگاه‌های خود نصب کنید و زیر آن صندوقی قرار دهید تا افراد پیشنهاداتی یا حتی انتقادات خود را نسبت به موارد معرفی‌شده، مطرح کنند. این امر که مشتری را چیزی فراتر از خریدار محصول بدانید، پیوندی قوی میان شما و جامعه هدف ایجاد خواهد کرد که خود گامی مهم در راستای تبدیل آنها به مشتری دائم شما خواهد بود.

۳- به کارمندان خود فضا برای رشد اختصاص دهید
به همان میزان که نحوه رفتار شما با مشتریان بیانگر سطح شرکت شما خواهد بود، به همان میزان نوع تعامل با کارمندان نیز تعیین‌کننده است. با این حال در این رابطه نباید اقداماتی مشابه را صورت دهید. در ابتدا به این سوال پاسخ دهید که کارمندان خود دقیقاً چه می‌خواهند. بنس بر آمارهای منتشرشده بیشتر کارمندان اولویت خود را امکان رشد و ترقی می‌دانند. این امر که تا پایان کار خود تنها در جایگاه فعلی باشید، بدون تردید آزاردهنده خواهد بود و از انگیزه فعالیت آنها خواهد کاست.

در همین راستا لازم است برای همه کارمندان مسیری روشن را در راستای پیشرفت و ترقی ترسیم کنید. تحت این شرایط دیگر نیازی به اعمال فشار برای به‌سود راندن کاری نخواهد بود و هر فرد تمام تلاش خود را برای رسیدن به جایگاه بالاتر، خواهد کرد. با این حال اختصاصی فضا به کارمندان صرفاً در رابطه با ارتقای موقعیت شغلی نبوده و دخالت‌های بیجا را نیز شامل

مترجم: امیر آل علی

مشتری‌مداری یکی از چالش‌های همیشگی شرکت‌هاست. هزاران مقاله برای حفظ و نگهداری مشتریان نگارش شده است. در این مطلب قصد داریم به هفت اقدام موثر در این خصوص اشاره کنیم.

۱- ادبیات خود را تغییر دهید
تا به حال به این نکته توجه کرده‌اید که چگونه با مشتریان خود صحبت می‌کنید؟ بدون تردید نوع رفتار شما با افراد، بیانگر شخصیت برند شما خواهد بود و این امر را نمی‌توان به وسیله تبلیغات و صرف هزینه‌های کلان به باور قلبی مخاطب تبدیل کرد. در همین راستا بسیاری از مدیران به علت عدم آگاهی نسبت به این امر باعث می‌شوند کارمندان به هر طریقی که تصور می‌کنند با مخاطبان خود به‌گفت‌وگو بپردازند. همین امر باعث از دست رفتن مشتریان شما خواهد شد. بدون تردید نباید کوچک‌ترین تفاوتی میان نمایندگی‌های فروش شما وجود داشته باشد و در این رابطه نوع ادبیات نیز تعیین‌کننده خواهد بود. به همین خاطر توصیه می‌شود دوره‌های آموزشی برای تمامی کارکنان خود تعیین کنید تا هر یک به شکلی یکسان عمل کنند. با این حال صرفاً یکسان بودن نحوه مکالمه کافی نبوده و لازم است ادبیات افراد نیز سازماندهی شود. با این حال در رابطه با کشورهای خارجی به چه شکل باید اقدام کرد؟

پاسخ بسیار ساده است. شرکت شما در هر نقطه از جهان باید به یک شکل شناخته شود. در واقع در صورتی که بخواهید در کشوری دیگر طبق اصول رایج در مکالمه‌ها جلو بروید، صرفاً وقت و هزینه خود را به علت انجام کاری تکراری هدر خواهید داد. به همین خاطر لازم است همواره اصول ثابتی در این رابطه داشته باشید و تیم‌نگاهی نیز به فرهنگ کشور مقصد خود داشته باشید تا اقدامات ضد آن صورت نگیرد.

۲- اهدافی بزرگ در سر داشته باشید و آن را در معرض نمایش قرار دهید
اگرچه بسیاری از افراد عقیده دارند که اقدامات شما تا قبل از اجرایی‌شدن باید مخفی نگه داشته شوند. با این حال توجه

بازاریابی نوین

مراحل افزودن محتوای ویدئویی به استراتژی بازاریابی

ویدئو ابزار قدرتمندی در بازاریابی محتوا محسوب می‌شود، ولی تولید ویدئوی مناسبی که با مخاطبان به‌خوبی ارتباط برقرار کند، به کمی تخصص نیاز دارد. به گزارش زومیت، محتوای ویدئویی محبوبیت خود را از آنجا به دست آورد که درآمدزایی بالا و هزینه تولیدی کمی داشت. همچنان که روندهای فناوری رو به گسترش هستند، هزینه تولید ویدئو نیز پایین‌تر می‌آید. نکته مهم این است که ساخت ویدئوی موفق، بیش از آنکه مستلزم تخصیص بودجه باشد، به استراتژی خوب بازاریابی نیاز دارد.

پیش از تولید ویدئو، خوب فکر کنید
درست مثل همه محصولات تجاری دیگر که باید مرحله تست و آزمایش اولیه را بگذرانند، استراتژی شما هم نباید بدون بررسی و تحلیل دقیق، ویدئو را اولویت اول سرمایه‌گذاری‌های بازاریابی قرار دهد. هرچند موتورهای جست‌وجو و رسانه‌های اجتماعی بیش از هر زمان دیگری مردم را به سمت ویدئو سوق می‌دهند و به خرید پلتفرم‌های مخصوص تشویق می‌کنند، ولی یک رویکرد متفکرانه، هرگز سریع و نامطمئن پیش نمی‌رود.

محتوای شما تنها در صورتی تأثیرات گسترده‌ای خواهد داشت که به‌خوبی طراحی شده باشد، با قوانین دنیای تجارت سازگاری داشته باشد و پیام پرمفهومی را ارسال کند. سعی کنید در گروه شرکت‌های قرار نگیرید که با ویدئوهای نازل و بی‌کیفیت فراوان، این بازار را پر از محتوای کرده‌اند. بنه چهار مرحله‌ای که در ادامه مطلب ذکر می‌کنیم توجه کنید و این نکات را در استراتژی بازاریابی خود لحاظ کنید.

استراتژی بازاریابی خود را به‌روز کنید
هر زمان که بخواهید یکی از عناصر استراتژی بازاریابی محتوا را اضافه یا حذف کنید، باید این تغییر را مستند کنید. این کار به شما کمک می‌کند پیش از اینکه به تولید محتوا دست بزنید، جایگاه خود را درک کنید. به‌علاوه باعث می‌شود متوجه شوید چه نوع محتوای خاص، شما را به موفقیت می‌رساند.

هنگامی که ویدئو را به اسناد بازاریابی اضافه می‌کنید، دلیل تصمیم خود را برای اختصاص منابع بیشتر به ویدئو توضیح دهید. چه عاملی شما را به سمت این تصمیم سوق داده است؟ از این استراتژی چه هدفی را دنبال می‌کنید؟ برنامه دقیق شما چیست؟

همچنین از با جزئیات بنویسید. اهداف، پارامترها، نتایج مورد انتظار از آزمایش‌ها، مخاطبان، استراتژی توزیع و... این کار را حتماً پیش از شروع ضبط ویدئو انجام دهید. به این ترتیب راحت‌تر با چالش‌های غیرمنتظره روبه‌رو می‌شوید.

مخاطبان خود را بشناسید و شرایط آنها را در نظر بگیرید

آیا مخاطبان هدف از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؟ معمولاً چه پلتفرمی بیشتر استفاده می‌کنند؟ به‌جز ویدئو، با چه محتوایی بهتر ارتباط برقرار می‌کنند؟ محتوای پیشین خود را بررسی کنید. چه آنها که موفقیت‌آمیز بوده‌اند و چه مواردی که شکست خورده‌اند. با ارزیابی رفتار مخاطبان، می‌توانید اطمینان حاصل کنید که ویدئوهای شما توسط افرادی که در دایره هدف‌تان قرار دارند، دیده می‌شوند.

با قدم‌های کوچک شروع کنید
هرگز در یک روز، تعداد زیادی ویدئو پشت سرهم پست نکنید؛ در عوض، فیلم‌ها را به محتوای نوشتاری موجود (مثل پست‌هایی که کارایی بالایی داشته‌اند یا صفحات خدمات و پشتیبانی وبسایت‌تان) اضافه کنید. صفحات فعلی سایت را ارتقا دهید و با مقایسه عملکرد حال و گذشته، دید بهتری نسبت به تغییرات جدید به دست آورید.

فیلم‌های اولیه را کوتاه نگه دارید؛ مثلاً در حد ۱۵ تا ۳۰ ثانیه برای شبکه‌های اجتماعی. ممکن است اوایل کار اصلاً نیازی به فیلم‌برداری نداشته باشید و بتوانید با استفاده از عکس‌ها و تصاویر (و گاهی چند جمله متنی) یک ویدئوی ساده تولید کنید. ممکن است مخاطبان شما از یک اسلایدشو لذت ببرند، ولی برای موفقیت استراتژی بازاریابی، نیازی نیست با اسپیلیت‌گ قرارداد ببندید!

تست، تست و تست
فرض کنیم شما از ویدئوهای کوتاه شروع کرده و حالا چندین ویدئوی باکیفیت تولید کرده‌اید که مورد علاقه مخاطبان قرار گرفته‌اند. تریک می‌گوییم، ولی هنوز کار به پایان نرسیده است. فقط به این دلیل که برخی از ویدئوهای شما با استقبال مشتریان مواجه شده‌اند به این معنی نیست که همیشه همه فیلم‌های‌تان کارآمد خواهند بود. به‌جای تکیه بر موفقیت‌های موقت و نامطمئن، به‌طور مداوم رویکرد خود را ارزیابی و در صورت لزوم کارتان را اصلاح کنید. عملکردتان را بررسی کنید، روی محتوای جدیدتان تست A/B انجام دهید و هر زمان که فاکتورهای مورد آزمایش به شما اشاره می‌کنند، تغییرات لازم را اعمال کنید. طریحی را که در مرحله اول نوشته بودید به یاد دارید؟ با به‌روزرسانی این طرح، تأیید لاین موفقیت محتوای ویدئویی خود را مشاهده می‌کنید. اگر ویدئوهای شما موفق به نظر می‌رسند ولی هنوز نتوانسته‌اید به اهداف اصلی دست پیدا کنید، داده‌ها را چک کنید و در صورت لزوم، روش کارتان را عوض کنید. محتوای ویدئویی می‌تواند ابزار قدرتمندی برای بازاریابی شما باشد، ولی مثل همه ابزارهای موثر، به تخصص نیاز دارد. شما با پیروی از این مراحل ساده، می‌توانید درآمد بازاریابی‌تان را در این بخش به حداکثر برسانید.



کارآفرینی



مهارت‌های ویژه کارآفرینان موفق

اگر می‌خواهید کارآفرین باشید، احتمالاً این سوال برای‌تان به وجود آمده است: چه مهارت‌هایی باعث شده کارآفرینان بزرگ از دیگران مجزا باشند؟

به گزارش زومیت، یکی از سوال‌های پرطرفداری که اخیراً در وب‌سایت کورا منتشر شده مربوط به مهارت‌های کارآفرینی است و این مضمون را دارد: مهم‌ترین مهارت‌هایی که باید به‌عنوان یک کارآفرین داشته باشید، چیست؟ ماریو پشوف، مدیر عامل شرکت Devrix و SME Digital Consultant، پاسخ این سوال را در کورا می‌دهد:

۱- کنجکاو

کارآفرینان بزرگ وظیفه دارند مشکلات جدید را کشف کنند، فرصت‌های پنهان را شناسایی کنند، فرآیند کسب‌وکار خود را بهبود ببخشند و نوآوری داشته باشند. مشخصاً تحقق این مقاصد بسته به شور و اشتیاق کارآفرینان برای مطالعه و تحقیق در زمینه‌های مختلف و رغبت آنها برای آزمون کسب‌وکارهای سخت است.

۲- مدیریت زمان

برنامه‌ریزی دقیق و اولویت‌بندی شده، تعیین مراحل اصلی و مهم کار، اجرا کردن و استمرار در کارها، همه مهم هستند؛ اما هیچ یک از اینها بدون مدیریت صحیح پروژه و الگوی تخصیص زمان، عملی نخواهند شد.

۳- تفکر استراتژیک

کارآفرینان موفق می‌دانند چگونه یک مشکل را موشکافی کنند تا به سرمنشأ آن دست پیدا کنند. آنها از این طریق فرصت‌های رشد و ترقی از دل مشکلات بیرون می‌کشند، راه‌حل‌های خلاقانه کشف می‌کنند و آسان‌ترین و نزدیک‌ترین مسیر برای نیل به آن را پیدا می‌کنند. آنها همچنین طرحی نهایی برای تولید یک محصول رضایت‌بخش و همچنین آزمون آن، در مدت‌زمان و بودجه محدود ایجاد می‌کنند.

۴- کارایی

برای حل یک مشکل نیاز به کارایی بالایی خواهید داشت. قانون ۲۰-۸۰ (معروف به اصل پارتو که می‌گوید ۸۰ درصد وقایع تنها ناشی از ۲۰ درصد علل هستند. این قانون در کسب‌وکار نیز صادق است. برای مثال ۸۰ درصد خریدها تنها توسط ۲۰ درصد از مشتریان انجام می‌شود) و سایر قوانینی که کمک می‌کنند در زمان کمتری نتایج بهتری به دست بیاورید باید مورد استفاده قرار بگیرند. جابه‌جایی بین کارهای مختلف و تکراری روزانه، برای افزایش کارایی موثر و مفید خواهد بود.

۵- انعطاف‌پذیری

رسیدگی به درخواست‌ها، استرس، فرسودگی ناشی از کار، عدم تمرکز و کند شدن پیشروی، مواردی هستند که از همان ابتدای کار، به انعطاف‌پذیری و جنگندگی شما در قبال مشکلات بستگی دارند.

۶- روابط عمومی

ارتباط موثر برای تعامل با مشتریان، شرکا و همکاران برای بهبود چشم‌انداز کسب‌وکار بسیار حائز اهمیت است. همچنین روابط عمومی بالا می‌تواند بسیاری از مشکلات احتمالی بین شما و مشتریان‌تان را برطرف کند.

۷- شبکه‌سازی

گسترش شبکه کسب‌وکار فرصت‌های زیادی در دسترس کسب‌وکارها قرار داده است. از این جمله می‌توان به آسان شدن معاملات، پیدا کردن کارفرما و کارمند اشاره کرد. همچنین اینترنت افق‌های روابط عمومی را گسترش داده است و کمک می‌کند پیام‌های درست در همه حوزه‌ها به‌آسانی مخابره شود.

۸- امور مالی

مدیریت مالی می‌تواند منجر به تقویت یا از هم‌پاشی یک کسب‌وکار شود. مدیریت درست منابع و ارزیابی دقیق سرمایه‌گذاری و محاسبه ROI (نرخ بازگشت سرمایه)، لازمه هرگونه کارآفرینی است.

۹- برند سازی

ساخت یک برند مناسب و درخور مخاطبان کسب‌وکار‌تان، از اهمیت بالایی برخوردار است.

۱۰- فروش

راحت انجام پذیرفتن کارها و خلق فرصت‌های جدید برای کسب‌وکار‌تان در گرو پیدا کردن کانال‌های فروش خوبی است که تبدیل‌پذیری بیشتری دارند و سرمایه توسط آنها با سرعت بیشتری رشد پیدا می‌کند. این مزایای کانال‌های فروش باعث خلق فرصت‌های جدیدی در کسب‌وکار‌تان می‌شود.

منبع: INC

چگونه شرکت را کنترل کنیم؟



پیمان احمدی

DBA باگرایش برنامه‌ریزی استراتژیک

این جمله‌ای است که بسیاری از مدیران در موقع رویارویی با مسائل و مشکلات به‌وجود آمده از درون یا برون شرکت از خود می‌پرسند تا بتوانند با ایجاد استراتژی‌های بازدارنده و کنترلی از به‌وجود آمدن بحران در شرکت جلوگیری کنند. باید بدانید شرکت شما بسته به بزرگی یا کوچکی آن از بخش‌ها یا واحدهای مستقلی تشکیل شده که هر کدام وظایف و کارهای مشخص شده خودشان را انجام می‌دهند و در تعامل با دیگر بخش‌ها و واحدهای دیگر برای تبادل اطلاعات یا کامل کردن اطلاعات برای رسیدن به هدفی مشترک که همان فروش بیشتر و سودآوری در شرکت است هستند و شما مدیر شرکت به‌عنوان ناخدای این کشتی وظیفه راهنمایی و کنترل این کشتی را به عهده دارید.

شما باید کاملاً هوشیار، مدیر و مدبر باشید و تمام زوایای کار را در نظر داشته باشید تا مورد یا نکته‌ای از نظر شما بدون بررسی گذر نکند. شرکت شما از واحدهای مالی، اداری، انبار، خدمات پس از فروش، بازاریابی، فروش و... تشکیل شده است که این واحدها اجزای تشکیل‌دهنده شرکت شما هستند.

شما با نگاهی عقلانی باید تمام حرکات این واحدها را در کنترل استراتژی‌های عمومی و مدیریتی و نیز در حیطه کاری خود قرار دهید تا این پازل تکمیل شود. همه مدیران نگاه متفاوتی به واحد مالی و حسابداری شرکت خود دارند بدین جهت که تمام تراکنش‌های مالی ورودی و خروجی از این واحد گذر می‌کند و کنترل این واحد از حساسیت خاصی برخوردار است.

حال سوال اینجاست که چگونه به صورت حرفه‌ای این واحد را کنترل کنیم، حتی اگر تحصیلات مالی نیست یا از حرفه مالی زیاد

پیشنهاد کسب‌وکار



فروشگاه اینترنتی - شما می‌توانید در این فروشگاه هر نوع جنسی را بفروشید، از تی‌شرت گرفته تا زبورآلات و کفش. اگر محصولی دارید که می‌خواهید آن را بفروشید، همیشه فردی در اینترنت یافت می‌شود که تمایل به خرید آن را داشته باشد.

معلومات ندارم تا این کنترل، کنترلی حرفه‌ای باشد تا کارکنان واحد مالی به شما به‌عنوان یک مدیر توانا، دقیق و عالم به امور نگاه کنند، پس همراه باهم تعدادی از موارد کنترلی و نظارت بر واحد مالی شرکت‌ها را بررسی می‌کنیم. شما به‌عنوان مدیر شرکت باید نظارت بر فعالیت‌های حسابداری شرکت و روش‌ها و خط‌مشی‌ها و برنامه‌های مربوط به فعالیت‌های حسابداری مالی، حسابداری اعتبارات اسنادی و حسابداری کالای امانی داشته باشید. بررسی آیین‌نامه‌ها و سیستم‌های مالی شرکت و ارائه راهکارهای مناسب به منظور حصول بیشترین منافع برای شرکت- نظارت بر دفاتر قانونی شرکت (دفاتر روزنامه و کل) باید گرفتن دفاتر سال آینده توسط کارکنان واحد مالی در زمان مناسب انجام گیرد تا در پایان سال دچار سردرگمی و کمبود زمان برای گرفتن دفاتر قانونی نشوید و همچنین نظارت بر نوشتن دفاتر قانونی تا به مشکلی از لحاظ مالیاتی برخورد نکنید- کنترل موجودی‌های نقدی و غیرنقدی (وجوه نقد، بستانکاری‌ها، بدهکاری‌ها، وجوه سررسیدشده و...) نظارت بر بسته شدن حساب‌ها در پایان سال مالی که قبلاً تعیین و تصویب شده است و نیز آمادگی شرکت برای هرگونه ممیزی سالانه یا دوره‌ای - نظارت بر اجرای صحیح تصویب‌نامه‌ها، مقررات و روش‌های مالی مورد عمل در شرکت و هماهنگ کردن کلیه فعالیت‌های مالی و حسابداری شرکت با توجه به مقررات جاری و تصویب‌نامه‌های فوق - نظارت بر انجام کلیه فعالیت‌های برنامه‌ریزی مالی بودجه شرکت شامل بررسی وام‌ها و کنترل منابع و مصارف مالی - نظارت بر تنظیم بودجه‌های کنترل هزینه‌های سرمایه‌ای و

شما به‌عنوان مدیر شرکت باید نظارت بر فعالیت‌های حسابداری شرکت و روش‌ها و خط‌مشی‌ها و برنامه‌های مربوط به فعالیت‌های حسابداری مالی، حسابداری اعتبارات اسنادی و حسابداری کالای امانی داشته باشید

مهم شرکت - بررسی و نظارت بر ارسال اظهارنامه‌های مالیات بر ارزش افزوده و صورت معاملات فصلی - بررسی و نظارت بر ارسال اظهارنامه مالیات بر عملکرد سالانه شرکت مواردی هستند که برای شرکت شما از اهمیت حیاتی برخوردار است.

بررسی و نظارت بر تهیه لایح مالیاتی جهت ارائه در مراحل مختلف حل اختلاف مالیاتی - نظارت و مدیریت بر جلوگیری از تعلق جرایم پیش‌بینی شده در قوانین مالیاتی - بررسی و نظارت بر تعیین مغایرات بودجه و عملکرد، ریشه‌یابی مغایرت‌ها و ارائه پیشنهاد اقدامات اصلاحی - بررسی و نظارت بر تدوین بودجه

بر مبنای فعالیت شرکت- نظارت بر برنامه‌ریزی میزان تعهد قابل پذیرش (پیش‌دریافت)، تعیین مالی و بررسی قیمت‌ها- نظارت بر حسابداری طرح‌ها و کنترل روندهای جاری در شرکت- نظارت بر تدوین، کنترل و هماهنگی مقررات مالی - نظارت و بررسی مسائل مالیاتی شرکت- نظارت بر امور طراحی، اجرا و کاربرد روش‌ها و سیستم‌های یکپارچه مالی و صنعتی در سطح شرکت- نظارت، بررسی و ارائه راهکار بهبود سیستم بودجه شرکت- نظارت بر چگونگی جریان نقدینگی و مخارج شرکت و ارائه پیشنهادات در جهت استفاده بهینه از منابع شرکت- بررسی و نظارت بر تنظیم گزارشات مالی

نظارت و بررسی بر گزارشات و اقدامات مرتبط با الزامات قانون مالیات‌ها و ارزش افزوده- بررسی و نظارت بر تدوین دستورالعمل‌های سنجش اعتبار در مورد مشتریان اعتباری با فرآیند پیگیری، فرآیند تعیین مطالبات معوقه، مشکوک و سوخته شده و دستورالعمل پیگیری و وصول مطالبات معوقه و نحوه تعیین ذخایر مربوطه- نظارت و بررسی مستمر در مورد اطمینان‌دهی در خصوص اقدامات و کنترل‌های مربوط به وجوه نقد و بانک - نظارت بر مدیریت سرمایه در گردش و استفاده از صورت گردش وجوه نقد (Cash Flow) - نظارت بر ارزیابی ریسک‌های درون برون‌سازمایی مرتبط با وجوه نقد شامل سطوح ریسک قابل قبول و نحوه دستیابی به آن- بررسی و نظارت بر تدوین بودجه و برنامه‌ریزی خرید کالا و خدمات- نظارت و بررسی بر تعیین میزان بهینه حداقل موجودی و نقطه تجدید سفارش (مواد و کالا این موارد را به‌صورت مستمر از واحد مالی درخواست کنید تا خللی در انجام این امور از جانب واحد مالی متصور نشود) - بررسی و نظارت بر پیگیری و به‌روزرسانی مانده حساب‌های سننوتی را از یاد نبرید- بررسی دقیق هزینه‌ها و سعی در کاهش منطقی آنها در جهت بالا بردن توان مالی شرکت، درخواست ارائه تجزیه و تحلیل صورت‌های مالی از واحد مالی (این مورد دید وسیعی در عملیات و تبادلات شرکت به شما خواهد داد) گزارش‌گیری از میزان

ضایعات تولید و تصمیم‌گیری در رابطه با آنها - بررسی و نظارت بر میزان تولید ایده‌آل با تولید انجام شده و پیگیری تحلیل تفاوت بین آنها- بررسی و نظارت بر میزان ذخیره کالا در انبارها و مدیریت آنها- بررسی و نظارت بر هزینه‌ها و ایجاد ارزش‌آفرینی در سازمان - درخواست ارائه از واحد مالی مبنی بر تجزیه و تحلیل حاشیه سود و حاشیه سود هر واحد و برنامه‌ریزی جهت افزایش فروش کالاهایی که حاشیه سود بیشتری برای سازمان ایجاد می‌کنند- بررسی و نظارت بر هزینه حمل‌ونقل کالاها و محصولات- بررسی و نظارت بر کنترل هزینه‌های سربار، تجزیه و تحلیل و فعالیت در جهت کاهش قیمت تمام شده محصولات تولیدی یا وارداتی و بالا بردن سود سازمان- نظارت و بررسی بر هزینه‌های انجام شده در نمایشگاه‌ها و تجزیه و تحلیل بازخورد آن - نظارت و بررسی بر هزینه‌های تبلیغات و بازاریابی بنویسید تا مزایای آنلاین ممنوع وظایف مهم و کم‌اهمیت را مورد بررسی قرار داده و پردازش کند.

۳- بهترین زمان برای کار کردن خود را بیابید

برخی افراد صبح‌ها انرژی و تمرکز بیشتری برای کار کردن دارند و بعضی شب‌ها را برای این منظور ترجیح می‌دهند. گرایش‌های درونی بدنی‌تان را بیابید.

۴- فهرستی از وظایف‌تان تهیه کنید

فهرستی از وظایف مختلف خود را روی کاغذ بنویسید تا مزایای آنلاین ممنوع وظایف مهم و کم‌اهمیت را مورد بررسی قرار داده و پردازش کند.

۵- از فعالیت‌های زانبر دوری کنید

در برخی ارائه‌ها استفاده از برنامه‌های غیرکاری یا اجرای بازی‌های آنلاین ممنوع است و به همین خاطر برخی مکانیزم‌های بازدارنده نیز روی سیستم‌های کامپیوتری این شرکت‌ها نصب می‌شود تا مانع از دسترسی کارکنان به آنها شوند.

با این حال برخی افراد مرتباً به فکر استفاده از ابزارهای ارائه شده برای دور زدن این مکانیزم‌ها هستند، حال آنکه این کار جز ضرر برای آنها نتیجه دیگری ندارد.

۶- اعلان‌ها را بی‌صدا کنید

افرادى که مرتباً از طریق تلفن همراه‌شان پیامک دریافت می‌کنند یا از طریق شبکه‌های اجتماعی مختلفی چون توئیتر و اینستاگرام با دوستان خود در تعامل هستند هیچ‌گاه نمی‌توانند تمرکز خوبی روی کارشان داشته باشند.

۷- از دشوارترین بخش‌ها شروع کنید

بنابر توصیه کارشناسان بهتر است کارتان را با دشوارترین بخش‌ها آغاز کنید و به یاد داشته باشید که اگر موفق به انجام آن نشدید تا ادامه روز هم این امر محقق نمی‌شود.

۸- از عکس‌العمل بی‌درنگ به مسائل بپرهیزید

اگر قرار باشد که هر بار با دریافت ایمیل از همکاران‌تان هر آنچه را انجام می‌دهید زمین بگذارید و به آنها پاسخ دهید از انجام اصلی‌ترین کارهایتان بازمی‌مانید.

در نظر داشته باشید بهبود بهره‌وری مستلزم تغییر در ذهنیت است.

پس از جواب دادن بی‌درنگ به ایمیل‌ها، پیام‌ها، تماس‌های تلفنی بپرهیزید و تنها امور مهم را در اولویت قرار دهید.

مهارت



تمرکز خود در محیط کار را با این ۸ روش افزایش دهید

اگر به طور همزمان روی چندین پروژه کار می‌کنید و مجبورید فرآیندهای کاری مختلفی را تحت نظر بگیرید حتماً متوجه شده‌اید که تمرکز روی تک‌تک آنها کاری بس دشوار است، چراکه در مواقعی نیاز دارید امور کوچکی را روی هرکدام‌شان انجام داده و آنها را به‌صورت همزمان با هم پیش ببرید.

ممکن است به همین خاطر به این نتیجه رسیده باشید که پرداختن به چندین وظیفه می‌تواند بهره‌وری‌تان را تحت تأثیر قرار دهد، در حالی که تاکنون هیچ‌گونه شواهد و مدارک علمی موید این موضوع به دست نیامده است.

در ادامه این مطلب به نقل از دیجیاتو با ما باشید تا نکاتی را را برای بهبود تمرکز در محیط کار با شما در میان بگذاریم.

۱- زمان‌تان را بخش‌بندی کنید

تحقیقات نشان داده مغز انسان در بازه‌های زمانی کوتاه بهتر می‌تواند روی موضوعات مختلف تمرکز کند.

پس زمان‌تان را به بخش‌های کوچکی تقسیم کرده و استراحت‌های کوتاه مثلاً پنج دقیقه را بین این بخش‌ها در نظر بگیرید، سپس در هر بازه زمانی تمرکز خود را روی یک موضوع قرار دهید.

۲- از اپلیکیشن‌های دنبال‌کننده زمان استفاده کنید

این اپ‌ها مجهز به نوعی تایمر هستند که براساس فعالیتی که باید انجام دهید زمانی را به آنها اختصاص می‌دهند و به نوعی زمان شما مدیریت می‌کنند. Toggl و DeskTime را می‌توان مهم‌ترین اپ‌های ساخته شده برای این منظور دانست.

۳- بهترین زمان برای کار کردن خود را بیابید

برخی افراد صبح‌ها انرژی و تمرکز بیشتری برای کار کردن دارند و بعضی شب‌ها را برای این منظور ترجیح می‌دهند. گرایش‌های درونی بدنی‌تان را بیابید.

۴- فهرستی از وظایف‌تان تهیه کنید

فهرستی از وظایف مختلف خود را روی کاغذ بنویسید تا مزایای آنلاین ممنوع وظایف مهم و کم‌اهمیت را مورد بررسی قرار داده و پردازش کند.

۵- از فعالیت‌های زانبر دوری کنید

در برخی ارائه‌ها استفاده از برنامه‌های غیرکاری یا اجرای بازی‌های آنلاین ممنوع است و به همین خاطر برخی مکانیزم‌های بازدارنده نیز روی سیستم‌های کامپیوتری این شرکت‌ها نصب می‌شود تا مانع از دسترسی کارکنان به آنها شوند.

۶- اعلان‌ها را بی‌صدا کنید

افرادى که مرتباً از طریق تلفن همراه‌شان پیامک دریافت می‌کنند یا از طریق شبکه‌های اجتماعی مختلفی چون توئیتر و اینستاگرام با دوستان خود در تعامل هستند هیچ‌گاه نمی‌توانند تمرکز خوبی روی کارشان داشته باشند.

۷- از دشوارترین بخش‌ها شروع کنید

بنابر توصیه کارشناسان بهتر است کارتان را با دشوارترین بخش‌ها آغاز کنید و به یاد داشته باشید که اگر موفق به انجام آن نشدید تا ادامه روز هم این امر محقق نمی‌شود.

۸- از عکس‌العمل بی‌درنگ به مسائل بپرهیزید

اگر قرار باشد که هر بار با دریافت ایمیل از همکاران‌تان هر آنچه را انجام می‌دهید زمین بگذارید و به آنها پاسخ دهید از انجام اصلی‌ترین کارهایتان بازمی‌مانید.

۹- برند سازی

ساخت یک برند مناسب و درخور مخاطبان کسب‌وکار‌تان، از اهمیت بالایی برخوردار است.

۱۰- فروش

راحت انجام پذیرفتن کارها و خلق فرصت‌های جدید برای کسب‌وکار‌تان در گرو پیدا کردن کانال‌های فروش خوبی است که تبدیل‌پذیری بیشتری دارند و سرمایه توسط آنها با سرعت بیشتری رشد پیدا می‌کند. این مزایای کانال‌های فروش باعث خلق فرصت‌های جدیدی در کسب‌وکار‌تان می‌شود.

منبع: forbes

مجری طرح های خطوط شرکت برق منطقه ای خوزستان:

پروژه احداث خط ۱۳۲ کیلو ولت میانگران - دهدز آغاز شد

اهواز - شبنم قجاوند - مجری طرح های خطوط شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: فاز اول احداث پروژه خط ۱۳۲ کیلو ولت میانگران- دهدز به طول ۲۰ کیلومتر به صورت دو مداره به تعداد ۷۰ دستگاه دکل فلزی مشبک با استفاده از هادی دریک شروع شد. امیرقاندی اظهار کرد: فاز اول این پروژه تا محل پست آنزان در محدوده جغرافیایی شهرستان ایذه است و هدف از اجرای آن افزایش پایداری و ضریب اطمینان شبکه فوق توزیع منطقه، کاهش محدودیت و تأمین برق صنایع و متقاضیان می باشد. وی ادامه داد: مدت زمان انجام این پروژه هفت ماه است و هزینه اجرای فاز اول ۱۲۰ میلیارد ریال بوده که از محل اعتبارات شرکت برق منطقه ای خوزستان پرداخت می شود. مجری طرح های خطوط شرکت برق منطقه ای خوزستان اضافه کرد: کلیه مراحل طراحی و خدمات مهندسی و همچنین ساخت تجهیزات و عملیات اجرایی پروژه توسط شرکت های داخلی انجام خواهد گردید.

۴۸۳ واحد در شهرک های صنعتی استان گلستان در حال فعالیت است

گرگان - خبرنگار فرصت امروز - مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان گلستان گفت: در حال حاضر از ۶۸۸ واحد صنعتی به بهره برداری رسیده، ۴۸۳ واحد صنعتی در شهرک ها و نواحی صنعتی این استان در حال فعالیت است. به گزارش روابط عمومی شرکت شهرک های صنعتی استان، حجت اله خلیل زاده اظهار داشت: اشتغال این تعداد واحد صنعتی فعال ۸۶۳۰ نفر و سرمایه گذاری انجام شده ۵۴۹۳ میلیارد ریال است. وی افزود: این بدین معنی است که در زمان حاضر حدود ۷۰ درصد واحدهای بهره برداری رسیده شهرک ها و نواحی صنعتی استان گلستان در حال فعالیت می باشند. به گفته وی همچنین از تعداد ۲۷۶ طرح صنعتی در حال ساخت و ساز در شهرکها و نواحی صنعتی ۱۹۸ طرح بصورت فعال در حال تکمیل ساخت و ساز بوده که پیش بینی می شود در صورت بهره برداری رسیدن ۳۴۱۲ نفر اشتغال با سرمایه گذاری ۸۸۲۰ میلیارد ریال ایجاد کند. خلیل زاده ادامه داد: ۱۷۸ طرح صنعتی نیز بصورت غیرفعال یا نیمه فعال بوده که درصدد هستیم تا با پیش مستمر و حمایت از سرمایه گذاری نسبت به فعالسازی آن اقدام کنیم. وی کمیود نقدینگی و مشکل تأمین سرمایه در گردش واحدهای تولید، تعدد و تکرر قوانین و مشکلات نظیر مالیات، بیمه تأمین اجتماعی، کمیود نقدینگی و مشکل بازر فروش محصولات، بالا بودن نرخ سود بانکی و عدم حمایت بانکها از سرمایه گذاری تولیدی و برگشت سرمایه با مدت زمان بالا در بازار را از عمده موانع و مشکلات واحدهای صنعتی بهره بردار نام برد. مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان گلستان اضافه کرد: همچنین فرسودگی ماشین آلات و پایین بودن تکنولوژی کارخانجات داخلی، کمیود دانش فنی و نداشتن اهلیت برخی از سرمایه گذاران جهت مدیریت واحدهای تولیدی و اختلاف شرکاء از دیگر موانع و مشکلات واحدهای صنعتی بهره بردار است. مساحت کل شهرکها و نواحی صنعتی به همراه منطقه ویژه اقتصادی - صنعتی استان ۲۰۴۱ هکتار بوده که از این میزان ۸۳۶ هکتار بصورت صنعتی و قابل واگذاری زمین می باشد. بالغ بر ۴۸۱ هکتار از این اراضی به متقاضیان سرمایه گذاری واگذار شده است.

دیدار مهندس شهمرادی با مدیر حوزه علمیه امام خمینی (ره) گرگان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز - در دیدار مدیر مخابرات منطقه گلستان با مدیرحوزه علمیه امام خمینی (ره) گرگان خدمات ارائه شده توسط مخابرات گلستان تشریح شد. در این دیدار مهندس شهمرادی ضمن تأکید بر تلاش مضاعف در واگذاری خدمات به روز و نوین افزود: مخابرات منطقه گلستان آمادگی دارد خدمات متنوع و بهتری را به حوزه علمیه گرگان ارائه دهد. وی همچنین با تشریح خدمات و سرویسهایی که هم اکنون توسط مخابرات منطقه گلستان ارائه می شود پرداخت و ادامه داد: ما به دنبال ارائه خدمات مناسب با تکنولوژیهای جدید می باشیم. همچنین حجت الاسلام مزرعی مدیر حوزه علمیه گرگان نیز ضمن تشکر از خدمات مخابرات، توسعه و تأمین زیرساختهای ارتباطی را به منظور تحقیقات و پژوهش های علمی و دینی ضروری دانست و افزود مخابرات در این زمینه کمک بزرگی می باشد.

مدیرعامل گاز گیلان:

اجرای عملیات شبکه گذاری در بیش از ۱۰۰ روستای استان

رشت - زینب قلیپور - مهندس اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان، از اجرای ۲۸۵ کیلومتر شبکه گذاری گاز از ابتدای سال جاری تاکنون خبرداد. وی با اعلام این خبر افزود: این مقدار شبکه گذاری در ۱۰۲ روستای استان صورت پذیرفته و بیش از ۱۸ کیلومتر از این میزان مربوط به اجرای حفرات خالی شهرها و روستاها می باشد. مهندس اکبر در ادامه در خصوص نصب اشعالات گاز در استان گفت: از ابتدای سال جاری تاکنون بالغ بر ۱۰ هزار اشعالت گاز در استان نصب شده است. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان اظهار داشت: هم اکنون مجموع شبکه گذاری انجام شده در استان به حدود ۲۰ هزار کیلومتر رسیده است و بالغ بر ۵۷۰ هزار اشعالت در گیلان نصب شده است. وی اظهار داشت: بر اساس برنامه ریزی های بعمل آمده تعداد زیادی از روستاهای بالای ۲۰ خانوار تا دهه مبارک فجر از نعمت گاز بهره مند خواهند شد. مهندس اکبر در پایان ابراز امیدواری نمود تا با گازسانی به روستاهای موجود در فاز دوم پروژه بند «ق»، تا پایان سال ۹۷ کلیه روستاهای بالای ۲۰ خانوار استان که قابلیت گازسانی را دارا می باشد از نعمت گاز بهره مند شوند.

افتتاح بزرگترین بازار هفتگی در عالیشهر استان بوشهر

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: بزرگترین بازار هفتگی استان با بیش از ۷۰۰ غرفه در عالیشهر افتتاح شد. به گزارش روابط عمومی شهرداری و شورای اسلامی عالیشهر، محل جدید و دائمی بازار هفتگی عالیشهر با بیش از ۷۰۰ غرفه افتتاح و به بهره برداری رسید. قاندی شهردار عالیشهر با بیان اینکه این بازار پس از سالهای متمادی که در روز های سه شنبه و در نقاط مختلف عالیشهر، در زمین هایی با کاربری غیر تشکیل می شده است افزود: اکنون این بازار در مکانی با همین کاربری و با امکانات لازم از قبیل آسفالت، خط کشی، ۱۵۰۰ متر مربع پارکینگ عمومی، سرویس بهداشتی و روشنایی مناسب استقرار یافته است. وی با اشاره به اینکه در عالیشهر بازار مرکزی وجود ندارد افزود: بازار هفتگی عالیشهر با بیش از ۷۰۰ غرفه بزرگترین بازار هفتگی استان بوشهری می باشد که همواره به دلیل وجود اجناس متنوع و قیمت مناسب مورد استقبال مردم عالیشهر و اطراف بوده است. قاندی اظهار داشت اولویت ما در بازار هفتگی با فروشندگان و کسبه عالیشهری است و سعی داریم تا بازار با هفتگی را برای کسبه این شهر به فرصت تبدیل نمائیم و مردم نیز بتوانند با احتیاج خود را با قیمت مناسب در محیطی بهداشتی تر از محل قبل تهیه نمایند.

بیمه شدگان صندوق بیمه سلامت همگانی از هیچ خدمتی محروم نشده اند

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بیمه سلامت استان بوشهر گفت: بیمه شدگان صندوق بیمه سلامت همگانی از هیچ خدمتی محروم نشده اند و تمامی خدمات سلامت مورد نیاز را دریافت می نمایند. دکتر پرویز رضانی در دومین نشست خبری خود در سال جاری با اصحاب رسانه در بوشهر اظهار داشت: ۴۹۰ هزار و ۸۵۴ نفر از جمعیت یک میلیون و ۱۰۰ هزار نفری جمعیت استان بوشهر تحت پوشش بیمه سلامت در استان بوشهر قرار دارند که ۴۷ درصد جمعیت استان را شامل می شود. وی افزود: ۷۰ درصد از جمعیت بیمه شده این سازمان در استان به میزان ۳۴۰ هزار نفر در قالب صندوق بیمه روستاییان، عشایر و شهرهای زیر ۲۰ هزار نفر، ۲۹۰ هزار نفر از کارکنان دولت و ۵۴ هزار نفر از بیمه سلامت همگانی مشمول حمایت های بیمه سلامت در سطح استان بوشهر هستند. مدیرکل بیمه سلامت استان بوشهر با اعلام این که بیشترین جمعیت تحت پوشش بیمه سلامت در شهرستانهای دشتستان و بوشهر و کمترین آن در شهرستانهای دیلم و جم است، تصریح کرد: بیش از ۵۰۰ مؤسسه تشخیصی و درمانی در سطح استان با بیمه سلامت طرف قرارداد هستند.

پس از اتمام تعمیرات سالیانه:

واحد ۶ نیروگاه مسجدسلیمان به شبکه سراسری پیوست

اهواز - قجاوند - واحد ۶ نیروگاه مسجدسلیمان پس از اتمام تعمیرات سالیانه به شبکه سراسری متصل شد. مدیرعامل سد و نیروگاه مسجدسلیمان، با اشاره به بررسی و تحلیل شرایط فنی مربوط به واحد ۶ پیش از شروع تعمیرات سالیانه افزود: در مدت خروج این واحد به منظور ارزیابی سرعت پاسخگویی تجهیزات، بررسی و تست کلیه فرآیند کنترلی و حفاظتی با موفقیت انجام شد. فرهاد علیدوستی ادامه داد: بررسی اتصالات سیم پیچ، هسته ژنراتور و تمیزکاری آن، تعویض کنتورهای مربوط به سیستم کنترل، اصلاح لاجیک سیستم جویک پمپ گاورنر، ارزیابی مجدد تنظیمات مربوط به تجهیزات ابزار دقیق، رفع اشکال از سیستم آب بندی تجهیزات مکانیکی و رفع اشکال از سیستم ارتعاش سنجی این واحد، از جمله اقداماتی مهمی بود که در این تعمیرات سالیانه صورت گرفت. وی خاطر نشان کرد: با پیش بینی و تأمین به موقع مترايل در زمان خروج این واحد و همت همه متخصصان نیروگاه، تعمیرات سالیانه این واحد در موعد زمان بندی شده با موفقیت به اتمام رسید.

انتصاب مهندس نصرت زاده به عنوان سرپرست معاونت مالی و پشتیبانی

ایلام - خبرنگار فرصت امروز: طی حکمی از سوی مهندس هادی شیرخانی مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق ایلام، مهندس ماجد نصرت زاده به عنوان سرپرست معاونت مالی و پشتیبانی این شرکت منصوب شد. گفتنی است مهندس نصرت زاده در کارنامه خود سابقه معاونت بهره برداری و مدیریت چند امور و در نهایت مدیریت دفتر کنترل لوازم اندازه گیری را دارد. لازم به ذکر است طی مراسمی از زحمات خلیل شهبازی که پیش از این عهده دار این معاونت بود و به مقام فراوانگی (بازنشستگی) رسید تقدیر به عمل آمد.

همایش علمی کاربردی شرکت انتقال گاز ایران در اصفهان برگزار شد



اصفهان - قاسم اسد - نخستین همایش علمی کاربردی شرکت انتقال گاز ایران با شعار انسان، تجهیز و محیط سالم طی دو روز در تالار پیامبر اعظم (ص) دانشگاه اصفهان به میزبانی منطقه ۲ عملیات انتقال گاز (اصفهان) با حضور مسئولان، مدیران و رؤسای شرکت های انتقال گاز کل کشور برگزار شد. مدیر منطقه ۲ عملیات انتقال گاز به عنوان میزبان این همایش با خیر مقدم به شرکت کنندگان گفت: مدیرعامل شرکت انتقال گاز کشور، در ابتدای سال جاری مشعل این همایش را روشن کرد و همه مناطق با توان علمی - فنی خود برای برگزاری آن به میدان آمدند. سید مجتبی گلستانه با بیان اینکه شرکت انتقال گاز امروز حرف های زیادی برای گفتن دارد، افزود: شرکت انتقال گاز ایران، دارای انواع دستگاه های پیچیده گاز بوده و خود دانشگاه به شمار می رود. وی ادامه داد: منطقه ۲ عملیات انتقال گاز یکی از مناطق دهگانه و استراتژیک عملیاتی، مسئولیت انتقال گاز را در محدوده هفت استان کشور شامل استان های اصفهان، یزد و چهارمحال و بختیاری به طور کامل و بخش هایی از استان های کهگیلویه و بویراحمد، خوزستان، لرستان و مرکزی به عهده گرفت. مدیر منطقه ۲ عملیات انتقال گاز گفت: منطقه ۲ عملیات انتقال

و مخابراتی شبکه انتقال گاز، براساس استانداردها و الزامات بین المللی به منظور دریافت و انتقال بهینه گاز است. مدیر منطقه ۲ عملیات انتقال گاز گفت: صنعت انتقال گاز، صنعت بسیار پیچیده ای بوده و دارای کارکنان علمی است و ۶۰ درصد دارایی شرکت ملی گاز کشور را ما در اختیار داریم. مدیرعامل شرکت انتقال گاز ایران نیز با قدردانی از میزبانی منطقه ۲ عملیات گاز، این منطقه را از مناطق عملیاتی در سطح بین المللی و جهانی خواند و گفت: امروز با دانش کارشناسان و کارکنان شرکت انتقال گاز کشور، ۳۳۰ قطعه ساخته شده است. سعید توفکی ارسال بیش از ۴۰۰ مقاله کاربردی به این همایش را، دانش محوری بدنه آن دانست و گفت: این همایش قرار است هر سه سال یک بار برگزار شود و در نظر است دبیرخانه دائمی برای این همایش داشته باشیم. مشاور علمی و فناوری ریاست جمهوری هم گفت: اگر مردم بدانند با چه عشق و محبت، علم و دانش، بستر تأمین انرژی پایدار مهیا می شود در صرفه جویی آن بیش از پیش می کشوند. علی وطنی، حرفه یک متخصص انتقال گاز را همچون پزشک خواند و گفت: یک متخصص انتقال گاز باید آسیب های خطوط لوله را بشناسد تا آن را رفع کند. بنابراین ارزش کار خود را بداند.

برگزاری دوره عملی مدیریت ریسک توسط کارشناسان آلمانی در شرکت زغال سنگ البرز شرقی شاهرود



شاهرود - حسین باباحمدی - مهندس منصور شریف مدیر عامل شرکت زغال سنگ البرز شرقی شاهرود ضمن تسلیت اربعین حسینی در گفتگو با خبرنگار ما گفت: چهارمین دوره آموزش عملی مدیریت ریسک در ایمنی و بهداشت حرفه ای معدن کاری، ویژه معادن زغال سنگ، با حدود ۳۰ نفر از مدیران و کارشناسان ایمنی و بهداشت و کارشناسان بهره برداری امیددرو، شرکت تهیه و تولید مواد معدنی و معادن زغال سنگ کشور تشکیل گردید. مدیر مهندس منصور شریف در ادامه افزود: پرفسور سیگفرید زون، مدیر گروه ایمنی دانشگاه بوخوم آلمان و والف گانگ تراود، مدیر پیشین معادن زغال سنگ آلمان، مدرسان عملی این دوره آموزشی بودند. پرفسور سیگفرید زون، مدیر گروه ایمنی دانشگاه بوخوم آلمان در جمع بندی دوره آموزشی گفت: بازدید از معدن و سوالات مطرح شده، اطلاعات زیادی به ما داد تا روی پروژه ای در آلمان کار کنیم. تجربه های مختلف کارشناسان با برگزاری دوره های آموزشی به نتایج بهتری می رسد و با همفکری بیشتر، این نتایج ملموس تر می شود. وی ادامه داد: معرفی معادن خوب بود و شفافیت داشت.

در ملاقات با مدیرکل صدا و سیماي آذربایجان غربی تأکید شد

مدیریت تولید محتوا و خبر در امر سوخت رسانی نقش مهمی در ایفای مسئولیت اجتماعی دارد



مدیران دستگاههای اجرایی با هوشیاری کامل و با تکیه بر توان علمی و فنی منابع انسانی در تسهیل ارائه خدمات به مردم تلاش بیشتری کنند. این مقام مسئول ضمن تأکید بر مدیریت تولید محتوا و خبر در

امر سوخت رسانی از همکاری و تعامل بیشتر معاونت اطلاعات و اخبار صدا و سیماي استان در پوشش خبری اقدامات مستمر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی خبر داد. مقدسی رئیس روابط عمومی منطقه ارومیه نیز ضمن قدردانی از تعامل دوسویه ایجاد شده با روابط عمومی از تغییر محسوس پوشش اخبار نفتی خبر داد و افزود: براساس ارزیابی صورت گرفته از سوی روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران در سال ۹۵ امتیاز ارتباط با رسانه ملی این منطقه ۱۰۰ از ۱۰۰ بوده است. در حاشیه این دیدار با اهدای لوح سپاس از اقدامات مدیر کل صدا و سیماي مرکز استان آذربایجان غربی تحلیل به عمل آمد. برپایه این گزارش معاونین بازرگانی، فنی و عملیاتی و روسای برنامه ریزی، حراست و روابط عمومی در این ملاقات حضور داشتند.

مدیرعامل شهرک های صنعتی استان مرکزی:

کلینیک های صنعتی سیار در استان مرکزی راه اندازی می شود



اراک - مینو رستمی - مدیرعامل شهرک های صنعتی استان مرکزی گفت: کلینیک های صنعتی سیار به منظور توانمندسازی صنایع کوچک شهرستان های استان راه اندازی می شود. مصطفی آمره با اشاره به اهمیت خدمات شهرک های صنعتی برای توانمندسازی صنایع کوچک اظهار داشت: اقداماتی که شرکت شهرک های صنعتی در ارتباط با صنایع کوچک انجام می دهد بحث توانمندسازی واحدهای صنعتی و بررسی مشکلات آنها و اقداماتی در راستای برطرف سازی این مشکلات است. وی افزود: بنابراین احساس می کنیم که در حال حاضر بحث خدمات نرم افزاری که در دستور کار شرکت شهرکها قرار گرفته به مراتب پراهمیت تر از خدمات سخت افزاری و تکمیل زیرساخت ها باشد و خیلی از مشکلات واحدهای صنعتی دارای مشکلات حوزه مدیریتی، تکنولوژی، بازاریابی و بحث ارتقای تکنولوژی و تأمین مالی است. مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت هرمزگان:

صدور اولین پروانه بهره برداری صنعت پیشرفته در استان

شرکت پتروصنعت گامرون به عنوان اولین واحد صنعتی استان موفق به دریافت پروانه بهره برداری صنایع پیشرفته در زمینه احیای کاتولیست نقره شده است. قاسمی ظرفیت سالیانه تولید این محصول توسط این شرکت از ۵۶ تن اعلام کرد و افزود: این شرکت تنها در زمینه فعالیت احیای کاتولیست نقره توانست ۲۰ نفر اشتغالی ایجاد نماید.

تحقیق و توسعه به اجیه کاتولیست نقره با خلوص بالا دست پیدا کند. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت هرمزگان افزود: فرآیند و ماشین آلات با دانش فنی، نوآوری خلاقیت و نیروی انسانی متخصص سهم قابل توجهی در ایجاد و توسعه صنایع پیشرفته خواهند داشت. وی ارزش افزوده بالا را از ویژگی های بارز این صنایع دانست و تصریح کرد:

بازدید سرزده رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران از مراکز درمانی شهرستان ساری



ساری - دهقان: رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران به همراه جمعی از اعضای هیئت رئیسه این دانشگاه از مرکز آموزشی، درمانی و تحقیقاتی فاطمه زهرا (س) ساری و مرکز قلب مازندران و مرکز جامع درمان بیماران کلیوی شهروند در ساری بازدید کرد. دکتر سید عباس موسوی رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران ابتدا با حضور در مرکز آموزشی، درمانی و تحقیقاتی فاطمه زهرا (س) ساری و مرکز قلب مازندران ساری، ضمن بازدید از بخشهای مختلف و گفت و گو با مسئولین و کادر درمانی، تجهیزات بخشها و مشکلات و کمیودهای این مرکز را مورد بررسی قرار داد. رئیس دانشگاه

علوم پزشکی مازندران همچنین با حضور در مرکز جامع درمان بیماران کلیوی شهروند در ساری، تجهیزات بخشها و مشکلات و کمیودهای این مرکز را مورد بررسی قرار داد. مرکز بیماران کلیوی شهروند در زمینی با زیر بنای تقریبی ۳۰۰۰ متر مربع به همت دانشگاه علوم پزشکی مازندران در ۴ طبقه شامل بخش های دیالیز با ۴۷ تخت درای بخش های مختلفی شامل آزمایشگاه رادیولوژی، سونوگرافی، کلینیک های تخصصی و فوق تخصصی ویژه بعد از خریداری و بازسازی کامل بیمارستان مهر سابق با نام مرکز بیماران کلیوی شهروند راه اندازی شد.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

دوشنبه ۲۲ آبان ۱۳۹۶ | شماره ۹۲۹ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع، نشر گستر امروز
آدرس: میزای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲
فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱
امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آین نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱۳۳، رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

نوشدارو

۵ گام ابتدایی

روابط عمومی موفق

در روابط عمومی موفق پنج گام ابتدایی وجود دارد و جدای از اینکه آیا سردبیر روزنامه محلی یا یک نشریه سراسری را هدف‌گیری کرده باشید یا نه، باید اینها را بیاموزید و پیگیری کنید. این موارد به نقل از هورموند به شرح زیر است.

۱- کار را برای سردبیران، گزارشگران و مدیران برنامه‌ها راحت کنید. اطلاعات را در قالبی مناسب بفرستید و به‌گونه‌ای باشید که بتوانند با شما به‌راحتی تماس بگیرند.

۲- به وقت روزنامه‌نگاران احترام بگذارید. آنها افرادی پر مشغله و تماماً زمان‌بندی‌شده هستند. نسخه رسانه‌ای خود را برای‌شان بفرستید و یک هفته بعد با ایمیلی آن را پیگیری کنید. همه ماجرا همین است. آنها را تعقیب نکنید و برای‌شان مزاحمت ایجاد نکنید.

۳- بیاموزید که سردبیران و روزنامه‌نگاران به چه چیزی نیاز دارند. با نشریه‌ها و شبکه رادیو و تلویزیون محدوده خود آشنا شوید. بدین ترتیب خواهید فهمید که معمولاً روی چه نوع مواردی کار می‌کنند. در نهایت برای‌شان تنها چیزهایی بفرستید که به آن نیاز دارند.

۴- ارزش خبرسازی داشته باشید. یک نوع کسب‌کار، یک محصول یا خدمت جدیدی ایجاد کنید؛ چیزی که پوشش ارزش خیری را داشته باشد.

۵- متفاوت باشید. روزنامه‌ها هر هفته ده‌ها یا صدها نسخه آماده برای انتشار در رسانه‌ها و بسته چایی به دست می‌آورند. بعضی از آنها سنتی و کسل‌کننده‌اند و در خاطر نمی‌مانند. راهی بیابید تا بدون اینکه غیرحرفه‌ای به نظر برسید، توجه یک سردبیر را جلب کنید.

سرانجام، همه آنچه هر سردبیر و تولیدکننده برنامه‌های رادیو و تلویزیونی می‌خواهد، این است که یک گزارش خوب باشد و بتواند در کمترین زمان و به‌راحتی ضبط شود. اگر بتوانید به‌طور مستمر چنین گزارش‌هایی را فراهم کنید، بدانید که مهم نیست چه کسی هستید چون مطمئناً پوشش داده خواهید شد.

معرفی استارت‌آپ

خونتو راحت‌تر پیدا کن

نام استارت‌آپ: مانیشن
وب سایت: manishen.com
سال تأسیس: ۱۳۹۴
موضوع: املاک و مستغلات
توضیح بیشتر:

مانیشن سرویسی است که در حوزه املاک و مستغلات به خریدارها کمک می‌کند تا بتوانند راحت‌تر خونهای رو که موردنظرشون هست پیدا کنن و مشاورین املاک هم می‌تونن معاملات بیشتری داشته باشن.



بسته‌بندی خلاق



برای مطالعه ۸۳۲ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیر روابط عمومی یک شرکت بزرگ بخش خصوصی هستم و برگزاری جلسات متعدد روزانه و هفتگی بسیار فرسودام کرده است. شما چه راهکاری برای مدیریت این موضوع پیشنهاد می‌کنید؟

مدیریت جلسات

پاسخ کارشناس: جلسه، یک نشست دو یا چند نفره برای تحلیل و ارزیابی و تبیین موضوع مشترک طرفین است و دارای اصول و قواعد مشخصی است که اگر آن را رعایت نکنید طبعاً به نتایج خوبی دست نمی‌یابید. شاید لازم باشد قبل از تعیین زمان جلسه شما ضرورت برگزاری آن را مشخص و سپس برای جلسه موضوع مشترکی را با اهداف مشخص تعیین کنید. مثلاً شما یک بار در جلسه

ارزیابی شرکت می‌کنید و بار دیگر در جلسه گزارش دهی یا تصمیم‌گیری. در این صورت شما از قبل می‌دانید که برای چه در جلسه شرکت دارید و نقش شما چیست. همین‌طور زمان جلسه و مدت آن را از قبل تعیین کنید تا بتوانید جلسه را مدیریت کنید. در جلسات رسمی یک نفر مدیر جلسه یک نفر دبیر جلسه است که نقش مهمی دارد. در جلسات، صورت جلسه بسیار اهمیت دارد در صورت جلسه موضوع و مباحث مطرح شده و نظر اعضا، پیشنهادها و نتیجه‌گیری و مصوبات و تصمیمات مکتوب می‌شود.

شما می‌توانید اول از هر چیز به ضرورت و اهمیت برگزاری جلسه توجه کنید و در پایان از طریق دبیر جلسه تصمیمات و مصوبات را پیگیری کنید تا از فرسودگی رهایی یابید و نتیجه‌نمایش آن را احساس کنید. بنابراین قبل از اینکه در جلسات رسمی یا عمومی حضور یابید به اهمیت موضوع و نقش خود در آن جلسه فکر کنید. گاه بسیاری از این جلسات کاملاً فرمایشی و فرسایشی است. مدیریت حضور در جلسات با شماست.

مدرسه مدیریت

چطور سوال خود را هوشمندانه مطرح کنیم؟

عبارات زیر را به کار نبرید:

- عذر می‌خواهم. . .
 - ببخشید. . .
 - می‌دانم سوال احمقانه‌ای به نظر می‌رسد ولی. . .
 - یک سوال کوتاه دارم. . .
- این نحوه مطرح کردن پرسش موجب می‌شود شما دست‌کم گرفته شوید یا با اعتماد به نفس پایین به نظر برسید. همچنین از عباراتی همچون «غیره»، «در هر حال» یا «به هر نحو» استفاده نکنید زیرا اینها فقط کلمات پرکننده متن هستند و در واقع به سوال شما هیچ ارزشی اضافه نمی‌کنند.
- هر بار یک و حداکثر دو سوال بپرسید**
- وقتی تعداد زیادی سوال می‌پرسید، احتمال از دست دادن مخاطبان یا پاسخ‌دهندگان خود را افزایش می‌دهید. همچنین اگر می‌خواهید دو سوال

بپرسید، مهم‌ترین را آخر مطرح کنید زیرا معمولاً شنوندگان آخرین مورد را بهتر به یاد می‌آورند و در نتیجه اول به آن پاسخ می‌دهند، حتی ممکن است اصلاً فرصتی برای پاسخ به سوال اول باقی نماند. اگر سوالات بیشتری دارید، تک تک پیش بروید، یعنی یک سوال را مطرح کنید و منتظر پاسخش باشید و سپس سوالات بعدی را یک به یک بپرسید.

بعد از علامت سوال توضیحات خود را متوقف کنید

حتماً بارها با اشخاصی که پس از پرسیدن سوال نیز توضیح می‌دهند روبه‌رو شده‌اید. همواره سوال خود را مختصر و مفید بپرسید و بعد از جمله سوالی متوقف شوید و اجازه دهید که طرف مقابل پاسخ خود را ارائه دهد.

منبع: Forbes

تخته سیاه

دانشته‌های یک کارآفرین (۶۴)

باور و انسان‌های منفی

پارسا امیری



در اطراف همه ما آدم‌هایی هستند که بی‌آنکه وجود و حضور آنها سودی به حال ما داشته باشد مدام با تفکرات منفی باورهای منفی می‌سازند و سعی می‌کنند ما را از کسب‌کار بازنهند.

این دسته از افراد عموماً از افعال منفی استفاده می‌کنند و در برابر هر طرح یا پیشنهاد تازه‌ای ساز مخالف کوک می‌کنند و می‌گویند نمی‌شود، امکان ندارد، نمی‌توانی یا موفق نمی‌شوی.

هنگامی که این افراد چنین فعالی را به کار می‌برند اگر به خودتان و کسب‌وکارتان باور نداشته باشید آرام آرام کلام آنها در ضمیر ناخودآگاه شما می‌نشیند و تبدیل به باور می‌شود و آن وقت تو فکر می‌کنی واقعاً نمی‌شود، اما اگر به کسب‌وکار و خودت ایمان و باور داشته باشی صدها نفر اگر بگویند نمی‌شود و نمی‌توانی تو کارت را انجام می‌دهی و موفق می‌شوی.

اگر زندگینامه افراد موفق را مطالعه کنی متوجه می‌شوی اینها در ابتدا با چالش‌های زیادی روبه‌رو بودند که از جمله چالش با افراد منفی بود، اما مردان موفق کسانی بودند که گوش آنها بدهکار این دسته از افراد نبود، حتی اگر این افراد نزدیک‌ترین کسان به آنها بوده باشند.

موفقیت در کسب‌وکار در دست توست و هیچ کس نمی‌تواند در موفقیت یا عدم موفقیت مانند تو نقش داشته باشد. تو کارگردان اصلی زندگی‌ات هستی، بنابراین اگر کارگردان قرار باشد حرف این یا آن را گوش کند نتیجه مشخص است.

البته این بدان معنا نیست که برای کسب‌وکار و مشورت کنی و با افراد مثبت‌اندیش و دانا هم‌کلام شوی. افراد منفی عموماً افراد ناموفق هستند و اگر خوب به زندگی درونی آنها نگاه کنی چیزی جز مصیبت و بدبختی ندارند و سعی می‌کنند با فرکانس‌های منفی همه را به رنگ خود بیاورند. تا شما می‌گویید من می‌خواهم در فلان زمینه کسب‌وکار سرمایه‌گذاری کنم شروع می‌کنند به واسفا گفتن و اینکه مگر می‌شود در این دوره رکود اقتصادی کسب‌وکاری راه انداخت؟ خودشان نیز هیچ وقت فرصت خوب نگرستن به زندگی را ندارند، چون همیشه به سطح رویی کسب‌وکار و زندگی نگاه می‌کنند، بنابراین اگر به دنبال موفقیت هستی پیشنهاد می‌کنم هیچ‌گاه به سمت این دسته از افراد بدبین و منفی باف نرو و اگر به سمت تو هم آمدند کلام آنها را باور نکن.

دوست عزیز در رشت دارم که چند سال قبل بعد از بازنشستگی می‌خواست به اتفاق همسرش در باغ خودش پرورش زنبور عسل راه بیندازد. شبی ما مهمان آنها بودیم و جمع دوستان و اقوام جمع بودند. شاید باورتان نشود که ۹۰ درصد افراد او را از چنین کاری منع کردند. یکی می‌گفت حالا خونه پیش زن و بچه‌ها بشین استراحت کن. دیگری می‌گفت تو کارت رو کردی و الان وقتت تقریحه. یکی هم می‌گفت تو چی کم داری؟ خونه و زندگی و ماشین و حقوق بازنشستگی داری چرا خودتو به دردسر می‌اندازی و جالبتر اینکه برادر بزرگ‌تر با تمسخر می‌گفت تو زنبور رو می‌بینی فرار می‌کنی، اون وقت چه جوری می‌خواهی زنبوردار بشی. خلاصه تقریباً همه نگاه منفی داشتند و فقط خانم ایشان که اسطوره امید و مثبت‌اندیشی بود با قاطعیت و بسا همان لهجه شیرین شمالی می‌گفت آقا منصور هر کاری بخواد می‌تونه انجام بده، زنبورداری که کار راحتی. اگر بخواد می‌تونه فانتوم هم بسازد. بعد به شوخی و جدی همه براش دست زدند و خندیدند. آقا منصور عزیز ما بعد از هفت سال یکی از بزرگ‌ترین زنبورداران منطقه است و محصولاتش را حتی به ارمنستان و گرجستان صادر می‌کند.

اگر قرار بود آقا منصور با این حرف‌های منفی آن شب، کسب‌وکارش را راه‌اندازی نکنند امروز نه کارآفرین بود نه تولیدی داشت و نه دهه‌ها نفر برای او کار می‌کردند. باورت را تقویت کن. اگر باورت قوی باشد تو می‌توانی کوه آهنین را از میان راه برداری و به سوی موفقیت بروی. اما اگر باورت ضعیف باشد با یک جمله آدم منفی باف مایوس می‌شوی و کسب‌وکار را رها می‌کنی. افراد منفی با فرکانس‌های منفی بدبختی و شکست و تهدیدستی و فقر و بیچارگی را برای تو هدیه می‌آورند و آدم‌های مثبت‌اندیش با کلام خود موج خوشبختی و ثروت و سعادت و موفقیت و پیروزی را با کلام‌شان برایت به ارمغان می‌آورند. این دسته از افراد همواره در همه جا حضور دارند و بسا دعوت و بی‌دعوتی برای تو نسخه می‌پیچند و با اعتماد به نفسی کاذب خودشان را کارشناس تمام عیار اقتصاد و کسب‌وکار می‌دانند. تو به ندای درون توجه کن و برای موفقیت در کسب‌وکار از آدم‌های منفی دوری کن.