

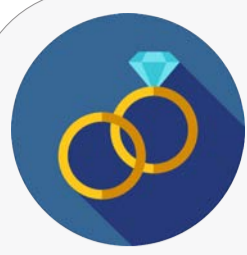
# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

منابع مالی افزایش وام ازدواج از کجا تامین می شود؟

## سوال بی جواب وام ۱۵ میلیونی ازدواج

با وجود این که پیشنهاد مجلس برای افزایش وام ازدواج به ۱۵ میلیون تومان با توجه به شرایط موجود چندان از سوی بانکها قابل پذیرش نبود و تامین...



### یادداشت

اقتصاد امن و چالشی  
به نام فساد اداری



در تعاریفی که از مفهوم یک اقتصاد امن ارائه شده، موضوع شفافیت و سلامت اداری و مالی به عنوان یکی از ارکان اصلی مورد توجه قرار گرفته است. سلامت اداری به این مفهوم که اطلاعات اقتصادی در دسترس همه شهروندان قرار داشته و رانت اطلاعاتی وجود ندارد. در نتیجه شفافیت کامل درآمد و مزایای مسئولان و کارمندان و استفاده از بانکهای اطلاعاتی، ناهنجاریهایی نظیر فرار مالیاتی، اعمال نفوذ و تبانی در معاملات حکومتی، رشوه خواری، قاچاق، پارتی بازی در استخدام و توزیع رانت، عملاً وجود نخواهد داشت. در این یادداشت تلاش خواهد شد به بررسی جامعی از فساد اداری به عنوان یکی از موانع تحقق اقتصاد امن پرداخته شود.

رخ دادن فساد اداری در هر شکل و زمینه که باشد، مستلزم وجود دو وضعیت اساسی است که عبارتند از تمایل و فرصت؛ «تمایل» به ارتکاب تخلف و...

## سهام هر ایرانی از پول نفت چقدر است؟ نعل وارونه بر دردهای اقتصاد ایران

پیش بینی ها نشان می دهد درآمد حاصل از صدور نفت و میعانات گازی ایران در سال ۱۳۹۷ حدود ۵۳ میلیارد دلار برآورد می شود که در این میان، سهم هر ایرانی از این درآمد ۶۶۲ دلار و ۵۰ سنت، معادل ۲۱۲ هزار و ۵۵۲ تومان در ماه خواهد بود؛ این در حالی است که مسئله سهم هر ایرانی از پول نفت سال هاست به دغدغهای جدی در افکار عمومی ایران تبدیل شده و لحاظ کردن یارانه تحت عنوان سهمی از درآمد نفت از سوی بخشی از جامعه ایران از یک سو و همچنین مانور برخی دیگر بر این مساله در قالب سهم هر ایرانی از محل افزایش قیمت فروش فرآورده های نفتی سبب شده است تا سهم خواهی در این حوزه به مسئله ای جدی در ادبیات...

ابداع کلان بودجه و چشم انداز اقتصاد ایران در سال آینده به روایت مرکز پژوهش های مجلس

## در خودماندگی بودجه ۹۷

### مدیریت و کسب و کار



جف بزوس سال جدید میلادی را با سود ۶ میلیارد دلاری آغاز کرد

- چرا باید در محل کار بیشتر مخالفت کنیم؟
- درس های کار آفرینی از کار آفرینان برتر دنیا
- بازاریابی محتوا و روابط عمومی؛ دوروی یک سکه
- روش های افزایش فروش خدمات بیمه
- تأثیر تبلیغات در شبکه های اجتماعی
- آشتی دادن دنیای تجارت آن لاین و سنتی



تفاهیم نامه تأمین مالی جمعی بر وزه های دانش بنیان میان سه وزارتخانه اقتصاد، ارتباطات و کار امضا شد

## تأمین مالی جمعی برای کسب و کارهای دیجیتال

مشکل ۷۵ درصد واحدهای صنعتی کشور، نقدینگی است

### پیشنهاد وزیر صنعت برای تشکیل ستاد سرمایه گذاری

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به اینکه رشد اقتصادی کشور نیازمند سرمایه گذاری داخلی و خارجی است، در جلسه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی استان تهران پیشنهاد کرد که ستادی با عنوان «جذب و ساماندهی سرمایه گذاری» تشکیل و فعال شود.

به گزارش ایرنا، سی و ششمین نشست ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی استان تهران روز گذشته با حضور محمد شریعتمداری وزیر صنعت، معدن و تجارت، محمدحسین مقیمی استاندار تهران و همچنین فرمانداران و جمعی از مدیران کل دستگاه های اجرایی با هدف بررسی مسائل اقتصادی و صنعتی استان تهران برگزار شد.

وزیر صنعت در این نشست گفت: رسیدن به رشد ۸ درصدی اقتصاد و ۹ درصدی صنعت، مستلزم جذب ۷۷۰ هزار میلیارد تومان سرمایه داخلی و خارجی در کشور است که برای تحقق آن باید بیش از پیش تلاش کنیم. او ادامه داد: بررسی های انجام شده نشان می دهد که مشکل ۷۵ درصد واحدهای صنعتی کشور، کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش است. همچنین قرارداد جذب ۴۰ میلیارد دلار از طریق فاینانس و روش های دیگر با بانک های مختلف دنیا تنظیم شده که این منابع به زودی به چرخه اقتصادی کشور تزریق می شود.

شریعتمداری گفت: قرارداد ۵ میلیارد دلاری شرکت سرمایه گذاری خارجی با طرف ایتالیایی از جمله این قراردادها با هدف جذب منابع مالی و سرمایه گذاری خارجی در کشور است.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه تلاش دشمن برای منزوی کردن اقتصاد ایران شکست خورده، ادامه داد: رشد صنعتی کشور از منفی ۱۰٫۸ درصد به مثبت ۴٫۴ درصد رسیده که نشان دهنده موفقیت اقدامات انجام شده برای رشد و توسعه اقتصادی کشور است. در همین ارتباط، بیش از ۲ میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب شده که قدمی بزرگ و البته ناکافی است.

شریعتمداری تصریح کرد: از مجموع ۸۵ هزار واحد تولیدی کشور حدود یک هزار و ۲۰۰ واحد دارای مشکل هستند که ۵۰۰ واحد از این تعداد در رکود به سر می برند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه سال ۹۷، خوبی از نظر اقتصادی برای کشور خواهد بود، افزود: رشد ۱۷ درصدی مجوزهای صادره نشانه امید برای گسترش و جذب سرمایه گذاری در کشور است.

وی تأکید کرد: ریزش و رویش در واحدهای صنعتی امری طبیعی است که اگر به اصلاح ساختار مالی، انسانی و زیرساختها منجر شود، به طور قطع مفید خواهد بود.

وزیر صنعت، معدن و تجارت همچنین به کارهای بی سابقه انجام شده در بخش معدن کشور اشاره و بیان کرد: برای نمونه، تولید

آنچه توانستیم لطف خدا بوده است

بانک پاسارگاد  
بانک برتر

## حرکت پایدار در مسیر موفقیت

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

EUROMONEY AWARDS FOR EXCELLENCE 2015  
EUROMONEY AWARDS FOR EXCELLENCE 2016  
EUROMONEY AWARDS FOR EXCELLENCE 2017

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰  
www.bpi.ir

برادر ارجمند

### جناب آقای سعید حاجی زاده

انتصاب مسرت بخش جناب عالی در سمت «مدیر کل روابط عمومی و بین الملل شهرداری تبریز» بشارت دهنده فرصتی پویا و سرشار از توفیق و نویدبخش تحول و توفیقات مستمر در این عرصه خطیر و تاثیرگذار است. با تبریک مجدد حضور شما عزیز گرانقدر، عزت، سربلندی و توفیقات روزافزون جناب عالی را برای خدمتی نیکو و ماندگار و مملو از توکل الهی در مسوولیت جدید آرزو دارم.

اسد فلاح  
رئیس هیات مدیره خانه مطبوعات استان آذربایجان شرقی

## سازمان آگهی ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

اقتصاد امن و چالشی به نام فساد اداری



یلدار اهدار  
عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران

در تعاریفی که از مفهوم یک اقتصاد امن ارائه شده، موضوع شفافیت و سلامت اداری و مالی به عنوان یکی از ارکان اصلی مسود توجه قرار گرفته است. سلامت اداری به این مفهوم که اطلاعات اقتصادی در دسترس همه شهروندان قرار داشته و رانت اطلاعاتی وجود ندارد. در نتیجه شفافیت کامل درآمد و مزایای مسئولان و کارمندان و استفاده از بانک‌های اطلاعاتی، ناهنجاری‌هایی نظیر فرار مالیاتی، اعمال نفوذ و تبانی در معاملات حکومتی، رشوه‌خواری، قاچاق، پارتی‌بازی در استخدام و توزیع رانت، عملاً وجود نخواهد داشت. در این یادداشت تلاش خواهد شد به بررسی جامعی از فساد اداری به عنوان یکی از موانع تحقق اقتصاد امن پرداخته شود.

رخ دادن فساد اداری در هر شکل و زمینه که باشد، مستلزم وجود دو وضعیت اساسی است که عبارتند از تمایل و فرصت؛ «تمایل» به ارتکاب تخلف و «فرصت» یا مهیا بودن شرایط محیطی مربوط. چنانچه تمایل و فرصت یکجا فراهم شود، فساد متولد خواهد شد و در صورت مهیا بودن سایر شرایط رشد خواهد کرد.

پیامدهای فساد اداری نیز بسیار قابل توجه است. در یک نگاه علمی وجود فساد باعث اتخاذ تصمیمات نادرست از سوی دیوان‌سالاران فاسد می‌شود؛ زیرا این جماعت از طرح‌های زیر استنادلدار، پرهزینه و سرمایه‌بر است که به سادگی حسابرسی نمی‌شوند حمایت می‌کنند تا آسان‌تر مبالغ هنگفتی را به سود خود برداشت کنند. فساد اداری باعث کند شدن رشد اقتصادی می‌شود، زیرا انگیزه سرمایه‌گذاری را برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی کاهش می‌دهد.

پژوهش‌های متعددی درباره میزان تأثیر استفاده از فناوری اطلاعات در کاهش فساد انجام شده است. نتایج یکی از این پژوهش‌ها حاکی از این است که فناوری اطلاعات نه تنها اثر مثبتی بر مدیریت فساد ندارد، بلکه در برخی موارد خود فرصت‌های جدیدی را برای فساد ایجاد می‌کند (نادانی فر، ۱۳۸۳). پژوهش دیگری به این نتیجه می‌رسد که فناوری اطلاعات می‌تواند فساد اداری را کاهش دهد، ولی نقش آن در کاهش فساد اداری در بخش دولتی نمی‌تواند نوشاردی مه‌ار آن تصور شود (هادوی‌نژاد و جاوید، ۱۳۹۴). افزایش اختلاس‌های موجود در شبکه بانکی توسط برخی مدیران، گواهی است بر این مدعا. هرچند برن‌سپاری بخش عمدی از خدمات دولتی توانسته است علاوه بر بهبود کیفیت خدمات دولتی به کاهش فساد اداری نیز کمک کند؛ لذا به نظر می‌رسد برای پیشگیری از بروز فساد باید کارهای بنیادین دیگری را انجام داد.

در ایران وجود دستگاه‌های نظارتی متعدد علاوه بر افزایش پیچیدگی‌های مبارزه با فساد اداری و اقتصادی، خود می‌تواند در از بین رفتن شفافیت مؤثر باشد. انتحارات وسیع، ساختار رانتی، سطح پایین کیفیت قوانین و عدم شفافیت گسترده موجب شده است متأسفانه ایران در سال‌های اخیر جایگاه مناسبی را در این زمینه نداشته باشد. سازمان شفافیت بین‌الملل سالانه وضعیت همه کشورها را از نظر سطح فساد بررسی و رتبه‌بندی می‌کند. یکی از پارامترهای ارزیابی وضعیت اقتصادی و اجتماعی کشورها، شاخص ادراک فساد است. این نوع فساد، معمولاً در قالب رشوه، اختلاس، تقلب، کلاهبرداری و اخاذی ظهور می‌کند. نگل‌هی به جایگاه و رتبه ایران از منظر شاخص فساد، به خوبی گویای تغییرات فساد در کشورمان است. روند فساد از سال ۲۰۰۵ رشد معناداری داشته که در سال ۲۰۰۹ به اوج خود می‌رسد. در آن سال ایران در رتبه ۱۶۸ جهان قرار داشت. این بررسی در سال‌های گذشته بین حدود ۱۷۰ الی ۱۸۰ کشور دنیا انجام شده و کشورهایی مثل دانمارک، فنلاند و نیوزیلند در بالای جدول و در زمره پاک‌ترین کشورها و کره شمالی، افغانستان و سومالی نیز در انتهای جدول قرار گرفته‌اند. با این‌همه به نظر می‌رسد برای رسیدن به سلامت اداری در ایران، باید به سرعت زمینه‌های پیدایش فساد اداری رفت: ارتقای سطح معیشت کارکنان دولت، بهره‌مندی از ثروت‌های سهول الوصول، وجود قوانین زیاد و دخالت‌های گسترده دولتی.

فساد و توسعه‌نیافتگی، همچون یک چرخه باطل به باز تولید یکدیگر می‌پردازند و به نوعی تضمین‌کننده یکدیگر هستند. این رابطه نامطلوب همواره ادامه می‌یابد تا زمانی که این چرخه به نوعی شکسته شود. تجربیات موفق سایر کشورهای جهان در این زمینه می‌تواند مفید باشد. مثلاً کشور ترکیه با تقویت بخش خصوصی و همچنین نهادین‌کردن فعالیت نهادهای جامعه مدنی و احزاب سیاسی توانست رابطه مناسبی میان سه بخش دولتی، خصوصی و جامعه مدنی برقرار سازد و از رهگذر این تعامل، فساد اداری را تحت کنترل درآورد. فرهنگ شایسته‌سالاری و پرهیز از نگاه‌های قومی، خویشاوندی و طایفه‌ای می‌تواند حلقه فساد را تنگ‌تر کند. توسعه زیرساخت‌هایی نظیر گردش آزاد اطلاعات، کاهش بوروکراسی اداری، پرهیز از بخشنامه‌های غافگیرکننده و خلق الساعه و بهادادن به رأی و نظر تشکل‌ها در این مسیر گره‌گشا خواهد بود. هنگامی که پدیده فساد به صورت سیستماتیک رخ می‌دهد برای مقابله با آن نیاز به راه‌حل‌های سیستماتیک وجود دارد. لذا باید اصلاحات جدی و هم‌راستا در سطوح مختلف سازمانی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و قضایی صورت پذیرد.

منبع: آینه‌نگار

# نعل وارونه بر دردهای اقتصاد ایران

سهام هر ایرانی از پول نفت چقدر است؟



پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد درآمد حاصل از صدور نفت و میعانات گازی ایران در سال ۱۳۹۷ حدود ۵۳ میلیارد دلار برآورد می‌شود که در این میان، سهم هر ایرانی از این درآمد ۶۶۲ دلار و ۵۰ سنت، معادل ۲۱۲ هزار و ۵۵۲ تومان در ماه خواهد بود؛ این در حالی است که مسئله سهم هر ایرانی از پول نفت سال‌هاست به دغدغه‌ای جدی در افکار عمومی ایران تبدیل شده و لحاظ کردن پیرانه تحت عنوان سهمی از درآمد نفت از سوی بخشی از جامعه ایران از یک سو و همچنین مناور برخی دیگر بر این مسئله در قالب سهم هر ایرانی از محل افزایش قیمت فروش فرآورده‌های نفتی سبب شده است تا سهم‌خواهی در این حوزه به مسئله‌ای جدی در ادبیات اقتصاد سیاسی ایران تبدیل شود.

به گزارش خبرآنلاین، برآوردهای غیرکارشناسی و عجیب از سهم هر ایرانی از درآمد نفت در حالی در سطح جامعه مطرح می‌شود که بررسی‌ها نشان می‌دهد درآمد نفتی ایران در قیاس با جمعیت کشور، رقم چندانی قابل توجهی نیست و توزیع این پول به فرضی محال در جامعه نیز نمی‌تواند گرهی از مشکلات اقتصادی ایران باز کند؛ آدرس غلطی که در این حوزه برخی اصلی بحران‌های اقتصادی در ایران از آن استفاده می‌کنند

برای روشن‌تر شدن موضوع بهتر است اعداد و ارقامی که در این قیاس مورد استفاده قرار می‌گیرند شفاف شود. همان‌گونه که اشاره شد، قیمت فروش هر بشکه نفت در سال آینده حدود ۵۵ دلار در نظر گرفته شده است، قیمت میعانات گازی به این ترتیب کمتر از ۵۵ دلار خواهد بود، اما برای سهولت قیاس قیمت مینا برای میعانات گازی نیز ۵۵ دلار در هر بشکه در نظر گرفته می‌شود. در این حالت ایران روزانه ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار بشکه نفت ۵۵دلاری را

عرضه می‌کند. مجموعه درآمد ایران از محل فروش نفت باید در عدد ۳۶۵ روز سال ضرب شود، رقم دقیق این درآمد ۵۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار است که با توجه به احتمالات رقم بالادستی ۵۳ میلیارد دلار محاسبه می‌شود. این درآمد بدیهی است که باید به ریال تبدیل شود. طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته در روز گذشته، رقم دلاری حاصل باید در ۳۸۵۰ تومان، یعنی نرخ معادل دلار در لایحه بودجه سال آینده ضرب شود. در این صورت کل رقم ریالی حاصل از فروش نفت ۲۰۳ هزار میلیارد تومان خواهد بود که با تقسیم بر جمعیت ۸۰ میلیون نفری ایران، سهم هر فرد ایرانی از این درآمد به ۲ میلیون و ۵۵۰ هزار و ۶۲۵ تومان می‌شود. حتی اگر قیمت پروژهای نفتی به خود اختصاص می‌دهد. در عین حال صندوق توسعه ملی برای پروژه‌های توسعه‌ای سهمی از این درآمد را بابت هزینه‌های استخراج نفت و اداره امور پروژه‌های نفتی به خود اختصاص می‌دهد. در عین حال صندوق توسعه ملی برای پروژه‌های توسعه‌ای سهمی از این درآمد را ذخیره می‌کند و بخش سوم نیز سهمی است که برای هزینه‌کرد در قالب بودجه در نظر گرفته می‌شود.

سهم شرکت ملی نفت از درآمد‌های حاصل شده برابر ۱۴٫۵ درصد و سهم صندوق توسعه ملی برابر با ۲۲ درصد است که اولی طبق محاسبات مذکور حدود ۲۹٫۵ هزار میلیارد تومان و دومی حدود ۶۲٫۵ هزار میلیارد تومان است. بر این اساس ۱۱۱ هزار میلیارد تومان نیز برای هزینه‌کرد در

**پول نفت کجا هزینه می‌شود؟**  
بی‌تردید اغلب کشورهای

نفت‌خیز، درآمد نفتی خود را در ساختار و روش‌هایی برای نسل حاضر و آتی هزینه می‌کنند. ایران سال‌ها در غیاب سیستم ذخیره‌سازی درآمد نفت، نفت را به عنوان سرمایه‌ای برای نسل حاضر در نظر می‌گرفت و با هزینه‌کرد تمام منابع حاصل از آن، نسل آینده را بی‌بهره می‌گذاشت. این در حالی است که نفت درآمدی بین‌نسلی ایجاد کرده و بی‌تردید هزینه‌های تمام و کمال این درآمد برای هیچ کشوری مسیر توسعه را نمی‌گشاید.

**پول نفت کجا می‌رود؟**  
طبق قانون در شرایط کنونی درآمد حاصل از نفت در سه حوزه هزینه می‌شود؛ اول شرکت ملی نفت سهمی از این درآمد را بابت هزینه‌های استخراج نفت و اداره امور پروژه‌های نفتی به خود اختصاص می‌دهد. در عین حال صندوق توسعه ملی برای پروژه‌های توسعه‌ای سهمی از این درآمد را ذخیره می‌کند و بخش سوم نیز سهمی است که برای هزینه‌کرد در قالب بودجه در نظر گرفته می‌شود. سهم شرکت ملی نفت از درآمد‌های حاصل شده برابر ۱۴٫۵ درصد و سهم صندوق توسعه ملی برابر با ۲۲ درصد است که اولی طبق محاسبات مذکور حدود ۲۹٫۵ هزار میلیارد تومان و دومی حدود ۶۲٫۵ هزار میلیارد تومان است. بر این اساس ۱۱۱ هزار میلیارد تومان نیز برای هزینه‌کرد در



مهم‌ترین عوامل ترک کار در ۵ سال گذشته در ایران چه بوده است؟

**۱۲ سال و ۲ ماه؛ میانگین مدت اشتغال شاغلان ایرانی**

۳۰ سال است. همچنین طول مدت اشتغال در شغل اصلی برای حدود ۱٫۸ میلیون نفر بیش از ۳۰ سال است که ۷٫۸ درصد از نیروی کار را شامل می‌شود. نتایج این گزارش رسمی نشان می‌دهد نیروی کار کشور از نظر طول مدت اشتغال بسیار جوان است و طول مدت اشتغال بیش از ۱۵٫۶ میلیون نفر از نیروی کار کشور معادل ۶۸٫۷ درصد از شاغلان، کمتر از ۱۵ سال است. بر این اساس، میانگین طول مدت اشتغال در کشور حدود ۱۲٫۲ سال برآورد می‌شود که این شاخص برای زنان حدود ۱۱ سال و برای مردان نیز حدود ۱۲٫۵ سال برآورد می‌شود. یافته‌های این گزارش رسمی حاکی از آن است که مدت اشتغال برای مردان و زنان کمی متفاوت است و هرچه طول مدت اشتغال افزایش می‌یابد، نقش زنان کم‌رنگ‌تر می‌شود. به عبارت دیگر، زنان با اشتیاق بیشتری وارد عرصه فعالیت اقتصادی می‌شوند ولی بسیار زودتر از مردان از نیروی کار کشور خارج می‌شوند که دلیل آن را می‌توان به عوامل اجتماعی از قبیل ازدواج، داشتن فرزند و... مرتبط دانست. نتایج حاصل از مطالعه شاخص طول مدت اشتغال در شغلی اصلی همچنین نشان می‌دهد، بیش از ۱٫۸ میلیون نفر از شاغلان که فقط ۷٫۸ درصد از نیروی کار را تشکیل می‌دهد، بیش از ۳۰ سال در شغل اصلی خود فعالیت دارند. گفتنی است طول مدت اشتغال در شغل اصلی به متغیرهایی چون موقتی بودن شغل، تعطیلی کارگاه

دریچه

چرا قیمت کالاهای خام در بازار جهانی رو به افزایش است؟

علمکرد قابل قبول اقتصاد جهانی در سال‌های اخیر بالاخره اثر خود را در بازار کالاهای خام نشان داده است. در سال گذشته میلادی برای اولین بار از سال ۲۰۱۰ اقتصادهای مهم جهان شامل آمریکا، چین، اتحادیه اروپا و ژاپن هم‌زمان نرخ رشد بالاتری را نسبت به سال قبلی (سال ۲۰۱۶) تجربه کردند. قیمت نفت، مس و شاخص ترکیبی قیمت مواد خام – که از سوی بلومبرگ منتشر می‌شود و ۲۲ کالای خام را دربر می‌گیرد- به بالاترین سطح خود از نوامبر ۲۰۱۴ تاکنون رسیده‌اند. با توجه به اینکه چندین دوره سه‌ماهه است که بازارهای جهانی شاهد بهبود تقاضا هستند، پس چرا چنین بهبود محسوسی تا این حد دیر اثر خود را در بازار کالاهای خام نشان داده است؟ و مهم‌تر اینکه این روند صعودی دیرهنگام چقدر پایدار خواهد بود؟ به بیان بهتر، بهبود اقتصاد جهانی اثر خود را با چند دوره تأخیر در بازار جهانی کالاهای خام نشان داده است؛ اثر دیرهنگامی که مشخص نیست تا چه مدت تداوم داشته باشد.

توجیه علت واکنش دیرهنگام بازار کالاهای خام به بهبود اقتصاد جهانی نسبتاً ساده است. سال‌ها رشد بی‌وقفه تولید نفت، فلزات اساسی و غلات باعث شده بود که جهان با مازاد کالاهای خام مواجه باشد. مثلاً بر اساس آمارهای آژانس بین‌المللی انرژی، در ماه نوامبر ۲۰۱۵ موجودی انبارهای نفت در جهان به سقف تاریخی خود رسید؛ وضعیتی که در نهایت کشورهای عضو بزرگ‌ترین کارتل نفتی جهان یعنی اوپک را با آن داشت تا تولید خود را محدود کرده و با از بین بردن مازاد عرضه در بازار نفت، قیمت‌ها را به مسیر صعودی بازگرداندند. چین نیز همین رویه را برای برخی از بخش‌های معدنی خود پیاده کرد. در سال ۲۰۱۶ تعداد روزهای کاری در معدن زغال‌سنگ چین از ۳۳۰ روز به ۲۷۶ روز کاهش یافت و تولید فولاد این کشور نیز تقریباً با ۵۰ درصد کاهش، به ۶۵ میلیون تن در ماه محدود شد. این اقدامات اگرچه در ابتدا چندان مؤثر به نظر نمی‌رسیدند اما پس از آنکه ذخایر مازاد قبلی به دلیل تقاضای قوی در بازار، به مصرف رسیدند، روند صعودی قیمت‌ها آغاز شد.

در مقابل، پاسخ سؤال دوم یعنی اینکه روند صعودی قیمت کالاهای خام در بازارهای جهانی تا چه زمانی پایدار خواهد بود، چندان ساده و بدون ابهام نیست. چشم‌انداز کوتاه‌مدت اقتصاد جهانی بسیار امیدوارکننده است؛ در آمریکا روند ایجاد شغل‌های جدید همچنان با سرعت خوبی پیش می‌رود و آثار مثبت احتمالی تصمیم دونالد ترامپ مبنی بر کاهش نرخ مالیات موجب اطمینان خاطر بنگاه‌های اقتصادی شده است؛ تولیدکنندگان اروپایی روزهای خوبی را می‌گذرانند و اقتصاد چین نیز ثابت کرده است که با وجود کاهش اجباری ظرفیت‌های تولیدی به‌منظور تخلیه حباب مالی، از استحکام لازم برخوردار است. علاوه بر این، سایر اقتصادهای نوظهور به‌ویژه برزیل و روسیه نیز دوباره قدم در مسیر رشد گذاشته‌اند. با این اوصاف به نظر می‌رسد اقتصاد جهانی در سال ۲۰۱۸ نیز مانند سال ۲۰۱۷ رشد مناسبی خواهد داشت و بدین ترتیب تقاضای بیشتری برای کالاهای خام ایجاد خواهد شد.

در بلندمدت اما ممکن است دوباره شاهد کاهش قیمت‌ها باشیم. قیمت نفت که به لطف توافق فریز نفتی اوپک توانسته است خود را به سطحی بالاتر از ۶۰ دلار در هر بشکه برساند، احتمالاً با پایان یافتن مدت این توافق در واپسین هفته‌های سال ۲۰۱۸ و افزایش سطح تولید کشورهای عضو اوپک، کاهش نسبی را تجربه خواهد کرد. حتی اگر موفقیت‌های اوپک فراتر از انتظار باشد و روند صعودی قیمت نفت ادامه یابد، تولیدکنندگان نفت شیل در آمریکا شرایط را برای تولید بیشتر در راستای افزایش سودآوری خود مهیا خواهند دید و بدین ترتیب عرضه نفت در بازار افزایش خواهد یافت. از طرفی اگر قیمت کالاهای خام به‌ویژه فلزات اساسی همچنان در سطحی و سوسه‌کننده باقی بماند، احتمالاً چین تصمیم به افزایش ظرفیت تولید خود گرفته و حتی سرمایه‌گذاری‌های جدیدی را نیز آغاز خواهد کرد. در بازار محصولات کشاورزی اما هیچ کارتل قدرتمندی مانند اوپک وجود ندارد تا تولیدکنندگان را جهت مذاکره در مورد کاهش سطح تولید گرد هم آورد؛ به همین دلیل برداشت فوق‌العاده غلات و دانه‌های روغنی پرمصرف (گندم، جو و دانه سویا) در سال‌های اخیر موجب سرکوب قیمت این محصولات شده است. سطح ذخایر انبارهای محصولات کشاورزی همچنان در حال افزایش است و رشد قیمتی ناشی از وقوع یخبندان در آمریکای شمالی طی نخستین روزهای سال ۲۰۱۸ به احتمال زیاد موقتی خواهد بود.

به‌طورکلی باید اذعان داشت شرایط بازارهای جهانی به‌گونه‌ای است که تولیدکنندگان کالاهای خام – که طی این سال‌ها تلاش کرده‌اند تا محدود کردن عرضه خود، به رشد قیمت‌ها کمک کنند- هنوز هم برای برداشتن محدودیت‌های عرضه باید جانب احتیاط را رعایت کنند.

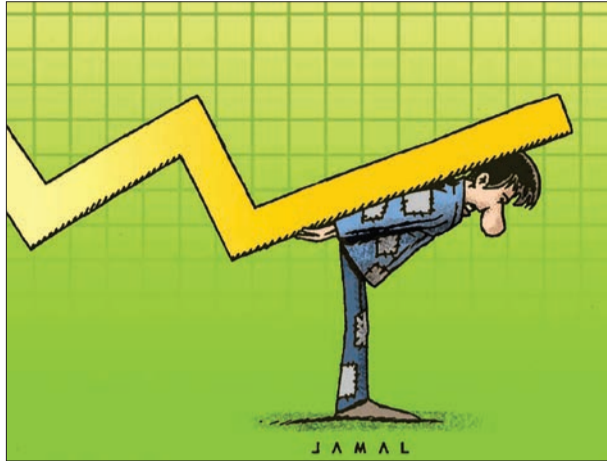
### میزان عیدی ۹۷ کارگران مشخص شد

حداقل عیدی کارگران یک میلیون و ۸۵۰ هزار تومان و حداکثر عیدی ۲ میلیون و ۷۸۰ هزار تومان برای سال ۹۷ است. به گزارش تسنیم، یکی از مهم‌ترین موارد کارمندان، کارگران و صاحبان کار در پایان سال میزان پرداخت عیدی و سنوات است، این موارد کاملاً وابسته به میزان پایه حقوق تعیین و پرداخت می‌شود. تمامی کارگاه‌های مشمول قانون کار موظف به پرداخت عیدی و سنوات به هر یک از کارگران خود هستند، که مبنای محاسبه آن یک سال کار معادل ۶۰ روز آخرین مزد، به عنوان عیدی یک از کارکنان نباید از معادل ۹۰ روز معادل مزد روزانه قانونی تجاوز کند. همچنین مبلغ پرداختی به کارکنانی که کمتر از یک سال در کارگاه کار کرده‌اند باید به ماخذ ۶۰ روز مزد و به نسبت ایام کارکرد در سال محاسبه گردد و مبلغ پرداختی از این بابت برای هر ماه کند از یک دوازدهم سقف تعیین شده در فوق تجاوز کند. بر این اساس، جزییات حقوق و عیدی کارگران یک میلیون و ۸۵۰ هزار تومان و حداکثر عیدی ۲ میلیون و ۷۸۰ هزار تومان برای سال ۹۷ است.

### امواتی که مشمول دریافت سود سهام عدالت هستند

آن دسته از مشمولانی که تا ۳۱ مرداد امسال شماره شبای حساب بانکی خود را در سامانه سهام عدالت ثبت کرده‌اند و پس از این مدت فوت شده‌اند، مشمول دریافت سود سهام عدالت هستند. به گزارش تسنیم، از اواخر فروردین‌ماه امسال این امکان در سامانه سهام عدالت به‌وجود آمده است تا مشمولان سامانه عدالت با ثبت شماره شبای حساب بانکی خود در این سامانه، از سود سال مالی ۹۵ شرکت‌های حاضر در پرتفوی سهام عدالت در ماه‌های پیش رو بهره‌مند شوند. بر این اساس از هفته گذشته نیز مرحله نخست سود سهام عدالت مشمولان به حساب آنها در حال واریز شدن است که مطابق آن مشمولانی که میزان سهام عدالت آنها یک میلیون تومان است (شامل مشمولان مددجوی کمیته امداد سازمان بهزیستی و نیز افرادی که از محل آورده نقدی خود اقدام به تسویه مانده بدهی اقساط سهام خود کرده‌اند) بابت عملکرد سود سال مالی ۹۵ شرکت‌های سرمایه‌پذیر، ۱۵۰ هزار تومان سود دریافت خواهند کرد که البته این سود به‌مرو و طی دو یا سه مرحله به حساب آنها واریز خواهد شد که در مرحله اول، این افراد ۵۰ هزار تومان سود می‌گیرند. همچنین افرادی هم که سهام عدالت آنها کمتر از یک میلیون تومان ارزش دارد، به‌نسبت ارزش سهام خود سود سهام عدالت دریافت خواهند کرد. بر این اساس سود سهام عدالت افرادی که مالک ۵۳۲ هزار تومان سهام عدالت هستند، در مرحله اول ۲۶۶۰۰ تومان است. البته مجموع سود پرداختی به این افراد در سال جاری حدود ۷۹ هزار تومان است.

## در خودماندگی بودجه ۹۷



ابعاد کلان بودجه و چشم‌انداز اقتصاد ایران در سال آینده به روایت مرکز پژوهش‌های مجلس

**فرصت امروز:** مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی به بررسی ابعاد کلان بودجه و چشم‌انداز اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۷ پرداخته است. از نگاه بازاری پژوهشی مجلس، اقتصاد ایران در حالی به استقبال بودجه سال آینده می‌رود که متغیرهای اصلی اقتصاد کلان تصویر به‌نسبت قابل قبولی از وضعیت حاضر نشان می‌دهند. رشد اقتصادی حدود ۴.۱ درصد برای سال ۱۳۹۶ پیش‌بینی می‌شود و نرخ تورم نیز حدود ۱۰.۵ درصد برآورد می‌شود که با تجربه اقتصاد ایران قابل قبول است.

همچنین نرخ ارز به‌رغم تلاطمات ماه‌های اخیر، در این سال‌ها وضعیت به‌نسبت باثباتی داشته و انتظار تداوم آن در سال ۱۳۹۶ می‌رود و اگرچه همچنان تعداد بیکاران و جمعیت غیرفعال زیاد است، اما روند اشتغال‌زایی براساس آمارهای موجود بهبود نشان می‌دهد.

اما با این حال، در پس این ظاهر به‌نسبت آراسته، وجود مشکلات حاد و مزمونی نظیر وضعیت نظام بانکی، صندوق‌های بازنشستگی، کسری بودجه و انباشت تصاعدی بدهی‌های عمومی، بیکاری جوانان تحصیلکرده، کاهش درآمد حقیقی خانوارها، محیط زیست و... نشان می‌دهد که تداوم وضعیت موجود دشوار و توجه عاجل به این موضوعات دارای اهمیت کلیدی است.

بودجه سال ۱۳۹۷ بیشتر از آنکه معطوف به مسائل یادشده باشد، به نوعی در خودماندگی گرفتار شده است، به نحوی که از وجود مختلف بودجه اینگونه استنباط می‌شود که تامین منابع مالی لازم برای تامین کسری و انجام هزینه‌های اجتناب‌ناپذیر روح اصلی آن را شکل می‌دهد. استفاده گسترده از منابع صندوق توسعه ملی، کاهش افراد دریافت‌کننده یارانه، افزایش قیمت حامل‌های انرژی، تامین منابع از طریق انتشار اوراق تعهدزا و تعدیل نرخ ارز ضمنی بودجه ازجمله رویکردهای بودجه برای این منظور بوده است. این در حالی است که این منابع برای بودجه پایدار نیستند و مشخص نیست با تداوم وضعیت فعلی هزینه‌های عمومی، در سنوات آتی چگونه قرار است هزینه‌های مذکور تامین مالی شود.

بر اساس این گزارش، با توجه به شرایط فعلی اقتصاد ایران و ویژگی‌های بودجه سال ۱۳۹۷ انتظار می‌رود رشد اقتصادی به حدود ۳ درصد و نرخ تورم به

حدود ۱۱.۵ درصد برسد و همچنین در صورت افزایش قیمت حامل‌های انرژی برآورد می‌شود ۲.۸ درصد به نرخ تورم اضافه شود. از نظر بازار ارز نیز مشروط به عدم وقوع شوک‌های ناشی از عوامل خارج از حوزه اقتصاد، ثبات نسبی این بازار در سال آتی مورد انتظار است و متوسط نرخ ۴۴۵۰ - ۴۳۰۰ برای فصل زمستان سال ۱۳۹۷ برآورد می‌شود.

**چشم‌انداز**  
با توجه به رویکرد انقباضی بودجه سال ۱۳۹۷، در بهترین حالت می‌توان گفت که بودجه عمومی دولت کمکی به رشد اقتصادی سال ۱۳۹۷ نخواهد کرد. از طرف دیگر با توجه به وضعیت بازندگی در سال جاری و فقدان ظرفیت مازاد در بخش نفت و عمده بخش‌های صنعتی اصلی، انتظار می‌رود رشد اقتصادی در سال ۱۳۹۷ پایین‌تر از سال ۱۳۹۶ باشد. برآورد رشد اقتصادی برای سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ به ترتیب ۴.۱ و ۳ درصد ارائه شده است.

اشتغال‌زایی گسترده از طریق تزریق منابع مالی از سیستم بانکی انطور که در لایحه بودجه سال ۱۳۹۷ پیش‌بینی شده، سیاستی است که نتیجه آن از قبل با توجه به تجربه‌های قبلی مشخص است. این سیاست جدای از اینکه می‌تواند زمینه انحراف منابع به بخش‌های نامولد را فراهم کند، با توجه به فقدان پشتوانه کارشناسی مناسب و تقلیل مسئله اشتغال‌زایی به کمبود منابع مالی ارزان‌قیمت، می‌تواند تلاش‌های فعلی در این زمینه نظیر طرح اشتغال فراگیر را که از برخی ویژگی‌های حداقلی کارشناسی برخوردار است نیز

موفقیت هدفگذاری فعلی بانک مرکزی برای کاهش نرخ سود بانکی به ۱۵ درصد نیز محل تردید است. از طرف دیگر همین عوامل بر رشد نقدینگی نظیر سال‌های اخیر موثر خواهد بود.

حذف دهک‌های بالای درآمدی از دریافت یارانه نقدی و اختصاص بخشی از عواید ناشی از آن به دهک‌های پایین درآمدی، به لحاظ اقتصادی قابل دفاع است و موجبات بهبود توزیع درآمد را فراهم می‌کند. با این حال دو نکته مهم در این زمینه آن است که اولاً شناسایی افراد برای حذف با خطای حداقلی صورت گیرد که ظاهراً در حال حاضر امکانات آن فراهم نیست. ثانیاً بهتر است افزایش پرداخت یارانه نقدی به خانوارهای واقع در دهک‌های درآمدی پایین به جای پرداخت یکسان با توجه به فاصله آنها از خط فقر صورت گیرد. ثالثاً در برخی سناریوها پرداخت یارانه نقدی بیشتر به دهک‌های درآمدی منجر به جابه‌جایی بین دهک‌ها می‌شود. به عنوان مثال اگر همه رقمی که قرار است به یارانه دهک‌های پایینی اضافه شود به دهک اول روستایی پرداخت شود، این دهک به دهک سوم منتقل خواهد شد.

**توصیه‌ها**  
مرکز پژوهش‌های مجلس در پایان این گزارش، با توجه به شرایط اقتصاد ایران و وضعیت بودجه چند توصیه سیاستی برای دولت دوازدهم دارد.  
- بازنگری در هزینه‌های دولت از طریق حذف برخی هزینه‌های غیرضروری و افزایش بهره‌وری خدمات اجتماعی نظیر خدمات حوزه سلامت ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.  
- بازنگری در نظام بازنشستگی کشوری ازجمله تغییر ساختار صندوق‌های بازنشستگی و افزایش میانگین سن بازنشستگی در دست اقدام قرار گیرد.  
- سیاست‌های اقتصادی را به طور هدفمند ساماندهی کند و از آسمان و ریسمان کردن برای توجیه سیاست‌های غیرضروری اجتناب کند. به عنوان مثال، در افزایش قیمت حامل‌های انرژی، هدف اصلی آن که همان معطوف بودن سیاست به افزایش بهره‌وری انرژی است پیگیری شود. متوسل شدن به اشتغال‌زایی و... برای توجیه این سیاست‌ها تنها منجر به پیچیده‌تر شدن مسائل و کاهش سرمایه‌های اجتماعی می‌شود.

### استارت‌آپ‌ها ارز را برای شما جابه‌جا می‌کنند

فین‌تک‌ها به کمک می‌آیند  
جابه‌جایی پول از ایران به یک کشور دیگر، واریز پول به شرکت‌های بین‌المللی، دریافت خدمات از هر نهاد خارجی با واریز پول و ارز (ثبت‌نام دانشگاه، ثبت‌نام در آزمون‌های بین‌المللی مانند IELTS و...) به دلیل اینکه ایرانیان امکان استفاده از مستر کارت، ویزا کارت و... را به راحتی ندارند و بانک‌های بین‌المللی هم در ایران شعبه‌ای ندارند و همچنین بانک‌های ایرانی هم رابطه‌ای با بانک‌های خارجی و بین‌المللی ندارند، همیشه کاری بسیار پیچیده و سخت است که اگر گرفتار آن شوید خیلی وقت‌ها مجبور می‌شوید عطای آن کار را به لقایش ببخشید. معمولاً در این شرایط کارهایی که از دست شما برمی‌آید یا کمک گرفتن از یک دوست و آشنای خارج‌نشین (که ویزاکارت داشته باشد) است، یا خرید ویزاکارت‌ها و مستر کارت‌های اینترنتی که اعتماد چندانی به آنها وجود ندارد و یا رفتن به صرافی و پرداخت پیچیده پول از طریق واسطه و البته با هزینه است. به گزارش اتاق تهران، اما در این میان حالا استارت‌آپ‌هایی پا به میدان گذاشته‌اند و در این زمینه فعال شده‌اند تا با دوزدن این راه‌های پیچیده، کار شما فناوری مالی به معنای کاربرد نوآورانه فناوری در ارائه خدمات مالی استوار هستند. استارت‌آپ‌هایی مانند «پرشین دانشجو»، «بران پی»، «پی پول» و حتی «پیمنت۲۴» که در شیراز فعال است و تلاش می‌کنند تا راه‌هایی را پیش روی دانشجویان و افرادی که قصد جابه‌جایی و یا واریز پول به یک شرکت، موسسه یا نهاد خارجی را دارند، بگذارند. برای مثال تصور کنید قصد گرفتن ویزای استرالیا را دارید و باید همه کار را از طریق وبسایت اداره مهاجرت این کشور انجام دهید و در نهایت پیمنت۲۴ که در شیراز فعال است و تلاش می‌کنند تا این کار را برای ماه آینده می‌خواهد امتحان TOEFL یا IBT، GRE، IELTS و... بدهید و باید پول واریز کنید و یا برای تشکیل پرونده گرفتن پذیرش دانشگاه نیازمند واریز پول هستید و... این کارها را چگونه باید انجام دهید و این پول‌ها چگونه باید واریز شوند؟ در واقع استارت‌آپ‌هایی مانند «پرشین دانشجو» که بیشتر هم به دانشجویان خدمات ارائه می‌دهند، در این مواقع به عنوان واسطه عمل می‌کنند و از طرف شما این کار را انجام می‌دهند. همچنین یکی دیگر از خدمات این استارت‌آپ این است که اگر خانواده‌ای دانشجویی در خارج از کشور داشته باشند و امکان واریز پول برای او به راحتی وجود نداشته باشد، این استارت‌آپ مسئولیت این کار را برعهده می‌گیرد. البته آنها در مقابل خدماتی که ارائه می‌دهند پول دریافت می‌کنند ولی این هزینه خیلی کمتر از جابه‌جایی و نقل و انتقال پول از سوی صرافی‌ها است. اما اگر شما به دنبال جابه‌جایی پول بیش از امور دانشجویی هستید باید از استارت‌آپ‌های دیگری کمک بگیرید که فراتر از سایت‌هایی مانند «پرشین دانشجو» فعالیت دارند. سایت‌هایی مانند «ایران پی (پرداخت ایران)» و «پی پول (پرداخت پول)» و... استارت‌آپ‌هایی که کمک می‌کنند تا مشکلی در زمینه ارز و پرداخت نداشته باشید. ایران پی حتی به گردشگران خارجی هم که به کشورمان سفر می‌کنند با ارائه کارت خدمات ارائه می‌دهد؛ کارت‌هایی که در آن معادل ارز به ریال پول هست و حتی به شبکه شتاب هم متصل هستند و امکان خرید را با کارت برای گردشگران خارجی فراهم می‌کند.



شرکت آب و فاضلاب استان گلستان

## تجدید فراخوان مناقصه عمومی

### یک مرحله ای

نوبت دوم

**شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان** به عنوان دستگاه مناقصه گزار در نظر دارد مناقصه مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

موضوع مناقصه: عملیات اجرایی تهیه، توسعه و اصلاح شبکه توزیع آب محلات جنوبی گوهران بشاگرد

مبلغ برآورد اولیه: ۳/۹۰۵/۰۴۷/۸۷۶ ریال (سه میلیارد و نهصد و پنج میلیون و چهل و هفت هزار و هشتصد و هفتاد و شش ریال).

(اعتبار پروژه فوق از طریق اسناد اعتباری اوراق مشارکت و اسناد خزانه اسلامی تامین میگردد)

مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۱۹۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال (یکصد و نود و شش میلیون ریال).

رتبه و رشته مورد نظر: ۵ آب

مبلغ خرید اسناد: مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب سپهر ۰۱۰۲۹۳۴۹۹۰۰۰۳ بانک صادرات شعبه گلشهر جهت فروش اسناد مناقصه

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۲ تاریخ ۹۶/۱۰/۲۴ تا ساعت ۱۴ تاریخ ۹۶/۱۱/۰۱.

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۴ مورخ ۹۶/۱۱/۱۵.

زمان بازگشایی پاکت‌ها: ساعت ۱۰ مورخ ۹۶/۱۱/۱۸.

محل بازگشایی: سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان و حضور یک نفر نماینده از طرف هر یک از پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی پیشنهادها آزاد است.

امتیاز کیفی لازم: پیشنهادات واصله پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران و احراز حداقل امتیاز لازم (۶۵)بازگشایی خواهد گردید.

پیشنهاد دهندگان موظف می باشند اسناد مناقصه را از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم شامل پاکت الف، ب و ج تهیه و به صورت فایل‌های pdf در سامانه فوق درج نمایند.

سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف و ارزیابی کیفی آدرس: بندرعباس - بلوار ناصر - جنب بیمارستان شریعتی - شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان (امور قراردادهای) تلفن ۳۳۲۵۰۵۸۲-۸۶-۸۷

سایت اینترنتی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به نشانی: [WWW.Abfa.Hormozgan.com](http://WWW.Abfa.Hormozgan.com) اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس تهران ۲۷۳۱۳۱۳۱: دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸.

روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان

۳۳۶



شرکت آب و فاضلاب استان گلستان

## فراخوان شناسایی سرمایه گذاران جهت احداث نیروگاه خورشیدی به ظرفیت حداقل ۳۰ مگاوات به روش B00

نوبت دوم

**شرکت آب و فاضلاب استان گلستان** به عنوان دستگاه مزایده گزار و سرمایه پذیر، در نظر دارد زمین‌های مستعد خود به مساحت تقریبی ۸۰ هکتار جهت احداث نیروگاه‌های خورشیدی به ظرفیت حداقل ۳۰ مگاوات واقع در منطقه گنبد در قبال دریافت اجاره بیهه برای مدت محدود و طبق شرایط مندرج در اسناد ارزیابی، به سرمایه گذاران حقیقی و حقوقی واجد شرایط واگذار نماید.

الف- شرح مختصری از پروژه:

-دوره احداث: حداکثر ۶ (شش) ماه جهت اخذ مجوز، ۱۲ (دوازده) ماه جهت ساخت نیروگاه

-دوره بهره برداری تجاری: حداکثر ۲۰ سال و براساس مدل مالی تجاری

-محل احداث پروژه: تصفیه خانه فاضلاب گنبد

- سرمایه پذیر: شرکت آب و فاضلاب استان گلستان

شرح عملیات:

شرح عملیات عبارت است از اجاره زمین‌های تحت تملک شرکت آب و فاضلاب استان گلستان واقع در منطقه گنبد جهت احداث نیروگاه خورشیدی برای تولید برق با ظرفیت حداقل ۳۰ مگاوات به شرط سرمایه گذاری (تامین مالی، طراحی و مهندسی، تامین مصالح و تجهیزات، احداث تاسیسات و ساختمانهای نیروگاه خورشیدی، حمل، نصب و راه اندازی تجهیزات، تامین برق، انجام آزمایشات عملکردی و اخذ تاییده شروع دوره بهره برداری، مدیریت و راهبری، تعمیر و نگهداری و در صورت نیاز بازسازی، بیمه، اخذ مجوزهای فروش) (کلیه مجوزهای قانونی جهت ساخت نیروگاه و فروش برق) و فروش و عرضه برق تولیدی) مطابق شرایط و مشخصات فنی مندرج در اسناد ارزیابی در طول دوره بهره برداری تجاری به مدت ۲۰ سال

ب- شرایط سرمایه گذار:

-امکان تامین سرمایه مورد نیاز و داشتن سابقه مدیریتی، اجرایی و بهره برداری پروژه مشابه

مهلت خرید اسناد: از تاریخ ۹۶/۱۰/۲۳ الی ۹۶/۱۱/۸

تاریخ تحویل اسناد: ساعت ۱۴ مورخ ۹۶/۱۱/۲۵

تاریخ بازگشایی اسناد: ساعت ۹ صبح مورخ ۹۶/۱۱/۲۸

محل تهیه اسناد ارزیابی: سایت پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات کشور - شماره فراخوان: ۳۱۴۸۳۴۰

محل تحویل اسناد: دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب استان گلستان به نشانی گرگان- میدان بسیج- سایت اداری استان تلفکس: ۰۱۷۳۲۴۴۳۰۶ - ۴ - ۰۱۷۳۲۴۴۸۰۳۳۱

شناسه آگهی: ۱۳۰۲۹۸

شرکت آب و فاضلاب استان گلستان

۳۳۷

نرخنامه

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۶۰۵,۰۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۳۹,۶۰۰	▲
سکه بهار آزادی	۱,۴۶۹,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۴۸۸,۳۰۰	▼
نیم سکه	۷۲۲,۵۰۰	▲
ربع سکه	۴۲۰,۰۰۰	▼
سکه گرمی	۲۸۲,۰۰۰	

نرخ سکه و طلا

نوع ارز	قیمت (تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۳۹۹	▼
یورو اروپا	۵,۴۶۵	▲
پوند انگلیس	۶,۰۶۵	▲
درهم امارات	۱,۲۰۸	▼

نرخ ارز نقدی

بانکنامه

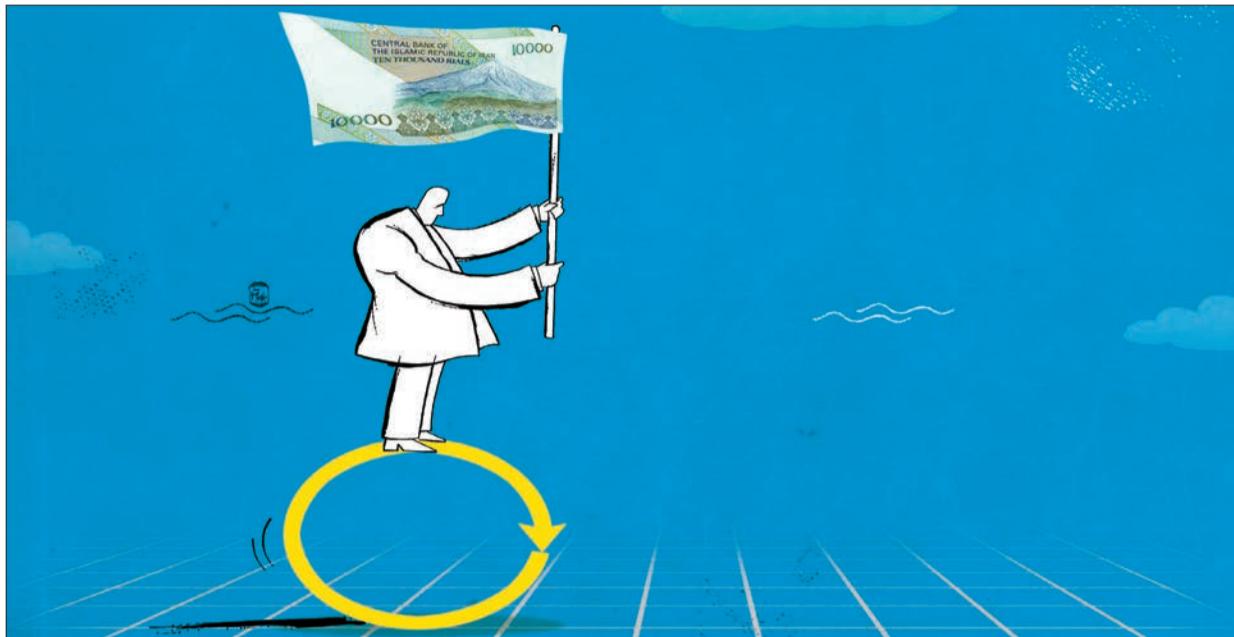
قهرمانی تیم بانک پاسارگاد در مسابقات فوتسال کانون بانکها و موسسات خصوصی



در دهمین دوره از مسابقات فوتسال کانون بانکها و موسسات اعتباری خصوصی، تیم بانک پاسارگاد با اقتدار قهرمان شد. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، در دهمین دوره از مسابقات فوتسال کانون بانکها و موسسات اعتباری خصوصی، تیم بانک پاسارگاد موفق شد با نتیجه ۳ بر ۲ تیم بانک شهر را شکست داده و قهرمان این مسابقات شود. در دیدار رده بندی نیز تیم بانک سامان با پیروزی بر تیم بانک قوامین در رده سوم این رقابتها ایستاد. گفتنی است تیمهای بانک پاسارگاد، بانک شهر، بانک سامان، بانک آینده، بانک سینا، بانک دی، موسسه اعتباری ملل، بانک انصار، بانک سرمایه و بانک قوامین در این دوره از مسابقات حضور داشتند.

منابع مالی افزایش وام ازدواج از کجا تامین می شود؟

# سوال بی جواب وام ۱۵ میلیونی ازدواج



با وجود این که پیشنهاد مجلس برای افزایش وام ازدواج به ۱۵ میلیون تومان با توجه به شرایط موجود چندان از سوی بانکها قابل پذیرش نبود و تامین منابع لازم را شرط اصلی پرداخت می دانستند، قبل از این که در مجلس به تصویب نهایی برسد دولت پیشدستی کرده و از موافقت با آن خبر داده است، اما تاکنون هیچ مسئول اقتصادی یا بانکی در رابطه با چگونگی تامین منابع لازم برای افزایش ۵۰ درصدی وام ازدواج پاسخی ارائه نکرده است. به گزارش ایسنا، بعد از افزایش پرچالش وام ازدواج از ۳ به ۱۰ میلیون تومان در سال ۱۳۹۵ که با پیشنهاد رشد ۳۰۰ درصدی از سوی مجلس همراه شده و بانکها هم به دلیل کمبود منابع قرض الحسنه با این حد افزایش مخالف بودند، در سال جاری و در جریان بررسی لایحه بودجه ۱۳۹۷ افزایش مجدد تسهیلات ازدواج تا ۵۰ درصد مطرح شد. در حالی که این تصمیم کمیسیون های اجتماعی و اقتصادی مجلس به نظر می رسد که با شرایط حاکم بر منابع قرض الحسنه و البته جاری بانکها مورد تأیید قرار نگیرد و در نهایت بازنگری به طور شفاف تری بررسی شود که اخیرا رئیس جمهوری رسماً از موافقت با افزایش وام ازدواج خبر داده و به دنبال آن کرباسیان وزیر اقتصاد بر این رشد تأکید کرده است. این در حالی است که وزیر اقتصاد با وجود اعلام موافقت با افزایش سقف وام ازدواج هیچ توضیحی در رابطه با این موضوع که قرار است منابع اضافه شده بر آن چگونه تامین شود، ارائه نکرده است. از سوی دیگر رئیس کل بانک مرکزی موضع خود را طوری اعلام کرده که نشان می دهد با وجود موافقتی که می تواند با افزایش وام ازدواج داشته باشد، اما به گونه ای آن را منوط به تامین منابع لازم دانسته است. سیف اعلام کرده که خوشحال می شود اگر بانکها بتوانند برای پرداخت وام ازدواج اقدام کنند، ولی باید تلاش کرد منابع قرض الحسنه بانکها بیشتر تقویت و تجهیز شود تا بتوانند تکالیف تعیین شده را انجام دهند. این موضع رئیس کل بانک مرکزی تا حدی به سمت شرایط سخت بانکها برای تامین مالی تسهیلات تکلیفی آنها سوق دارد. اگر قرار باشد مبلغ وام ازدواج از ۱۰ به ۱۵ میلیون تومان افزایش یابد، منابع مورد نیاز برای آن نیز رشد خواهد کرد. اکنون سلالته حداقل یک میلیون فقره وام ازدواج پرداخت می شود که حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان منابع نیاز دارد، بنابراین اگر قرار باشد این رقم به ۱۵ میلیون تومان افزایش یابد، باید بیش از ۱۵ هزار میلیارد تومان شبکه بانکی منابع قرض الحسنه در اختیار داشته باشد که البته با توجه به اعلامی که از سوی بانکها وجود دارد چنین مبلغی در اختیار آنها نیست. از این رو از سال گذشته و براساس تکلیف قانون بودجه به سمت استفاده از منابع جاری حرکت کرده اند. منابع جاری بانکها جزو وجوه در جریان آنها بوده و بنا بر گفته مدیران عامل بانکها قابلیت استفاده برای وام های با بازپرداخت چند ساله ندارد، چراکه حساب جاری مشتریان، حساب در حال گردش بوده و مشتری مبلغ موجود این حساب را مطالبه می کند، بنابراین اختصاص آن به تسهیلات موجب ایجاد مشکلاتی برای بانکها در تامین وجوه در گردش خواهد شد.

با وجود این که پیشنهاد مجلس برای افزایش وام ازدواج به ۱۵ میلیون تومان با توجه به شرایط موجود چندان از سوی بانکها قابل پذیرش نبود و تامین منابع لازم را شرط اصلی پرداخت می دانستند، قبل از این که در مجلس به تصویب نهایی برسد دولت پیشدستی کرده و از موافقت با آن خبر داده است، اما تاکنون هیچ مسئول اقتصادی یا بانکی در رابطه با چگونگی تامین منابع لازم برای افزایش ۵۰ درصدی وام ازدواج پاسخی ارائه نکرده است. به گزارش ایسنا، بعد از افزایش پرچالش وام ازدواج از ۳ به ۱۰ میلیون تومان در سال ۱۳۹۵ که با پیشنهاد رشد ۳۰۰ درصدی از سوی مجلس همراه شده و بانکها هم به دلیل کمبود منابع قرض الحسنه با این حد افزایش مخالف بودند، در سال جاری و در جریان بررسی لایحه بودجه ۱۳۹۷ افزایش مجدد تسهیلات ازدواج تا ۵۰ درصد مطرح شد. در حالی که این تصمیم کمیسیون های اجتماعی و اقتصادی مجلس به نظر می رسد که با شرایط حاکم بر منابع قرض الحسنه و البته جاری بانکها مورد تأیید قرار نگیرد و در نهایت بازنگری به طور شفاف تری بررسی شود که اخیرا رئیس جمهوری رسماً از موافقت با افزایش وام ازدواج خبر داده و به دنبال آن کرباسیان وزیر اقتصاد بر این رشد تأکید کرده است. این در حالی است که وزیر اقتصاد با وجود اعلام موافقت با افزایش سقف وام ازدواج هیچ توضیحی در رابطه با این موضوع که قرار است منابع اضافه شده بر آن چگونه تامین شود، ارائه نکرده است. از سوی دیگر رئیس کل بانک مرکزی موضع خود را طوری اعلام کرده که نشان می دهد با وجود موافقتی که می تواند با افزایش وام ازدواج داشته باشد، اما به گونه ای آن را منوط به تامین منابع لازم دانسته است. سیف اعلام کرده که خوشحال می شود اگر بانکها بتوانند برای پرداخت وام ازدواج اقدام کنند، ولی باید تلاش کرد منابع قرض الحسنه بانکها بیشتر تقویت و تجهیز شود تا بتوانند تکالیف تعیین شده را انجام دهند. این موضع رئیس کل بانک مرکزی تا حدی به سمت شرایط سخت بانکها برای تامین مالی تسهیلات تکلیفی آنها سوق دارد. اگر قرار باشد مبلغ وام ازدواج از ۱۰ به ۱۵ میلیون تومان افزایش یابد، منابع مورد نیاز برای آن نیز رشد خواهد کرد. اکنون سلالته حداقل یک میلیون فقره وام ازدواج پرداخت می شود که حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان منابع نیاز دارد، بنابراین اگر قرار باشد این رقم به ۱۵ میلیون تومان افزایش یابد، باید بیش از ۱۵ هزار میلیارد تومان شبکه بانکی منابع قرض الحسنه در اختیار داشته باشد که البته با توجه به اعلامی که از سوی بانکها وجود دارد چنین مبلغی در اختیار آنها نیست. از این رو از سال گذشته و براساس تکلیف قانون بودجه به سمت استفاده از منابع جاری حرکت کرده اند. منابع جاری بانکها جزو وجوه در جریان آنها بوده و بنا بر گفته مدیران عامل بانکها قابلیت استفاده برای وام های با بازپرداخت چند ساله ندارد، چراکه حساب جاری مشتریان، حساب در حال گردش بوده و مشتری مبلغ موجود این حساب را مطالبه می کند، بنابراین اختصاص آن به تسهیلات موجب ایجاد مشکلاتی برای بانکها در تامین وجوه در گردش خواهد شد.

دریچه

## تکرار تخلف تسهیلاتی در «کاسپین»

تسهیلات گیرندگان تعاونی منحل شده فرشتگان برای پرداخت اقساط در مواردی با تخلف شعب کاسپین مواجهند. برخلاف بخشنامه اعلامی این موسسه مشتریان وادار به پرداخت جریمه تاخیر در فاصله ای که حذف شده بود، شده اند. به گزارش ایسنا، افرادی که در زمان فعالیت تعاونی فرشتگان (یکی از هشت تعاونی زیرمجموعه های کاسپین) از آن تسهیلات دریافت کرده بودند، با حواشی پیش آمده در طول یکسال اخیر در کنار دریافت سپرده ها در بازپرداخت تسهیلات نیز با مشکلاتی روبه رو شدند. البته از سوی تعداد زیادی از آنها به دلیل مواعیتی که در دریافت سپرده های خود داشتند، تمایلی هم برای پرداخت اقساط نشان ندادند. با این حال در نیمه آذرماه سال جاری موسسه کاسپین اعلام کرد که شرایط برای پرداخت اقساط تسهیلات اعلام شده و وام گیرندگان می توانند با مراجعه به شعب موسسه اقساط خود را پرداخت کنند. در بخشنامه کاسپین نکته ای مورد توجه بود آن هم اینکه پرداخت جریمه تاخیر تسهیلات برای یک بازه زمانی بخشوده می شد، از فاصله تیرماه تا نیمه آذرماه مشتریان کاسپین که تسهیلات داشتند مشمول پرداخت جریمه تاخیر نبودند، چرا که در این فاصله حساب های کاسپین مسدود شده و مشکل عدم پرداخت از سمت تسهیلات گیرندگان نبود، بلکه موضوع به خود موسسه برمی گشت. همچنین کاسپین اعلام کرد تمام تسهیلات دهندگانی که بتوانند بدهی خود را به طور نقدی و یکجا پرداخت کنند، مشمول بخشودگی سود آینده و همچنین جریمه تاخیر خواهند شد. با این حال بعد از این اعلام وقتی که تسهیلات گیرندگان برای پرداخت اقساط مراجعه می کردند، در برخی شعب با این مشکل مواجه شدند که تمامی جریمه تاخیر از آنها دریافت می شد حتی زمانی که موسسه کاسپین با مسدودی حسابها مواجه با اینکه انتقال تسهیلات به تعاونی انجام نشده بود شعب وام گیرنده را وادار کردند که در فاصله تیر تا نیمه آذر که باید جریمه تاخیر آن حذف می شد نیز پرداخت داشته باشند. چندی پیش این موضوع با موسسه کاسپین مطرح شد و اعلام کردند که بر اساس بخشنامه شعب نباید این گونه اقدام کند و قرار بر این بود که به شعب مربوطه تذکر لازم داده شود، اما بعد از گذشت این مدت مجدداً وام گیرندگان فرشتگان اعلام می کنند که با مراجعه دوباره به شعب برای پرداخت اقساط با اجبار برای واریز جریمه تاخیر حتی در مورد زمانی که بخشوده شد مواجهند، به طوری که شعب تأکید دارند آنها دستور دریافت جریمه مربوطه را دریافت کرده اند و از این رو آن را از صاحب وام گرفته اند.

### بانک صنعت و معدن

Bank of Industry & Mine

## آگهی مزایده عمومی

**بانک صنعت و معدن در نظر دارد املاک مازاد و تملیکی خود واقع در استان کهگیلویه و بویراحمد را بصورت نقد و اقساط، با مشخصات ذیل و با وضعیت موجود از طریق مزایده عمومی به فروش برساند:**

ردیف	آدرس ملک	پلاک ثبتی	نوع ملک - نحوه کاربری	عرصه	اعیان	قیمت کارشناسی ملک	قیمت پایه مزایده	توضیحات	شرایط پرداخت
۱	ياسوج - بلوار مطهری - خیابان معلم پنجم - پلاک ۳۶ کد پستی ۷۵۹۱۱۹۱۶۱۸	۸۰۹۹۹ از ۷۲۹ اصلی	مسکونی	۲۹۸۲	۱۹۳ متر مربع	۵,۵۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۵,۰۲۲,۰۰۰,۰۰۰	متصرف ندارد	نقد
۴	ياسوج - بلوار ارم - انتهای ارم یک	۱۰۲۷ از ۲۳۰ اصلی	زمین مسکونی	۴۱۷/۵	زمین خام	۱,۸۷۸,۷۵۰,۰۰۰	۱,۵۰۳,۰۰۰,۰۰۰	متصرف ندارد	نقد
۵	دهدشت - شهرک صنعتی بردیان - نوآوری چهارم	۱۱۱/۲۸۸	کارگاه صنعتی	۱۹۳۰	۲۴۵ متر مربع - سوله - ۱۱۰ متر آذاری - دیوار محوطه ۲۵ متر	۱,۷۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۵۳۰,۰۰۰,۰۰۰	متصرف ندارد	نقد و اقساط

لازم به ذکر است محل طرح همراه با ماشین آلات به فروش می رسد. شرایط نقد و اقساط: ۳۰٪ نقد و ۷۰٪ بصورت اقساط ۳۶ ماهه (اولویت با پرداخت نقدی می باشد) کلیه املاک با وضع موجود بفروش میرسد و مسئولیت تخلیه املاک دارای متصرف بر عهده خریدار می باشد و بانک وکالت لازم در این خصوص را به خریدار اعطاء خواهد نمود. بازدید از املاک و مطالعه و تنظیم اسناد مزایده و سوابق مربوط قبل از شرکت در مزایده برای تمامی شرکت کنندگان الزامی است. کلیه املاک با وضع موجود بفروش میرسد لذا بازدید ملک توسط شرکت کنندگان ضروری بوده و پس از اعلام برنده مزایده هیچگونه اعتراضی در این خصوص پذیرفته نخواهد شد. متقاضیان شرکت در مزایده می بایست معادل ۱۰٪ مبلغ قیمت پایه را به حساب بانک صنعت و معدن شعبه یاسوج در یکی از شعب بانک صنعت و معدن واریز و فیش آن را به همراه اسناد دیگر تحویل نمایند. لذا از کلیه متقاضیان دعوت به عمل می آید جهت آگاهی از شرایط و دریافت اسناد مزایده، حداکثر ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی به نشانی ذیل یا پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات کشور به نشانی <http://iets.mporg.ir> و یا بانک صنعت و معدن به نشانی ذیل مراجعه نمایند. ضمناً هزینه های چاپ آگهی و نقل و انتقال ملک و ماشین آلات مورد نظر به عهده برنده مزایده می باشد. نشانی: یاسوج، بلوار مطهری، روبروی دانشگاه علوم پزشکی، بانک صنعت و معدن، تلفن: ۰۷۴-۳۳۳۳۹۸۷۰-۳ توضیح: آخرین مهلت ارسال مدارک، حداکثر ۱۰ روز پس از خاتمه مهلت دریافت اسناد مزایده و مدت اعتبار پیشنهاد حداکثر ۶ ماه می باشد. تاریخ برگزاری مزایده ۱۵ بهمن ماه ۹۶ می باشد.

۳۵۴  
در کنار شما هستیم  
www.bim.ir

## آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای نوبت اول



موضوع مناقصه:	عملیات اجرایی بخشی از شبکه جمع آوری فاضلاب شهر سرابله (پیمان ۱)
محل اجرا:	شهر سرابله
مدت زمان اجرا:	۱۲ ماه
برآورد اجرای پروژه:	۱۰/۴۴۵/۴۵۱/۴۴۹ ریال (فهرست بهاء ابنیه، شبکه و خط انتقال فاضلاب سال ۹۶)
مبلغ تضمین:	۵۲۲/۲۲۰/۰۰۰ ریال (ضمانت نامه بانکی برابر نمونه شماره ۱)
محل پرداخت:	طرحهای عمرانی شرکت بصورت اوراق (مشارکت، اسناد خزانه و...)
آخرین مهلت دریافت اسناد:	۹۶/۱۱/۴
آخرین مهلت ارائه پیشنهادات:	۹۶/۱۱/۱۵
زمان گشایش پاکت ها:	۹۶/۱۱/۱۶
محل گشایش پاکت ها:	دفتر مدیر عامل شرکت
رشته و پایه:	حداقل پایه ۵ رشته آب

( ضمناً هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.)  
دستگاه نظارت: مهندسین مشاور تهران سحاب تلفن تماس: ۰۲۱-۸۸۹۵۵۲۰  
ضمناً جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت زیر مراجعه فرمایید:

<http://iets.mporg.ir>

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان ایلام



## تعليق تحریم‌ها فعالان بورس تهران را امیدوار کرد

بورس تهران اولین روز معاملاتی این هفته را با رشد قیمت در گروه‌های فلزی و خودرو آغاز کرد. تعلیقی تحریم‌های هسته‌ای شاید یکی از دلایل بازگشت شاخص کل به روند صعودی باشد.

به گزارش ایستنا، در روزهای گذشته بورس تهران با ریسک‌های سیاسی از جمله موضوعاتی بر سر برنامه جامع اقدام مشترک بین ایران و کشورهای ۵+۱ روبه‌رو بود. تردیدها از بابت به خطر افتادن برجرام و بازگشت تحریم‌ها باعث شده بود تا معامله‌گران بازار سهام مقداری منفعلانه‌تر عمل کردند.

درحالی‌که در بازار سهام، نگرانی‌ها درباره عدم تعلیقی تحریم‌های آمریکا علیه ایران توسط ترامپ وجود داشت، روز جمعه رئیس‌جمهور آمریکا تعلیقی تحریم‌های هسته‌ای را تمدید کرد و در عین حال گفت که این آخرین بار است که تعلیقی این تحریم‌ها تمدید می‌شود. با تعلیقی تحریم‌های هسته‌ای آمریکا علیه ایران و ادامه توافقات برجرام، روز شنبه با باز شدن معاملات بورس تهران، شاخص کل توانست روند صعودی را در پیش گیرد و ۵۲۲ واحد رشد کند.

همچنین شاخص آزاد شناور با رشد ۶۸۸ واحدی مواجه شد و به رقم ۱۰۴ هزار و ۱۶۱ رسید. در حالی فعالان بازار سرمایه ایران به ادامه توافق برجرام روی خوش نشان می‌دهند که تعدادی از نمادها در گروه فلزات اساسی بیشترین تأثیر مثبت را روی شاخص کل دارند.

همچنین تعداد زیادی از نمادها در گروه فلزات اساسی با روند رشد در قیمت نهایی روبه‌رو شده‌اند و علاوه بر این، سهم‌های خودرویی نیز عمدتاً با افزایش قیمت روبه‌رو بودند. دو نماد ملی صنایع مس ایران، فولاد مبارکه اصفهان از گروه فلزی‌ها و یک نماد ایران خودرو از بین خودرویی‌ها بیشترین تأثیر افزایش را روی نماگر بازار سرمایه داشتند و در طرف مقابل صنایع پتروشیمی خلیج فارس، گسترش نفت و گاز پارسیان و پتروشیمی مبین، سعی کردند شاخص را به سمت پایین هدایت کنند. اکثریت نمادها در گروه استخراج کانه‌های فلزی نیز با رشد نسبی قیمت مواجه شدند.

در نخستین روز هفته در گروه فلزات اساسی ۶۹ میلیون سهم و در گروه کانه‌های فلزی ۳۶ میلیون سهم مورد دادوستد قرار گرفت. همچنین خودرویی‌ها شاهد داد و ستد ۱۲۵ میلیون سهم به ارزش بیش از ۱۷ میلیارد تومان بودند. ارزش معاملات بورس تهران نیز به رقم ۱۵۸ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات عدد ۷۱ میلیون سهم و اوراق مالی را تجربه کرد.

نماد معاملات حق تقدم لیزینگ رایان سایپا با معامله ۱۰۷ میلیون سهم بیشترین حجم معامله و نماد ملی صنایع مس ایران با ارزش معاملاتی بیش از ۱۰ میلیارد تومان بیشترین ارزش معاملات بورس تهران را به خود اختصاص دادند.

آیفکس نیز با ۱۰۴ واحد رشد همراه شد و رقم ۱۰۸۷ واحدی را تجربه کرد. ارزش معاملات فرابورس ایران به رقم ۱۰۵ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان رسید و حجم معاملات تا رقم ۳۲۹ میلیون سهم و اوراق مالی را تجربه کرد. از جمله نمادهای تأثیرگذار روی آیفکس، پتروشیمی مارون، پتروشیمی زاگرس و فولاد هرمزگان جنوب بود.

بانک مرکزی اعلام کرد

## بانک‌ها از پذیرش تضمین نهادهای مالی فعال در بازار سرمایه خودداری کنند

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای اعلام کرد: بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی ضمن لزوم اخذ وثایق و تضمین معتبر، با معارض و با درجه نقدشوندگی بالا در اعطای تسهیلات یا ایجاد تعهدات، از هرگونه پذیرش تضمین نهادهای مالی فعال در بازار سرمایه از جمله شرکت‌های کارگزاری، خودداری کنند.

به گزارش «فرصت امروز» از بانک مرکزی و به استناد به مقاله ماده (۶) آیین‌نامه فصل سوم قانون عملیات بانکی بدون ربا (بهره) موضوع تصویب‌نامه شماره ۸۸۶۲۰ مورخ ۱۳۶۲.۱۰.۱۲ هیأت وزیران، اعلام کرد، اعطای تسهیلات عندالزوم به تشخیص بانک، منوط به اخذ تضمین کافی برای حفظ منافع بانک و حسن اجرای قراردادهای مربوط است.

بر این اساس، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی باید در فرآیند تخصیص منابع، پس از احراز صلاحیت و اهلیت متقاضی، اعتبارسنجی وی و سایر عموماً مقتضی در چارچوب ضوابط و مقررات مربوط، نسبت به اخذ وثایق و تضمین معتبر، با معارض و با درجه نقدشوندگی بالا برای حصول اطمینان از بازگشت منابع اعطایی، صیانت از حقوق سپرده‌گذاران و سایر ذی‌نفعان و همچنین حفظ ثبات و سلامت شبکه بانکی، اقدام کنند.

در این میان، براساس گزارش‌های دریافتی، برخی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی در تخصیص منابع، در حالی اقدام به پذیرش تضمین برخی اشخاص حقوقی علی‌الخصوص نهادهای مالی تحت نظارت سازمان بورس و اوراق بهادار می‌کنند که بر اساس فحاحی‌سنجی و موضوع فعالیت، نهادهای مورد اشاره مجاز به تضمین بدهی‌ها و تعهدات سایر اشخاص نیستند و بعضاً حتی از سوی نهاد ناظر ذی‌ربط انجام چنین عملی برای آن نهادها ممنوع اعلام شده است.

تفاهم‌نامه تأمین مالی جمعی پروژه‌های دانش‌بنیان میان سه وزارتخانه اقتصاد، ارتباطات و کار امضا شد

# تأمین مالی جمعی برای کسب‌وکارهای دیجیتال



وزارت اقتصاد با محوریت سازمان بورس مجوزهای این نوع تأمین مالی صادر می‌شود و لیست عوامل را نیز مشخص خواهیم کرد.

دبیر شورای عالی بورس افزود: شرکت‌های تعاونی هم می‌توانند از این ظرفیت استفاده کنند. محور تفاهم‌نامه تعیین تکلیف تأمین مالی جمعی و همچنین تعیین وظیفه هر یک از دستگاه‌ها خواهد بود.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با اشاره به اینکه تفاهم‌نامه موضوع تأمین وام را در بر نمی‌گیرد و این موضوع در حیطه اختیارات بانک مرکزی است، گفت: سازمان بورس موضوع تأمین مالی جمعی در بازار سرمایه را دنبال می‌کند و ما آیین‌نامه مربوط به آن را تصویب خواهیم کرد و از این پس به صورت مجوزدار کار تأمین مالی جمعی برای کسب‌وکارهای دیجیتال در بورس دنبال می‌شود.

محمدی افزود: سقف تأمین مالی جمعی فعلاً ۵ میلیارد تومان است که از طریق عامل انجام می‌شود. فعالان تأمین مالی جمعی که تاکنون حضور داشتند نیز می‌توانند از طریق دریافت مجوز فعالیت خود را دنبال کنند و از این بابت برای فعالان قبلی جای نگرانی وجود ندارد. وی تأکید کرد: مردم فقط به عامل‌های مجاز مراجعه داشته باشند.

رئیس سازمان بورس در زمینه امکان ورود سرمایه‌گذاران خارجی در بورس بیان داشت: اینکه از سرمایه‌گذاران خارجی بخواهیم در این طرح‌ها تأمین مالی کنند، البته تفاهم‌نامه پیش‌بینی نشده، ولی خارجی‌ها می‌توانند گواهی شراکت سرمایه‌گذاری جمعی را در ایران خریداری کنند که فعالیت آن طبق ماده ۴۹ آیین‌نامه پیش‌بینی شده در این زمینه باشد. محمدی تصریح کرد: کسانی که در حال حاضر در زمینه تأمین مالی جمعی فعالیت دارند شش ماه مهلت دارند تا خود را با آیین‌نامه جدید وفق دهند. فرابورس می‌تواند آیین‌مطابق در انجام دهد تا در صورت فعالیت‌های غیرقانونی، جلوگیری لازم به عمل آید. تا جایی که قوانین اجازه بدهد تلاش می‌کنیم شرایط آسان‌سازی شود. در تفاهم‌نامه مواد متعددی وجود دارد و امکان توصیه پروژه‌ها به سرمایه‌گذاران و مردم وجود ندارد و این اقدام نباید صورت گیرد.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار در پایان تصریح کرد: امکان تأمین مالی جمعی در بازار سرمایه در این قالب پیش‌بینی شده و اطلاعات مربوط به تفاهم‌نامه در پروژه‌ها دیده می‌شود. حساب بانکی رسمی نیز تعریف می‌شود که منابع در آن حساب وارد می‌شود تا از منابع مردم صیانت شود.

ارز و سکه بالا رود و بر روند طبیعی کسب‌وکارها اثر بگذارد. البته بازارها به رفتار درازمدت ما نگاه خواهند کرد.

آذری چهرمی درباره طرح رجیستری تلفن همراه هم گفت: ۶۰ درصد گوشی‌های آیفون اکنون از مجاری رسمی وارد کشور می‌شوند و این آمار قابل قبولی است، درحالی‌که در گذشته تنها ۵ درصد این گوشی‌ها به صورت رسمی وارد می‌شد. بخشی از گوشی‌های تلفن همراه به صورت مسافری وارد کشور می‌شوند، اما اکنون با اجرای طرح رجیستری ۵ هزار گوشی تلفن همراه غیرفعال شده است که البته همه آنها متاثر از اجرای طرح رجیستری نیستند

و ممکن است همراه مسافر وارد کشور شده و همراه او نیز خارج شود. آذری چهرمی درباره گرانی هفته‌های اخیر گوشی تلفن همراه را ریزنی با وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ساماندهی بازار خیر داد و گفت: ما بر روی این مسئله حساس هستیم و بر اساس با این وزارتخانه هم مذاکراتی می‌کنیم، البته افزایش نرخ ارز تأثیری بسزایی در گرانی گوشی‌ها داشته، ضمن اینکه حذف ارز مبادله‌ای نیز بازار را متاثر کرده است.

وزیر ارتباطات گفت: محدودیت تعداد وارد کنندگان گوشی تلفن همراه از دیگر دلایل افزایش قیمت است. البته ممکن است کانال واردات محدود باشد و تصدی‌گری در این رابطه مشاهده شود که البته رقابت کافی را از بین می‌برد و وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز در این رابطه در حال تدوین دستورالعملی است که تعداد وارد کنندگان متنوع شوند و این در مراحل آخر کار است.

محمدجواد آذری چهرمی به اهمیت موضوع تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک هم اشاره کرد و گفت: در مدل جدید تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا، تأمین مالی جمعی در بورس صورت می‌گیرد. بنا بر این طرح، افراد می‌توانند ایده‌های خود را در بورس عرضه و منابع مالی پروژه را از طریق پول‌های خرد که عموماً ۱۰ تا ۵۰ میلیون تومان است تأمین کنند و البته در آینده هم افزایش سرمایه صورت می‌گیرد.

محمدجواد آذری چهرمی افزود: ایران ظرفیت‌های بالایی در حوزه کسب‌وکارهای آی تی محور دارد و البته تأمین مالی یکی از مشکلات آنها است که تلاش کردیم با طراحی چنین مدلی تأمین سرمایه مورد نیاز آنها صورت گیرد. امروز در دنیای اقتصاد، دیجیتال یکی از محورهای اقتصادی به حساب می‌آید که بر این اساس استراتژی اقتصاد دیجیتال کشور در حال طراحی است و گام‌های آخر را می‌گذرانند.

وی ادامه داد: بعد از تدوین نهایی، این استراتژی باید به تصویب هیأت دولت برسد. طرح تکاپو از سوی وزارت کار نیز اجرایی شده است که به نظر می‌رسد بخشی از اشتغال‌زایی را پوشش دهد، البته سال گذشته نیز صندوق سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر نیز اجرایی و در بورس مصوب و ابلاغ شده است.

وزیر ارتباطات در حاشیه برنامه رونمایی از کسب‌وکارهای نوپا در پاسخ به سؤالی مبنی بر ضرر کسب‌وکارها از فیلترینگ گفت: ضرر کسب‌وکارها را از فیلترینگ بررسی می‌کنیم، اغتشاشات در همه کشورها ممکن است برخی مشکلات را ایجاد کند و حتی کسب‌وکارهای واقعی را هم تحت‌الشعاع قرار دهد که بر این اساس اغتشاشات اخیر در ایران نیز باعث شد قیمت

استارت‌آپ‌ها و غیره بوده‌ایم. وزیر اقتصاد در پایان گفت: تاکنون ایده‌های فراوانی در سطح جامعه به دلیل کمبود سرمایه محقق نشده بود، ولی این فرصتی فراهم شده تا در قالب شراکتی، فامیلی، جمعیت اهدافی ... به تأمین مالی اقدام کنند.

## ۵ هزار گوشی تلفن همراه با اجرای رجیستری غیرفعال شد

وزیر ارتباطات نیز در این مراسم گفت: یکی از اولویت‌های مهم کشور در آینده پیش رو توسعه اقتصاد دیجیتال است. کشورهای مختلف استراتژی‌ها و برنامه‌های بلندمدت خود را دنبال می‌کنند، به‌طور نمونه کشور هندوستان برنامه‌ریزی کرده تا سال ۲۰۲۵، معادل ۲۰ درصد از تولید ناخالص داخلی ۵ تریلیون دلاری خود را از این محل تأمین کند.

محمدجواد آذری چهرمی به اهمیت موضوع تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک هم اشاره کرد و گفت: در مدل جدید تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا، تأمین مالی جمعی در بورس صورت می‌گیرد. بنا بر این طرح، افراد می‌توانند ایده‌های خود را در بورس عرضه و منابع مالی پروژه را از طریق پول‌های خرد که عموماً ۱۰ تا ۵۰ میلیون تومان است تأمین کنند و البته در آینده هم افزایش سرمایه صورت می‌گیرد.

## رونق استارت‌آپ‌ها با کاهش نرخ سود بانکی

وزیر اقتصاد در مراسم امضای تفاهم‌نامه مدل‌های تأمین مالی سرمایه جمعی برای کسب‌وکارهای نوپا و نوین با بیان اینکه امضای این تفاهم‌نامه می‌تواند به عنوان یک قدم مثبت در راستای توسعه اقتصاد دیجیتال باشد، گفت: عمده فعالیت بازار سرمایه ما تاکنون معطوف به نقل و انتقال سهام و فعالیت‌های موجود بود و به بازار سهام اولیه که کار تأمین سرمایه اولیه بوده است توجه کمتری داشتند. استناد مرکزی اعلام کرد: با مصوبه کار گروه ملی تسهیل و رفع موانع تولید کشور، ۲۱۰ میلیارد ریال برای رفع مشکلات سرمایه در گردش شرکت صنایع آذرباب اراک اختصاص یافت.

همچنین مداران نماد بر عرضه و منفی و مفاخر و پرداخت نمادهای پرتقاضا ترگروه متعادل‌ای تی و انفورماتیک در بازار دیروز بودند. این در حالی بود که صبح شنبه و در محل وزارت امور اقتصاد دارایی تفاهم‌نامه تأمین مالی جمعی برای کسب‌وکارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها با حضور کرباسیان وزیر اقتصاد، آذری چهرمی وزیر ارتباطات و رئیس سازمان بورس و معاونان وزیر کار منعقد شد و از این به بعد، استارت‌آپ‌ها می‌توانند از طریق بورس تأمین مالی کنند.

در شروع بازار نمادهای تالوند و قاسم به دلیل افشای اطلاعات با اهمیت مصادیق گروه (ب)، متوقف شدند و در پایان معاملات نماد نترا جهت برگزاری مجمع عادی سالانه صاحبان سهام متوقف شد. در پایان معاملات نیز شاخص کل متاثر از معاملات مثبت نمادهای فملی، خودرو، کگل و فولاد با رشد حدود ۴۴۱ واحدی به ارتفاع ۹۶۲۲۷ رسید که در این بین نمادهای فارس و پارسان بیشترین تأثیر منفی را ایجاد کردند.

فرصت امروز: صبح دیروز تفاهم‌نامه‌ای میان سه وزارت اقتصاد، ارتباطات و کار و همچنین معاونت علمی ریاست‌جمهوری به امضا رسید و بر اساس آن، استارت‌آپ‌ها می‌توانند تا سقف ۵ میلیارد تومان از طریق بازار بورس و به صورت جمعی تأمین مالی شوند. در مراسم امضای این تفاهم‌نامه، وزیر اقتصاد از کاهش سود بانکی به عنوان عامل رونق استارت‌آپ‌ها نام برد و وزیر ارتباطات نیز از هدایت سرمایه‌گذاری‌های خرد و کوچک ۱۰۰ تا ۵۰۰ میلیون ریالی و کسب‌وکارهای نوپا با امضای تفاهم‌نامه مدل‌های تأمین مالی سرمایه جمعی خبر داد. همچنین رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار سقف تأمین مالی جمعی را ۵ میلیارد تومان اعلام کرد.

بر اساس این تفاهم‌نامه، تأمین مالی جمعی در سه مدل ارائه می‌شود که شامل سرمایه‌گذاری اعانه‌ای یا نذر اشتغال (با همراهی کمیته امداد امام خمینی)، شراکت یا پرخورداری از سهمی از شرکت استارت‌آپی در ازای سرمایه‌گذاری و دریافت بخشی از کالاهای تولیدی شرکت استارت‌آپی در آینده می‌شود.

بر اساس این تفاهم‌نامه، تأمین مالی جمعی در سه مدل ارائه می‌شود که شامل سرمایه‌گذاری اعانه‌ای یا نذر اشتغال (با همراهی کمیته امداد امام خمینی)، شراکت یا پرخورداری از سهمی از شرکت استارت‌آپی در ازای سرمایه‌گذاری و دریافت بخشی از کالاهای تولیدی شرکت استارت‌آپی در آینده می‌شود.

## رونق استارت‌آپ‌ها با کاهش نرخ سود بانکی

وزیر اقتصاد در مراسم امضای تفاهم‌نامه مدل‌های تأمین مالی سرمایه جمعی برای کسب‌وکارهای نوپا و نوین با بیان اینکه امضای این تفاهم‌نامه می‌تواند به عنوان یک قدم مثبت در راستای توسعه اقتصاد دیجیتال باشد، گفت: عمده فعالیت بازار سرمایه ما تاکنون معطوف به نقل و انتقال سهام و فعالیت‌های موجود بود و به بازار سهام اولیه که کار تأمین سرمایه اولیه بوده است توجه کمتری داشتند. استناد مرکزی اعلام کرد: با مصوبه کار گروه ملی تسهیل و رفع موانع تولید کشور، ۲۱۰ میلیارد ریال برای رفع مشکلات سرمایه در گردش شرکت صنایع آذرباب اراک اختصاص یافت.

همچنین مداران نماد بر عرضه و منفی و مفاخر و پرداخت نمادهای پرتقاضا ترگروه متعادل‌ای تی و انفورماتیک در بازار دیروز بودند. این در حالی بود که صبح شنبه و در محل وزارت امور اقتصاد دارایی تفاهم‌نامه تأمین مالی جمعی برای کسب‌وکارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها با حضور کرباسیان وزیر اقتصاد، آذری چهرمی وزیر ارتباطات و رئیس سازمان بورس و معاونان وزیر کار منعقد شد و از این به بعد، استارت‌آپ‌ها می‌توانند از طریق بورس تأمین مالی کنند.

در شروع بازار نمادهای تالوند و قاسم به دلیل افشای اطلاعات با اهمیت مصادیق گروه (ب)، متوقف شدند و در پایان معاملات نماد نترا جهت برگزاری مجمع عادی سالانه صاحبان سهام متوقف شد. در پایان معاملات نیز شاخص کل متاثر از معاملات مثبت نمادهای فملی، خودرو، کگل و فولاد با رشد حدود ۴۴۱ واحدی به ارتفاع ۹۶۲۲۷ رسید که در این بین نمادهای فارس و پارسان بیشترین تأثیر منفی را ایجاد کردند.

## احتمال ارائه اوراق اسناد خزانه به صادرکنندگان

معاون وزیر صنعت از احتمال ارائه اوراق اسناد خزانه به صادرکنندگان بابت مطالبات و معوقات چوایز صادراتی خبر داد و گفت که صادرکنندگان می‌توانند مطمئن باشند که دولت به پرداخت طلب‌شان متعهد است.

مجتبی خسروتاج در گفت‌وگو با مهر، از برنامه دولت برای ارائه اوراق خزانه اسلامی به صادرکنندگان به ازای مطالبات‌شان خبر داد و گفت: ارائه اسناد خزانه به صادرکنندگان، جزو بخشی از پیشنهاداتی است که نمایندگان مجلس اعلام کرده‌اند، بنابراین باید دید که آیا در بودجه سال ۹۷ جایگاه پذیرش دارد.

معاون وزیر صنعت افزود: معتقدیم اگر به هر دلیلی، امروز منابع دولت محدودیت داشته و قادر به پرداخت طلب صادرکنندگان نیست، با صدور این اسناد، می‌تواند حمایتی را که می‌خواهد از صادرکنندگان انجام دهد.

وی تصریح کرد: با دریافت اوراق خزانه، صادرکنندگان می‌توانند یا صبر کنند که در سررسید آن را وصول کنند یا اینکه آن را در بازار سرمایه معامله کنند، بنابراین این یک نوع تعهد از سوی دولت به صادرکنندگان است که آنها مطمئن باشند که بالاخره دولت متعهد به پرداخت طلب آنها خواهد بود.

خسروتاج اظهار داشت: طلب صادرکنندگان متعلق به دوره سال‌های ۸۰ و ۹۰ است که در آن ایام، اعلام شده که چوایزی بابت صادرات به صادرکنندگان پرداخت می‌شود و دولت هم متعهد بوده که این مبالغ را بپردازد، اما این وعده محقق نشده است.

رئیس کل سازمان توسعه تجارت افزود: در سال‌های بعد از آن، در مصوبات ذکر شد که به شرط تحقق درآمد، این معوقات پرداخت شود، اما اگر درآمدی نباشد، دولت قادر به پرداخت نخواهد بود. این نکته هم به صادرکنندگان اعلام شده است، بنابراین آنچه عمدتاً مطالبات قانونی صادرکنندگان است، به دوره سال‌های ۸۹ و ۹۰ برمی‌گردد که حتی اسناد تعدادی از آنها بررسی و تایید شده است.

وی تصریح کرد: در سال‌های بعد، از سال ۹۱ به بعد به دلیل اینکه شرط تحقق درآمد برای پرداخت چوایز صادراتی در نظر گرفته شده است، تعهد قانونی برای دولت درباره پرداخت چوایز به صادرکنندگان وجود ندارد.

## بندر لنگه صادرات به قطر را تسهیل خواهد کرد

مدیر اداره بنادر و دریانوردی لنگه در نشست تسهیل صادرات به بندرالرویس قطر از تلاش برای فراهم‌کردن زیرساخت‌های بندر لنگه به‌منظور تسهیل صادرات به قطر از طریق بندرالرویس خبر داد.

به گزارش تین‌نیوز به نقل از روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان، قاسم عسگری‌نسب گفت: در گام نخست اجرای دو طرح ویژه ساخت رمپ ویژه (مسیر دسترسی به اسکله یا شناور) در نزدیک‌ترین فاصله به محل دیسوی کانتینرها و محوطه‌سازی و احیای اراضی پشتیبانی در بندر لنگه را کلید زده است.

وی افزود: تخصیص محوطه ویژه نگهداری کانتینرهای خالی ورودی از قطر و کانتینرهای در انتظار نوبت ارسال و همچنین ایجاد شرایط ورود و خروج کانتینر و پهلودهی شناورها نیز از دیگر طرح‌های این بندر است که زمینه‌ساز افزایش تبادلات تجاری با کشور قطر خواهد شد.

مدیر اداره بنادر و دریانوردی لنگه در نشست مذکور که با حضور نماینده سازمان صنعت، معدن و تجارت هرمزگان، معاون عمرانی فرمانداری لنگه، تجار و بازرگانان و شرکت‌های کشتیرانی فعال در این بندر برگزار شد، از آمادگی کامل برای خدمات‌رسانی و ارائه هرگونه همکاری با صادرکنندگان، شرکت‌های کشتیرانی و دستگاه‌های اجرایی به‌منظور تسهیل صادرات به بندرالرویس قطر سخن گفت.

عسگری‌نسب در همین رابطه اظهار داشت: پس از گذشت هفت ماه از آغاز تعاملات بازرگانی و همکاری‌های اقتصادی بندر لنگه با کشور قطر در زمینه تجارت دریایی، یک هزار و ۹۰۰ TEU کانتینر یخچالی شامل محموله مواد غذایی و میوه و تره‌بار از این بندر به مقصد بندرالرویس صادر شده است.

اوایل دی‌ماه جاری «محمد راستاد»، مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی با همراهی معاون امور بندری این سازمان و تعدادی از مدیران شرکت‌های مختلف دولتی، خصوصی، کشتیرانی و صنایع تولیدی کشور، با سفر به پایتخت کشور قطر با وزیر حمل‌ونقل و ارتباطات و مدیران ارشد دولتی و خصوصی بنادر و دریانوردی این کشور دیدار و گفت‌وگو کردند.

در سفر مدیرعامل سازمان بنادر ایران به قطر، علاوه بر بحث و مذاکره در خصوص توسعه مناسبات و همکاری‌های تخصصی بندری و دریایی میان دو کشور، رفع موانع و مشکلات احتمالی موجود در جهت توسعه صادرات و ترانزیت کالا از بندر جنوبی ایران به بندر قطر مورد تأکید قرار گرفت.

درحالی‌که با دستور وزیر جهاد کشاورزی ممنوعیت واردات برنج تا اطلاع ثانوی ادامه دارد، آمار رسمی که از سوی این وزارتخانه منتشر شده، گویای نکته جالبی است و آن اینکه «میزان واردات ۹ ماهه این محصول از آنچه به عنوان واردات هشت ماه آن اعلام شده بود، کمتر شده است»

به گزارش ایسنا، امسال سیاست‌گذاری برای واردات برنج و ممنوعیت آن قدری تغییر کرد، به گونه‌ای که از ابتدای مردادماه که هر ساله چهار ماه

فصل ممنوعیت واردات این محصول استراتژیک شروع می‌شد به سه ماه کاهش یافت و مقرر شد از ابتدای آذرماه نخست امسال یک میلیون و ۵۴ هزار تن برنج به ارزش بالغ بر ۹۹۶ میلیون دلار وارد شده بود که این میزان در نیمه هفت ماهه امسال به یک میلیون و ۶۴ هزار و ۲۴۰ تن رسید.

این در حالی بود که به گفته علی‌اکبر مهرفر - معاون توسعه بازرگانی و صنایع وزارت جهاد کشاورزی - ممنوعیت واردات برنج از همان روزهای ابتدایی آذرماه با دستور حجتی تمدید شد و بر این اساس تا اطلاع ثانوی ادامه

# آمار واردات برنج آب‌رفت!



پیدا خواهد کرد، چراکه آمارها نشان می‌دهد برنج بیش از حد نیاز کشور وارد شده است؛ به گونه‌ای که در شش ماهه نخست امسال یک میلیون و ۵۴ هزار تن برنج به ارزش بالغ بر ۹۹۶ میلیون دلار وارد شده بود که این میزان در نیمه هفت ماهه امسال به یک میلیون و ۶۴ هزار و ۲۴۰ تن رسید.

و ۴۴ هزار تن برنج وارداتی به ارزشی بیش از ۹۸۳ میلیون دلار ثبت شده است، حال آنکه نه‌تنها این آمار از آمار یک میلیون و ۶۶ هزار و ۵۴۰ تنی هشت ماهه امسال کمتر است بلکه حتی نسبت به میزان واردات برنج در نیمه نخست امسال هم کاهش یافته است و مشخص نیست علت این پایین‌آمدن آمار، اشتباه محاسباتی وزارت جهاد کشاورزی یا برگشت خوردن محموله‌های واردشده بوده است که پس از سه ماه در جداول آماری‌شان به ثبت رسیده است.

## آغاز تولید انبوه و صادرات ترانسفورماتور توربین بادی ساخت ایران

ترانسفورماتور توربین بادی ساخت داخل که پیش از این محققان جوان کشورمان موفق به طراحی آن شده بودند، به تولید انبوه رسید و صادرات آن به کشورهای مختلف نیز آغاز شد.

به گزارش تسنیم، تا پیش از این ترانسفورماتورهای ویژه نیروگاه‌های بادی از خارج وارد می‌شد و برای واردات این ترانس‌ها سالانه بیش از ۵۰ میلیون دلار هزینه می‌شد و حالا با تولید انبوه، جمهوری اسلامی ایران جزو کشورهای صادرکننده این ترانس‌ها قرار گرفت.

ترانسفورماتورهای توربین بادی تولیدی داخل دارای کیفیت گروه A جهانی است و با نمونه‌های خارجی آن قابلیت رقابت کامل دارد و حتی در بعضی از پارامترهای طراحی و کیفی نسبت به نمونه مشابه ساخته شده توسط شرکت‌های اروپایی غربی دارای مزیت‌هایی از جمله پایین‌بودن جهش حرارتی حداکثر روغن و متوسط سیم‌پیچ به میزان حدود ۱۰درجه سانتیگراد است.

سوریه، عراق، ارمنستان، بلاروس و قرقیزستان

کشورهایی هستند که به زودی ترانسفورماتورهای ویژه نیروگاه‌های بادی تولید ایران به آنها صادر خواهد شد.

مدیرعامل گروه صنعتی ایران ترانسفو با بیان اینکه امروزه بحث تولید برق در نیروگاه‌های با انرژی پاک و تجدیدپذیر مانند نیروگاه‌های بادی از اولویت‌های صنعت برق کشور است، گفت: علاوه بر قدرت بالایی که این ترانس‌ها دارند، قابلیت نصب آنها در ناسل توربین‌های بادی نیز یکی از کم‌نظیرترین ویژگی‌های این ترانس‌های کاملا ایرانی است.

وی اضافه کرد: ترانسفورماتورهای ویژه نیروگاه‌های بادی، برق تولیدی حاصل از نیروی باد در نیروگاه‌های بادی را وارد شبکه توزیع برق می‌کنند که می‌تواند زمینه تولید برق در نیروهای بادی کشور را توسعه چشمگیری دهد.

مدیرعامل شرکت ایران ترانسفو همچنین از طراحی و ساخت ترانس‌های فوق‌کم‌تلفات به دست متخصصان داخلی خبر داد و گفت: در چارچوب سیاست‌های وزارت نیرو جهت کاهش تلفات شبکه

توزیع برق کشور، جوانان متخصص گروه صنعتی ایران ترانسفو همچنین موفق به طراحی و ساخت ترانس‌های فوق‌کم‌تلفات (CC) برای مناطق جنوبی کشور شدند.

وی اضافه کرد: این ترانس‌ها که قادرند به طرز چشمگیری به کاهش تلفات شبکه و جلوگیری از هدررفت انرژی کمک کنند، به زودی به تولید انبوه خواهند رسید.

فنی‌پور همچنین از طراحی اتو ترانسفورماتور (400KV و 600MVA) کیلوولت در داخل کشور خبر داد و گفت: با راه‌اندازی خط تولید این ترانس و تولید آن، به ازای هر دستگاه ترانسفورماتور مذکور، از خروج حدود ۵ میلیون دلار ارز جلوگیری خواهد شد.

وی افزود: طراحی ترانسفورماتورهای توزیع آلومینیومی با هدف کاهش بهای تمام‌شده یکی دیگر از افتخارات جوانان کشورمان در گروه صنعتی ایران ترانسفو است که با هدف کاهش هزینه‌های سرمایه‌ای مورد نیاز در شبکه برق تولید خواهد شد.

## درآمد ۱.۵ میلیون دلاری کشور از صادرات خشکبار



از آن صادر و مابقی صرف رفع نیاز داخلی می‌شود. این مقام مسئول بخش خصوصی با اشاره به اینکه پسته یکی از محصولات است که از تقاضای بالایی در کشور و بازارهای جهانی برخوردار است، افزود: میزان تولید پسته در کشور ۲۵۰ هزار تن بوده که ۵۰ هزار تن آن مصرف نیاز داخلی، ۱۰ هزار تن ضایعات و حدود ۱۵۰ هزار تن، میزان صادرات این

محصول به دیگر کشورها بوده است. البته در هشت ماه نخست امسال، ۱۷۵ هزار تن پسته صادر شده است. به گفته عسگراولادی، میزان ارز دریافتی از محل صادرات خشکبار حدود ۱،۵ میلیارد دلار بوده که پسته یک میلیارد از این میزان را به خود اختصاص داده است. این بخش پس از صادرات محصولات پتروشیمی، اولین و بزرگ‌ترین منبع درآمد

غیرنفتی کشور است. رئیس اتاق ایران و چین ادامه داد: حدود ۱۲ میلیون نفر در بخش خشکبار کشور اشتغال دارند که از این تعداد ۳ میلیون در باغات، ۳ میلیون در کارگاه بسته‌بندی و مابقی در قسمت‌های دیگر به فعالیت می‌پردازند. عسگراولادی در خصوص بازارهای هدف خشکبار تولیدی کشور گفت: چین، اولین و بزرگ‌ترین و بعد

از آن کشورهای حوزه خلیج‌فارس، روسیه و کشورهای اروپایی، خریدار محصولات ایران هستند. البته لازم به ذکر است که در بخش تولید خشکبار، تولیدات کشورهای آمریکا بعد از ما و ترکیه در جایگاه سوم قرار دارند. به گفته وی، مجموع میزان تولید خشکبار در دنیا حدود ۶۰۰ هزار تن بوده که از این میزان ۲۵۰ هزار تن سهم کشور ایران است. عضو اتاق بازرگانی

صنایع، معدن و کشاورزی ایران در خاتمه یادآور شد: برنامه‌هایی در خصوص نوسازی ماشین‌آلات، تعویض و به‌روز کردن دستگاه‌های کارگاه‌های تولیدی را در دستور کار قرار داده‌ایم. در حال حاضر برخی از کارگاه‌های کرمان به دستگاه‌های جدیدی تجهیز شده‌اند که موجب افزایش میزان تولید و عرضه کالاهای‌شان شده است.

## تاثیر قیمت ارز بر تولید و تجارت ایران

کمیسیون توسعه صادرات اتاق ایران در تازه‌ترین گزارش خود تاثیر نرخ ارز بر تولید، صادرات و واردات را بررسی کرده است.

نرخ ارز یکی از مهم‌ترین متغیرهای اقتصادی در هر کشوری است.

در اقتصاد ایران یکی از دلایل اهمیت این متغیر، تأثیری است که آن بر قیمت‌های نسبی (رقابت‌پذیری)، صادرات، واردات، تخصیص منابع، سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، رشد و توسعه اقتصادی و سایر متغیرهای اقتصادی دارد.

به گزارش تجارت‌نیوز، از آنجایی که در اقتصاد ایران سهم کالاهای قابل‌مبادله (صادرات به‌علاوه واردات) در تولید ناخالص داخلی بالا ارزیابی می‌شود هرگونه تنظیم نادرست این نرخ می‌تواند از طریق اثرگذاری بر قیمت‌های نسبی منجر به اختلال در تخصیص منابع و عملکرد اقتصادی شود.

در بخشی از این پژوهش آمده است: با وجود روند صعودی نرخ اسمی نه واقعی ارز، می‌توان استدلال کرد که این نرخ در تراز با بنیان‌های اقتصاد ایران تنظیم نشده است.

نرخ ارز واقعی، نرخ ارز اسمی را با توجه به تغییرات سطح عمومی قیمت‌های داخلی و خارجی تعدیل می‌نماید، بنابراین تأکید بر نرخ ارز اسمی در شرایط تورمی که قیمت‌های داخلی با سرعت بیشتری نسبت به قیمت‌های خارجی افزایش می‌یابند، می‌تواند موجب انحراف در مدیریت نرخ ارز و ایجاد عدم تعادل در بخش داخلی و خارجی اقتصاد شود.

همچنین آمده است: به نظر می‌رسد در ادبیات مرسوم اقتصاد کشورهای در حال توسعه، اغلب افزایش نرخ ارز (کاهش ارزش پول داخلی) سیاست مناسبی برای بهبود رقابت‌پذیری اقتصاد معرفی می‌شود، زیرا اجرای این سیاست باعث کاهش قیمت تولیدات داخلی برحسب دلار در بازارهای خارجی می‌شود و امکان توسعه فروش و رقابت در بازارهای صادراتی را به وجود می‌آورد. این سیاست باعث افزایش قیمت کالاهای وارداتی برحسب ریال می‌شود و از این طریق توان رقابتی تولیدات داخلی در مقابل واردات را بالا می‌برد.

باین‌حال، به رغم این استدلال صریح، در عمل، سیاست مذکور اغلب از کارایی قابل‌انتظار برخوردار نیست و در شرایط معینی نیز در بلندمدت باعث کاهش ظرفیت رقابت‌پذیری می‌شود.

## صنعتگران چشم‌انتظار مصوبه دولت

پیشنهاد سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به منظور تسهیل ایجاد شهرک‌های صنعتی غیردولتی در انتظار تصویب و ابلاغ هیأت دولت است که نهایتاً تا پایان سال رخ می‌دهد.

فرساده قمی، معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به اینکه طبق قانون و سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی دو مسیر برای شهرک‌های صنعتی غیردولتی تعریف شده است، اظهار کرد: یک

مسئله مربوط به شرکت‌هایی است که دستگاه‌های دولتی در آن مشارکت دارند و مسئله دوم قانون واگذاری مالکیت و اداره امور شهرک‌های صنعتی است که براساس آن مشخص شده نگهداری و اداره امور شهرک‌های صنعتی تحت شرایط تعریف‌شده

نباید توسط دولت مدنظر قرار گیرد. وی ادامه داد: در بحث مربوط به ایجاد شهرک‌های صنعتی در جایی که متقاضی بخش خصوصی وجود دارد دولت نباید ورود کند، اما مشکلی که در این رابطه با آن مواجه بوده و هستیم مربوط به بحث اراضی است. تغییر کاربری اراضی برای دولت به صورت رایگان انجام می‌شود اما بخش خصوصی باید رقم قابل توجهی را جهت تغییر کاربری اراضی پرداخت کند، بنابراین قیمت تمام‌شده شهرک‌های صنعتی خصوصی بیشتر از شهرک‌های صنعتی دولتی تمام می‌شود و این مسئله شرایط را برای فعالیت بخش غیردولتی دشوار می‌کند.

معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران از ارائه پیشنهاد این سازمان به هیأت دولت خبر داد و اعلام کرد: پیشنهادی به هیأت دولت جهت کمک به بخش خصوصی در راستای ایجاد شهرک‌های صنعتی غیردولتی ارائه شد که در کمیسیون‌های مربوطه مورد بررسی قرار گرفت؛ پیشنهادی که به صورت مشترک با همکاری سازمان امور اراضی ارائه و مراحل پایانی خود را سپری کرده و در انتظار تصویب نهایی توسط هیأت وزیران است.

قمی افزود: براساس این مصوبه که احتمالاً تا پایان سال جاری ابلاغ خواهد شد، بخش خصوصی اراضی مورد نظر خود را جهت ایجاد شهرک صنعتی بدون پرداخت هزینه تغییر کاربری در اختیار خواهد داشت که بخش قابل توجهی از هزینه‌ها را کاهش می‌دهد. به گفته وی، در حال حاضر ۸۹ جواز برای شهرک‌های صنعتی غیردولتی صادر شده که ۴۵مورد آن به بهره‌برداری رسیده و ۱۲۰ هزار نفر مشغول به فعالیت شده‌اند.



## ارز مبادله‌ای بیشتر قطعه‌سازان خودرو قطع شد

عضو هیات‌مدیره انجمن قطعه‌سازان از حذف ارز مبادله‌ای بخش اعظمی از صنعت قطعه‌سازی طی روزهای اخیر خبر داد و گفت: طبق اطلاعات کسب شده از بانک مرکزی، ارز مبادله‌ای کل صنعت قطعه‌سازی طی ۱۰ تا ۱۵ روز آینده قطع خواهد شد.

محمد شهپری در گفت‌وگو با فارس با بیان اینکه طی روزهای اخیر بخش عمده‌ای از ارز مبادله‌ای صنعت قطعه‌سازی حذف شده است، اظهار داشت: طبق اطلاعات به دست آمده از بانک مرکزی، ارز مبادله‌ای کل صنعت قطعه‌سازی طی ۱۰ تا ۱۵ روز آینده حذف خواهد شد و همه تولیدکنندگان موظف به استفاده از ارز آزاد خواهند بود که این مسئله قیمت تمام‌شده تولید قطعات را افزایش می‌دهد.

وی تصریح کرد: به این ترتیب در راستای تکثری شدن ارز، تعرفه‌هایی که مشمول دریافت ارز مبادله‌ای می‌شدند به ارز آزاد تبدیل شده‌اند و تولیدکنندگان برای تأمین مواد اولیه مورد نیاز خود باید از ارز آزاد ۴۴۰۰ تومان استفاده کنند. به گفته وی، برخی تولیدکنندگان قطعات حدود ۸۰ درصد از مورد نیاز خود را برای خرید مواد اولیه از طریق ارز مبادله‌ای تأمین می‌کردند که حالا باید ارز آزاد را جایگزین آن کنند. شهپری در ادامه با اشاره به افزایش قیمت مواد اولیه داخلی مورد نیاز صنعت قطعه‌سازی طی ماه‌های اخیر، گفت: تولید این مواد عمدتاً توسط واحدهای دولتی صورت می‌گیرد که در این مورد می‌توان به افزایش ۵۰ تا ۶۰ درصدی قیمت محصولات فولاد مبارک و همچنین محاسبه قیمت مس و آلومینیوم بر اساس قیمت جهانی و محاسبه با نرخ ارز آزاد اشاره کرد. در عین حال، قیمت مواد پتروشیمی نیز افزایش قابل توجهی داشته است. وی با بیان اینکه در حال تهیه گزارشی درباره قیمت تمام‌شده مواد اولیه صنعت قطعه‌سازی و تأثیرگذاری نرخ ارز و افزایش قیمت مواد اولیه داخلی بر تولیدات این صنعت هستیم، گفت: این گزارش را به شورای رقابت ارائه خواهیم کرد.

## خرید و فروش سنتی خودرو در ایران رنگ می‌بازد؟

اواخر مردادماه سال گذشته، شرکت «کارما» که خود را به عنوان اولین فروشگاه زنجیره‌ای خودرو معرفی کرد، توانست محبت فروش اینترنتی خودرو به صورت محدود را وارد کشور کند و خود را به عنوان اولین فروشگاه اینترنتی خودرو در ایران معرفی کرد.

به گزارش پدال‌نیوز، حدود ۹ ماه بعد و اواخر زمستان، «دیجی کالا» هم به عنوان بزرگ‌ترین فروشگاه اینترنتی کشور بخش فروش خودرو را ایجاد کرد، اما هیچ‌کدام از این دو نتوانستند آن نظار اینترنتی خودرو به صورت محدود را موفق باشند. به نظر می‌رسد نته‌ها این شرکت‌ها قصد دارند تا با سازوکار بهتر و به‌صورت جدی‌تری وارد عرصه فروش اینترنتی خودرو شوند، بلکه به‌زودی استارت‌آپ‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی دیگری هم با ابزاری حتی قدرتمندتر از این دو، سوار بر موج خرید و فروش و خودرو و خدمات خودرو شوند و طبق شواهد در حال آماده‌سازی هستند.

اما موضوعی که در این میان اهمیت دارد نحوه برخورد بازار سنتی با موج اینترنتی شدن دنیای خودرو در ایران است؛ تجربه گذشته در بازارهایی مثل گوشی‌های موبایل و لوازم خانگی نشان می‌دهد آینده خرید و فروش و خدمات خودرو، به صورت اجتناب‌ناپذیر به اینترنت وابسته خواهد بود و به نظر نمی‌رسد که مخالفت بازار سنتی با این روند بتواند به نتیجه مناسبی منجر شوند، اما به‌زودی استارت‌آپ‌های حوزه فروش خودرو به‌قدری زیاد می‌شود که رقیب فروشندگان سنتی، تنها کارما و دیجی کالا نخواهند بود و به نظر می‌رسد بهترین نوع برخورد برای فروشندگان سنتی، سوار شدن بر این موج و همراهی دوره اینترنتی خریدوفروش خودرو مانند دیگر بازارهای سنتی است که مجبور به پذیرش شیوه‌های نوین فروش شده‌اند.

## النترا و توسان در ایران تولید می‌شود

معاون فروش و بازاریابی کرمان موتور در نشست خبری خود اعلام کرد که کارهای لازم برای ساخت داخلی ۱۱۲۹۷ خودرو به تولید انبوه می‌رسد.

به گزارش ایسنا، وی با اظهار این‌که النترا ساخت داخلی با نرخ کمتر از ۱۵۰ میلیون تومان ارائه خواهد شد، افزود: این نرخ حدود ۲۵ درصد پایین‌تر از نمونه وارداتی این خودرو است زیرا ساخت داخلی کردن موجب کاهش هزینه‌های تمام شده خودرو می‌شود.

حسن اکبری ادامه داد: علاوه بر تولید النترا در حال مذاکره با هیوندای برای ساخت داخلی کردن توسان هستیم که به احتمال زیاد این خودرو در اوایل سال ۱۳۹۸ به تولید برسد.

وی اضافه کرد: در حال حاضر دو خودروی آی ۲۰ و اکست در فرآورده‌های هیوندای ساخت داخلی شده‌اند و درصد داخلی‌سازی آنان حدود ۳۰ درصد است، ضمن آنکه با این شرکت کرمان در حال مذاکره‌ایم تا درصد داخلی‌سازی این فرآورده‌ها را به حدود ۵۰ درصد افزایش دهیم. اکبری اظهار کرد: طبق تعرفه‌های جدید واردات خودرو که از ۴۰ و ۵۵ به ۷۵ و ۹۵ درصد افزایش یافته است و علاوه بر این افزایش نرخ ارز در چند ماه پیش، نرخ فروش خودروی سانتافه حدود ۶۱ میلیون تومان و توسان حدود ۵۵ میلیون تومان افزایش خواهد یافت.

## راهبرد جدید چینی‌ها برای حفظ بازار خودروی ایران



کشور درباره همکاری‌های دوجانبه در حوزه خودروهای تولید چین مذاکره کردند. از سوی دیگر بنا به درخواست طرف چینی مقرر شد کنفرانس ویژه‌ای درباره معرفی و اجرای استانداردهای هشتادوپنج‌گانه خودرویی از سوی سازمان ملی استاندارد ایران با هدف

آشنایی خودروسازان چینی در آن کشور برگزار شود که مورد موافقت طرف ایرانی قرار گرفت. کیفیت، رئیس مرکز تأیید صلاحیت ایران، مدیرکل دفتر نظارت بر اجرای استاندارد صنایع فلزی و مدیرکل روابط عمومی و ارتباطات بین‌الملل سازمان ملی استاندارد ایران پس از شنیدن پیشنهادهای هیات چینی برای اجرای شدن الزامات خودرویی پیشنهادی را مطرح کردند. هیات چینی نیز بر گسترش همکاری در زمینه‌های آزمایشگاهی، تأیید صلاحیت و صدور گواهی در حوزه خودرو تأکید کرده که بر این اساس دوطرف مذاکره با تأکید بر گسترش همکاری میان نهادهای متناظر در دو

ایران، همچنین نمایندگان شرکت‌های خصوصی در زمینه خدمات خودرویی بود هیات چینی برای اجرای استانداردهای موردنظر ایران ابراز تمایل کرده و با توجه به استانداردهای اجباری هفته گذشته جلسه‌ای مشترک میان سازمان ملی استاندارد و یک هیات چینی با هدف گفت‌وگو درباره استانداردهای هشتادوپنج‌گانه خودرویی اعلام آمادگی کرده است. در این نشست هیات ایرانی، متشکل از معاون ارزیابی کیفیت، رئیس مرکز تأیید صلاحیت ایران، مدیرکل دفتر نظارت بر اجرای استاندارد صنایع فلزی و مدیرکل روابط عمومی و ارتباطات بین‌الملل سازمان ملی استاندارد ایران پس از شنیدن پیشنهادهای هیات چینی برای اجرای شدن الزامات خودرویی پیشنهادی را مطرح کردند. هیات چینی نیز بر گسترش همکاری در زمینه‌های آزمایشگاهی، تأیید صلاحیت و صدور گواهی در حوزه خودرو تأکید کرده که بر این اساس دوطرف مذاکره با تأکید بر گسترش همکاری میان نهادهای متناظر در دو

غیر استاندارد را دوباره تولید کنند که استانداردهای هشتادوپنج‌گانه را در نظر داشته و تولید محصول را با شرایط جدید از سر بگیرند. اول دی همزمان با اجرای فاز نخست استانداردهای ۸۵گانه فهرست مدل خودروهایی که از این پس به دلیل نداشتن این استانداردها از چرخه تولید حذف می‌شوند، اعلام شد. در این فهرست تولید و واردات خودروهایی همچون امویام ۳۱۵ سدان، امویام ۵۵۰، تیگو ۵، سایپا ۱۳۱ و سایپا ۱۳۲ دوگانه‌سوز، سایپا ۱۴۱ بنزینی و دوگانه‌سوز، آریو ۱۵۰۰ سی‌سی، پژو پارس با موتور XUM، وانت تک‌کابین و دو کابین مازدا و کارا ۱۷۰۰ (بنزینی و دوگانه‌سوز)، آسا 50F B، لیفان ۶۲۰، لیفان ایکس ۵۰، لیفان ایکس ۶۰، جک جی ۵، هیوندای آی ۱۰ از دستور کار خودروسازان خارج شد. این فهرست در حالی اعلام شده که بخشی از ۲۵ خودرویی که تولید و واردات آنها متوقف شده متعلق به شرکای چینی است و از آنجا که بر اساس

بازار خودروی ایران چند سالی است که بین تولیدکنندگان ایرانی و چینی تقسیم شده است. به گزارش پدال‌نیوز به نقل از گسترش صنعت، این مسئله که بعد از افزایش تحریم‌های غرب علیه ایران شدت گرفته بود پس از برجام و افزایش همکاری ایران با خودروسازان اروپایی نیز نتوانست تغییر چندانی در آن ایجاد کند، زیرا چینی‌ها که سهم عمده‌ای از بازار ایران کسب کرده‌اند حاضر به ترک این بازار نبوده‌اند و در این سال‌ها سعی کرده‌اند با سیاست‌های خودرویی ایران همسو شوند. در آخرین اتفاقی که رخ داده شاهد مذاکره چینی‌ها برای همکاری در بخش استانداردهای خودرویی ایران هستیم. این موضوع پس از آن رخ داد که تیره پیروزبخت، رئیس سازمان ملی استاندارد تأکید کرد که برنامه این سازمان برای اجرای قانون ارتقای استاندارد است و تنها تولیدکنندگانی می‌توانند محصولات مطرح در فهرست خودروهای

بازار خودروی ایران چند سالی است که بین تولیدکنندگان ایرانی و چینی تقسیم شده است. به گزارش پدال‌نیوز به نقل از گسترش صنعت، این مسئله که بعد از افزایش تحریم‌های غرب علیه ایران شدت گرفته بود پس از برجام و افزایش همکاری ایران با خودروسازان اروپایی نیز نتوانست تغییر چندانی در آن ایجاد کند، زیرا چینی‌ها که سهم عمده‌ای از بازار ایران کسب کرده‌اند حاضر به ترک این بازار نبوده‌اند و در این سال‌ها سعی کرده‌اند با سیاست‌های خودرویی ایران همسو شوند. در آخرین اتفاقی که رخ داده شاهد مذاکره چینی‌ها برای همکاری در بخش استانداردهای خودرویی ایران هستیم. این موضوع پس از آن رخ داد که تیره پیروزبخت، رئیس سازمان ملی استاندارد تأکید کرد که برنامه این سازمان برای اجرای قانون ارتقای استاندارد است و تنها تولیدکنندگانی می‌توانند محصولات مطرح در فهرست خودروهای

بازار خودروی ایران چند سالی است که بین تولیدکنندگان ایرانی و چینی تقسیم شده است. به گزارش پدال‌نیوز به نقل از گسترش صنعت، این مسئله که بعد از افزایش تحریم‌های غرب علیه ایران شدت گرفته بود پس از برجام و افزایش همکاری ایران با خودروسازان اروپایی نیز نتوانست تغییر چندانی در آن ایجاد کند، زیرا چینی‌ها که سهم عمده‌ای از بازار ایران کسب کرده‌اند حاضر به ترک این بازار نبوده‌اند و در این سال‌ها سعی کرده‌اند با سیاست‌های خودرویی ایران همسو شوند. در آخرین اتفاقی که رخ داده شاهد مذاکره چینی‌ها برای همکاری در بخش استانداردهای خودرویی ایران هستیم. این موضوع پس از آن رخ داد که تیره پیروزبخت، رئیس سازمان ملی استاندارد تأکید کرد که برنامه این سازمان برای اجرای قانون ارتقای استاندارد است و تنها تولیدکنندگانی می‌توانند محصولات مطرح در فهرست خودروهای

## آیا برخی واردکنندگان خودرو واسطه‌گری می‌کنند؟



بازار تزریق شده‌اند؟ در واقع این شباهت به‌وجود می‌آید که برخی شرکت‌ها در چنین شرایطی ممکن است علاوه بر واسطه‌گری، از محل جذب نقدینگی مشتریان در پیش‌فروش‌ها نیز سود کنند، در غیر این صورت چرا شرکت‌هایی که پس از مشکلات پیش‌آمده برای واردات خودرو نتوانستند سفارش‌های مشتری را

بازار به‌فروش می‌رسد. این در حالی است که طرح فروش این خودرو با قیمت ۲۹۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تا ۳۰۵ میلیون تومان از دیروز در وبسایت ابرتویا قرار گرفته است. سوال اینجاست که با وجود اینکه به‌صورت شخصی امکان واردات خودرو وجود ندارد، این خودروها چگونه پیش از آغاز طرح پیش‌فروش تویوتا به

بازار به‌فروش می‌رسد. این در حالی است که طرح فروش این خودرو با قیمت ۲۹۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تا ۳۰۵ میلیون تومان از دیروز در وبسایت ابرتویا قرار گرفته است. سوال اینجاست که با وجود اینکه به‌صورت شخصی امکان واردات خودرو وجود ندارد، این خودروها چگونه پیش از آغاز طرح پیش‌فروش تویوتا به

بازار به‌فروش می‌رسد. این در حالی است که طرح فروش این خودرو با قیمت ۲۹۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تا ۳۰۵ میلیون تومان از دیروز در وبسایت ابرتویا قرار گرفته است. سوال اینجاست که با وجود اینکه به‌صورت شخصی امکان واردات خودرو وجود ندارد، این خودروها چگونه پیش از آغاز طرح پیش‌فروش تویوتا به



## سه‌میه ویژه با تعرفه مناسب در طرح جدید ترافیک برای خبرنگاران

عضو کمیسیون فرهنگی و اجتماعی شورای شهر تهران از اختصاص سه‌میه ویژه و تعرفه مناسب در طرح جدید ترافیک برای خبرنگاران خبر داد و گفت شهرداری تهران در لایحه خود به این موضوع توجه داشته باشد.

به گزارش تسنیم، احمد مسجدجامعی با اشاره به پیشنهاد شهردار تهران در خصوص اجرای طرح ترافیک جدید، اظهار کرد: در این خصوص هنوز شهرداری تهران (معاونت حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران) لایحه‌ای را به شهردار ندهاده است و این موضوع فقط در یکی از جلسات اعضای شورای شهر تهران با معاون شهردار بحث و تبادل نظر شد.

وی تصریح کرد: در حال حاضر نمی‌توان در خصوص طرح مد نظر شهرداری تهران نظر داد چراکه باید منتظر ارسال لایحه شهرداری باشیم و در نهایت با بررسی همه جوانب بتوانیم نظر بدهیم.

مسجدجامعی بیان کرد: با توجه به صحبت‌های ارائه شده از سوی معاون حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران این‌گونه به نظر می‌رسد که طرح اشاره شده دارای جنبه‌های مثبتی است که البته این موارد همراه با نقاط ضعف احتمالی توسط شورای شهر تهران بررسی خواهد شد. عضو شورای شهر تهران بیان کرد: رویکرد شورا در این دوره افزایش راحتی شهروندان است و چنانچه طرح اشاره شده در این راستا باشد قطعاً مورد موافقت اعضای شورا خواهد بود. وی با تأکید بر اختصاص سهم ویژه به گروه‌های خاص افزود: خبرنگاران از این دست گروه‌ها هستند و در سال‌های گذشته تسهیلاتی برای این گروه از جامعه در طرح ترافیک پیش‌بینی شده و قطعاً در طرح جدید هم تسهیلات لازم پیش‌بینی می‌شود.

مسجدجامعی گفت: اختصاص سه‌میه ویژه به خبرنگاران با تعرفه مناسب از برنامه‌های شورای شهر تهران برای خبرنگاران خواهد بود که قطعاً در لایحه شهرداری نیز این موضوع باید دیده شود.

## شورای رقابت به بازار وارداتی‌ها ورود نمی‌کند

زمانی که سایت نتبارش بسته بود و همین محدودیت واردات شبانه انحصار در بازار را ایجاد می‌کرد، رضا شیوا، رئیس شورای رقابت از ورود این شورا به بازار خودروهای وارداتی سخن گفت. حالا با ابلاغ دستورالعمل جدید واردات خودرو، او می‌گوید این شورا دیگر به نظارت بر این بازار ورود نخواهد کرد.

به گزارش پدال‌نیوز، در حال حاضر قیمت‌گذاری خودروهای پرتیراژ و زیر ۴۵ میلیون تومان بر عهده شورای رقابت است و تعیین قیمت محصولات بالای ۴۵ میلیون در اختیار خودروسازان قرار دارد. تولیدکنندگان بنا بر تقاضای محصولات یاد شده در بازار می‌توانند نسبت به قیمت‌گذاری خودروهای عنوان شده اقدام کنند. خودروسازان در شرایطی که افزایش حباب‌گونه قیمت‌ها را در بازار خودرو مشاهده هستیم با تولید انبوه محصولات خود و افزایش کیفیت آنها می‌توانند به متعادل‌سازی این بازار بپردازند، اما به‌دلیل نبود بازار رقابتی و انحصار شکل گرفته در بازار، ظاهراً انگیزه‌ای در این زمینه برای آنها وجود ندارد.

گرچه سگمنت قیمتی زیر ۴۵ میلیون توان بیشترین درصد مستشاران بازار ایران را به خود اختصاص داده اما اکنون با بالا رفتن تعرفه واردات خودرو، خودروسازان داخلی در سایر سگمنت‌های قیمتی نیز بی‌رقیب خواهند بود. با این حال که چنین اتفاقی می‌تواند زمینه‌های انحصاری بودن سایر بخش‌های بازار به نفع خودروسازان داخلی را رقم بزند، شورای رقابت می‌گوید که به این بحث ورود نخواهد کرد.

رئیس شورای رقابت معتقد است از آنجایی که بازار خودروهای داخلی انحصاری است، افزایش تعرفه واردات تأثیری در بازار رقابت خودروهای داخلی زیر ۴۵ میلیون تومان ندارد و این رقابت تنها در بین خودروهای وارداتی است. شیوا می‌گوید: خودروهای داخلی زیر ۴۵ میلیون تومان بازار انحصاری دارد. با تعرفه‌ای که در گذشته وجود داشت این خودروها دیگر اصلاً وارد نمی‌شود و برای واردکنندگان هم مقرون به صرفه نبود که این‌گونه خودروها را وارد کنند. اعتقاد ما بر این بود که برای رقابتی شدن بازار خودروهای داخلی کشور که قیمت‌شان زیر ۴۵ میلیون تومان است، باید تعرفه این نوع خودروها پایین بیاید تا بتواند با محصولات خارجی رقابت کنند و این بازار از انحصاری بودن بیرون بیاید ولی اکنون که این اتفاق نیفتاده و همه خودروها وارداتی شده، قیمت‌ها هم افزایش پیدا کرده است. بنابراین این رقابت تنها بین خودروهای وارداتی است و هیچ تأثیری در وضعیت کنونی انحصار در بازار خودروهای داخلی نمی‌گذارد. او در ادامه با اشاره به مشکل شکاف قیمتی بین وارداتی‌ها و داخلی‌ها اظهار می‌کند: خودروسازان ما محصولاتی تولید می‌کنند که قیمت آنها زیر ۴۵ میلیون تومان است. لذا هیچ زمانی اینها با خودروهای وارداتی رقابت نمی‌کنند، زیرا خودروهای وارداتی در این سطح قیمتی اصلاً وجود ندارد.

رئیس شورای رقابت با اشاره به بازار رقابتی انواع مدل‌های مونتاژی نیز می‌گوید: قیمت این محصولات هم همانند وارداتی‌ها است. آنها هم باید تعرفه بالاتری بدهند و با یکدیگر رقابت دارند. پس در تولید خودروهای داخلی زیر ۴۵ میلیون تومان این تعرفه در بازار رقابتی تأثیری ندارد.

رئیس شورای رقابت با اشاره به بازار رقابتی انواع مدل‌های مونتاژی نیز می‌گوید: قیمت این محصولات هم همانند وارداتی‌ها است. آنها هم باید تعرفه بالاتری بدهند و با یکدیگر رقابت دارند. پس در تولید خودروهای داخلی زیر ۴۵ میلیون تومان این تعرفه در بازار رقابتی تأثیری ندارد.





آشتی دادن دنیای تجارت  
آن لاین و سنتی

مترجم: نازنین کی نژاد

ایتالیا سومین اقتصاد بزرگ اروپا است و ضریب نفوذ ۶۰ درصدی اینترنت، این کشور را به یکی از بازارهای روبه رشد تجارت الکترونیک در اروپای غربی تبدیل کرده است. ارزش تجارت الکترونیک در ایتالیا سال ۲۰۱۲، ۹.۶ میلیارد یورو بوده و این عدد در سال ۲۰۱۶ به مقایسه با سال قبلش، ۱۹ درصد افزایش داشته است.

در سال ۲۰۱۵، آمار نشان می‌دهد ۵۷ درصد مصرف کنندگان ایتالیایی پیش از خرید آن لاین، در مورد محصول مورد نظرشان جست‌وجو می‌کردند و این ارقام در مورد خریدهای آفلاین ۶۷ درصد بود. دغدغه بزرگ بسیاری از برندها در دنیای دیجیتال، نبرد آن لاین در مقابل آفلاین یا ارائه تجربه‌ای یکپارچه است. با رشد فزاینده تجارت الکترونیک، کسب‌وکارها چطور می‌توانند کاهش مراجعه به فروشگاه‌ها را جبران کنند؟

حقیقت این است که مشتریان این روزها خریدهای کم در دستر را ترجیح می‌دهند. برند MediaWorld این تغییر را در مشتری حس کرده بود و می‌دانست باید در رفتار خرید رسانه‌های اش تجدیدنظر و تجربه‌ای Omnichannel را خلق کند (به کار بردن روش بازاریابی چند کانالی که در آن مشتری می‌تواند از تمام کانال‌های موجود خرید کند، با این تفاوت که این بار تمام این کانال‌ها یکپارچه‌اند و اطلاعات به دست آمده از رفتار خرید مشتری برای بهبود تمام ورودی‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد). کمپین‌های پیشین برند با پیش فرض خرید در فروشگاه فیزیکی شکل گرفته بود که به افزایش سهم بازار تجارت الکترونیک بی‌تفاوت بود. پس MediaWorld باید در این مرحله فعالیت‌های آن لاینش را برای قدرتمند کردن فروش آفلاین به کار می‌برد، زیرا ۹۰ درصد مشتریان، هنوز هم قابلیت تبدیل به مصرف کنندگان فروشگاه را دارند. به‌طور خلاصه تمام فعالیت‌های برند باید جمعیت را به خرید از فروشگاه تشویق می‌کرد.

## استراتژی

اول مردم- پیش از هر کار MediaWorld باید با بهبود فعالیت‌هایش در خرید رسانه دیجیتال، درخواست‌های تغییر یافته مردم را پاسخ می‌داد و با این کار درآمد فروش آفلاینش را زیاد می‌کرد. البته در عین حال به افزایش فروش الکترونیکش هم فکر می‌کرد.

برای این کار، آژانس iProspect می‌دانست اولین گام برای خلق و انتقال پیام مناسب، شناخت درست مخاطب است. چه درخواست خرید آن لاین بود، چه بررسی موجودی انبار یا تحویل، باید پیام مناسب در زمان درست به مخاطب می‌رسید. انواع مخاطب مشخص شدند: مخاطب صرفاً آن لاین، مخاطب آفلاین/ آن لاین، مخاطب صرفاً آفلاین.

تقسیم‌بندی‌های ریزتری نیز به میان آمد: مشتری در مقابل افرادی که پتانسیل تبدیل به مشتری را داشتند، نوع ابزار هوشمند مورد استفاده، رفتار خرید و قصد خرید... و به این ترتیب امتیازهایی برای هر گروه مخاطب در نظر گرفته شد. تمرکز بر این گروه مخاطبان به معنای این بود که برند ابتدا مردم را در نظر گرفته است و پیام‌های هدفمند را بر اساس هدف خرید، نوع وسیله هوشمند مورد استفاده و مکان جغرافیایی تولید می‌کند. پس از این مرحله، استراتژی کمپین بر اساس این اهداف تدوین شد:

- یکپارچه کردن داده‌ها برای افزایش تأثیر پیام هدفمند  
- تسلط بر مکان‌هایی که مردم در آن به جست‌وجو می‌پردازند  
- بهبود تجربه استفاده از چند وسیله هوشمند  
- استفاده یکپارچه از شبکه‌های اجتماعی.

## اجرا

هدایت ترافیک آن لاین به فروشگاه‌ها و افزایش آگاهی به تغییرات بزرگی در رویکرد برند نیاز داشت. آژانس به جای تراکت کاغذی، آنها را با نمونه‌های الکترونیک جایگزین کرد و تراکت‌ها در معرض دید بیش از ۸ میلیون ایتالیایی قرار گرفتند. سپس استراتژی مبتنی بر جست‌وجو (سرچ)، شبکه‌های اجتماعی و بنر براساس منطقه جغرافیایی، دستگاه مورد استفاده و فاصله تا فروشگاه آغاز شد.

محل فروشگاه‌های برند از طریق صفحات کسب‌وکار Google مشخص شد و مردمی که در شعاع مشخصی از این فروشگاه‌ها قرار داشتند، از طریق کمپین آفلاین به خرید از فروشگاه‌ها ترغیب می‌شدند. موجودی اجناس داخل فروشگاه‌ها در فضای آن لاین هر لحظه به‌روز و به مردم اطلاع‌رسانی می‌شد، به این ترتیب آنها اطمینان داشتند که رفتن‌شان به فروشگاه بی‌نتیجه نیست و می‌تواند کالای دلخواه‌شان را بخرند. افراد بیرون این شعاع نیز به کمپین آن لاین دعوت می‌شدند.

نتیجه این شد که برند با استفاده از استراتژی «اول مردم» و به کار بردن داده‌ها در جای مناسب، توانست فروش آفلاین و آن لاینش را افزایش دهد.

منبع: creamglobal mbnews

## ۱۵ سؤالی که هر استارت‌آپی برای استراتژی برندینگ خود باید پاسخ دهد

مهسا احمدپور



فرآیند خلق یک برند جدید یا تعیین استراتژی برندینگ جدید به عنوان بخشی از استراتژی بازاریابی، یکی از مهم‌ترین مراحل در هر استارت‌آپی محسوب می‌شود. برند شما، شرکت‌تان را به مردم دنیا معرفی خواهد کرد، بنابراین باید در طراحی استراتژی برندسازی خود بسیار دقت کنید.

در اینجا ۱۵ سؤال مطرح می‌شود که قبل از شروع طراحی استراتژی برندینگ باید به آنها پاسخ دهید.

هدف برند شما در بازار  
آموزی چیست؟

برای استارت‌آپ جدید خود، هدف برندی واضح و شفاف تعریف کنید. به جز فروش کالا یا خدمات، هدف شما از راه‌اندازی این کسب‌وکار چیست؟ آیا این هدف از سوی مشتریان‌تان مورد استقبال قرار خواهد گرفت؟ استارت‌آپ شما به دنبال چه چیزی است؟ این استارت‌آپ وضعیت کدام بخش جامعه را بهبود می‌بخشد؟ هدف برند باید به این گونه سؤالات پاسخ دهد. هدف باید معنادار و احساسی باشد و افراد را با هم متحد کند.

## قابلیت‌ها و توانمندی‌های شما چیست؟

نقاط قوت کسب‌وکار شما چیست؟ تجربه فنی؟ نیروی کار شایسته؟ ارائه خدمات عالی به مشتریان؟ یک محصول کاملاً جدید و نوآورانه؟ یا دانش تخصصی در مورد صنعت؟ اینها فقط چند نمونه هستند، اما به شما کمک می‌کنند بفهمید چه چیزی ذی‌نفعان آینده شما را مجذوب خود می‌کند. همه آنها را فهرست کنید و مطمئن شوید وعده‌های برند آینده شما با این نقاط قوت پشتیبانی خواهد شد.

## به‌طور خاص چه افرادی را به عنوان مشتریان هدف محصولات‌تان در نظر دارید؟

به مشتریان آینده خود فکر کنید، آنها چه کسانی هستند؟ به چه چیزی علاقه دارند؟ چگونه رفتار می‌کنند؟ چرا محصول شما را نیاز دارند؟ در نقطه مقابل، چه کسانی هستند که نمی‌خواهید با آنها کار کنید؟ همواره سعی کنید نیچ مارکت خود را انتخاب کنید و به‌طور خاص بر آن تمرکز شوید. برند شما نیاز دارد به شیوه‌ای احساسی و کارکردی، این مشتریان بالقوه را جذب کند و با مشخص کردن این

## تبلیغات خلاق

اتفاق‌هایی است که می‌تواند برای یک برند رخ دهد، زیرا می‌تواند کل اعتبار آن را از بین ببرد.

**داستان برند شما چیست؟**  
داستان برند بسیار حائز اهمیت است. اگر داستان برند شما معتبر نباشد، محصولات و خدمات شما هم معتبر نخواهند بود. پاسخ سؤالات قبلی را به خاطر بیاورید و داستان پشت برند جدید خود را تعریف کنید. این امر در ساخت یک محتوای ارزشمند و منحصر به فرد برای تعاملات آینده به شما بسیار کمک خواهد کرد.

## چگونه توجه بازار را به دست خواهید آورد؟

چطور می‌خواهید جذابیت خود را حفظ و توجه مخاطبان را به خود جلب کنید؟ برند شما می‌خواهد در چه مکان‌هایی و در کدام رسانه‌ها حضور داشته باشد؟ چگونه می‌خواهید برند این کانال‌ها تبلیغ کنید؟ تعیین این موارد تا حد زیادی کلیت استراتژی برندینگ شما را مشخص می‌کند.

## چگونه موفقیت برند خود را اندازه‌گیری می‌کنید؟

اهداف خود را تعریف و راه‌هایی را برای اندازه‌گیری موفقیت این اهداف در آینده تعیین کنید. شاید هدف شما این باشد که یک برند اخلاقی ایجاد کنید که محصولات طبیعی می‌فروشد. در این صورت شما موفقیت برندتان را بر مبنای تحقق وعده‌های برندتان اندازه‌گیری می‌توانید قبول بدهند که با صفحات طرفداران‌شان در تعامل باشند و مخاطبان جدیدی را نیز جذب کنند، تبلیغات هدفمندی را به نمایش بگذارند که بیشترین مخاطب را برای شرکت جذب کند و تمامی این کارها را با هزینه‌ای بسیار کمتر از تبلیغات به روش سنتی انجام دهند.

تحقیقات نشان می‌دهد بازاریابی اینترنتی از طریق رسانه‌های اجتماعی مخاطبان را ۳ برابر بیشتر جذب می‌کند و هزینه‌های تبلیغات در آن ۶۲ درصد کمتر از هزینه‌های تبلیغات به روش سنتی است (Source: HubSpot).

## مشتریان واقعی نتایج واقعی

میزان موفقیت برنامه‌های بازاریابی اینترنتی از طریق شبکه‌های اجتماعی هنوز به‌طور دقیق قابل اندازه‌گیری نیست، ولی آن چیزی که شاهدش هستیم اینکه آثار بسیار خوبی بر جذب مخاطب داشته است. حتی فعالیت‌های بازاریابی اینترنتی از طریق شبکه‌های اجتماعی با بودجه کم نیز موفق بوده‌اند.

برای مثال یک شرکت خدماتی ارائه سرویس به کودکان معلول، یک برنامه تبلیغاتی در Facebook را با بودجه ۶۰ هزار تومان در روز اجرا کرد. بعد از یک ماه، تبلیغ بیش از ۲۰۰ هزار بار دیده و بیش از ۵۰۰ بار لینک به سایت کلیک شده است. آنها همچنین روزانه حدود ۷۰۰۰ بار از صفحات وبسایت‌شان بازدید داشته‌اند. مردم تبلیغات و پست‌های این شرکت را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشتند و این سبب شد افراد جدیدی از وبسایت شرکت دیدن کنند. این تأثیر به اندازه تأثیر سئو (SEO) برای وبسایت مفید بود.

بعد از گذشت هفته اول این شرکت تماسی از سوی مردم برای ارائه خدمت دریافت نکرد، چرا که فرآیند ثبت‌نام در سایت طولانی بود، ولی بعد از گذشت سه هفته، شرکت مشتریان زیادی را جذب کرد و (ROI) نرخ بازگشت سرمایه تبلیغات انجام شده شرکت افزایش یافت.

نکته قابل توجه اینکه تبلیغات در فیس‌بوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی از طریق هدایت مخاطبان به وبسایت شرکت و دیگر صفحات فرود (landing page) سبب جذب مخاطب و در نهایت افزایش فروش می‌شود.

فیس‌بوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی ابزارهای جدیدی در بازاریابی هستند، از این رو صاحبان کسب‌وکار باید در ایده‌های بازاریابی سنتی خود تجدید نظر کنند و با چگونگی فعالیت‌های بازاریابی اینترنتی آشنا شوند. آنان باید بدانند که این پلتفرم‌ها واقعا چگونه عمل می‌کنند و چگونه می‌توان از آنها استفاده کرد و مهم‌تر از همه اینکه از شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزار بازاریابی اینترنتی باید انتظار چه چیزی را داشت.

منبع: belovedmarketing

## ایستگاه تبلیغات



## تأثیر تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی

آزاده اردشیری چم

بسیاری از کسب‌وکارها قدرت بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی (social media marketing) و تبلیغات در آن را به خوبی درک می‌کنند، اما گاهی برداشت‌های اشتباهی در مورد میزان اثربخشی فعالیت‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی نیز وجود دارد.

برای مثال، بسیاری از صاحبان کسب‌وکارها می‌دانند که پست گذاشتن‌های روزانه در صفحه‌های کسب‌وکارشان در شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات در این شبکه‌ها، فروش را افزایش می‌دهد، اما یک باور اشتباه وجود دارد و آن هم این است که عده‌ای فکر می‌کنند می‌توان افزایش فروش از طریق شبکه‌های اجتماعی را ضمانت کرد. برای مثال ضمانت نرخ بازگشت سرمایه‌ای (ROI) برابر با ۳۸ درصد برای بازاریابی از طریق رسانه‌های اجتماعی تعیین کنند!

هیچ ضمانتی در بازاریابی و تبلیغات از طریق رسانه‌های اجتماعی وجود ندارد. حقیقت این است که هیچ‌کس نمی‌تواند میزان مشخصی ROI را برای بازاریابی و تبلیغات در رسانه‌های مختلف اجتماعی همانند Facebook، Yellow pages، تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات رادیویی و... ضمانت کند.



تنها چیزی که به اثبات رسیده، این است که تبلیغات و بازاریابی اینترنتی از طریق شبکه‌های اجتماعی برای شرکت‌ها مفیدند. بازاریابان تنها می‌توانند قبول بدهند که با صفحات طرفداران‌شان در تعامل باشند و مخاطبان جدیدی را نیز جذب کنند، تبلیغات هدفمندی را به نمایش بگذارند که بیشترین مخاطب را برای شرکت جذب کند و تمامی این کارها را با هزینه‌ای بسیار کمتر از تبلیغات به روش سنتی انجام دهند.

تحقیقات نشان می‌دهد بازاریابی اینترنتی از طریق رسانه‌های اجتماعی مخاطبان را ۳ برابر بیشتر جذب می‌کند و هزینه‌های تبلیغات در آن ۶۲ درصد کمتر از هزینه‌های تبلیغات به روش سنتی است (Source: HubSpot).

## مشتریان واقعی نتایج واقعی

میزان موفقیت برنامه‌های بازاریابی اینترنتی از طریق شبکه‌های اجتماعی هنوز به‌طور دقیق قابل اندازه‌گیری نیست، ولی آن چیزی که شاهدش هستیم اینکه آثار بسیار خوبی بر جذب مخاطب داشته است. حتی فعالیت‌های بازاریابی اینترنتی از طریق شبکه‌های اجتماعی با بودجه کم نیز موفق بوده‌اند.

برای مثال یک شرکت خدماتی ارائه سرویس به کودکان معلول، یک برنامه تبلیغاتی در Facebook را با بودجه ۶۰ هزار تومان در روز اجرا کرد. بعد از یک ماه، تبلیغ بیش از ۲۰۰ هزار بار دیده و بیش از ۵۰۰ بار لینک به سایت کلیک شده است. آنها همچنین روزانه حدود ۷۰۰۰ بار از صفحات وبسایت‌شان بازدید داشته‌اند. مردم تبلیغات و پست‌های این شرکت را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشتند و این سبب شد افراد جدیدی از وبسایت شرکت دیدن کنند. این تأثیر به اندازه تأثیر سئو (SEO) برای وبسایت مفید بود.

بعد از گذشت هفته اول این شرکت تماسی از سوی مردم برای ارائه خدمت دریافت نکرد، چرا که فرآیند ثبت‌نام در سایت طولانی بود، ولی بعد از گذشت سه هفته، شرکت مشتریان زیادی را جذب کرد و (ROI) نرخ بازگشت سرمایه تبلیغات انجام شده شرکت افزایش یافت.

نکته قابل توجه اینکه تبلیغات در فیس‌بوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی از طریق هدایت مخاطبان به وبسایت شرکت و دیگر صفحات فرود (landing page) سبب جذب مخاطب و در نهایت افزایش فروش می‌شود.

فیس‌بوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی ابزارهای جدیدی در بازاریابی هستند، از این رو صاحبان کسب‌وکار باید در ایده‌های بازاریابی سنتی خود تجدید نظر کنند و با چگونگی فعالیت‌های بازاریابی اینترنتی آشنا شوند. آنان باید بدانند که این پلتفرم‌ها واقعا چگونه عمل می‌کنند و چگونه می‌توان از آنها استفاده کرد و مهم‌تر از همه اینکه از شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزار بازاریابی اینترنتی باید انتظار چه چیزی را داشت.

منبع: belovedmarketing

که دریابید دوست دارید برندان چه خصوصیاتی نداشته باشد. دانستن این موضوع به طیفه محصول است. برای مثال برندهای سریال (Cereal) علاوه بر رقابت با برندهای سریال با سایر برندهای محصولات صبحانه مانند میوه، ماست، پنکیک و... نیز رقابت می‌کنند.

## چه چیزی شما را از دیگران متمایز می‌کند؟

شما خواهید چه ارزش ویژه‌ای را به مشتریان اتی خود ارائه دهید؟ در چه حوزه‌ای می‌توانید وارد شوید که هم از رقبای‌تان متمایز باشید و هم نیازهای مشتریان‌تان را برآورده کنید؟ به عبارت دیگر باید برای خود مشخص کنید که می‌خواهید کدام مشکل مشتریان بالقوه را حل کنید.

## شخصیت برند شما چیست؟

به شخصیت برند خود به چشم یک انسان نگاه کنید، در این صورت برندان چگونه شخصیتی خواهد داشت؟ آیا برندان یک برند دوستانه خواهد بود یا فریبنده؟ پیچیده؟ کلاسیک یا مدرن یا مرسوم؟ ورزشی؟ اخلاقی و...  
**آیا برند شما ارزش‌های منحصر به فردی دارد؟**

## قول یا وعده برند شما چیست و چگونه می‌خواهید آن را محقق کنید؟

وعده‌های برند خود را مطابق با قابلیت‌های‌تان تعیین کنید. اگر ادعا می‌کنید محصولات‌تان دست‌ساز و سازگار با محیط‌زیست است، مطمئن شوید این وضعیت همیشه وجود خواهد داشت. شکستن قول برند یکی از بدترین

بخش در استراتژی برندینگ، امکان طرح برنامه بازاریابی درست برای کسب و کار وجود مشتریان‌تان مورد استقبال قرار خواهد گرفت؟ استارت‌آپ شما به دنبال چه چیزی است؟ این استارت‌آپ وضعیت کدام بخش جامعه را بهبود می‌بخشد؟ هدف برند باید به این گونه سؤالات پاسخ دهد. هدف باید معنادار و احساسی باشد و افراد را با هم متحد کند.

## قابلیت‌ها و توانمندی‌های شما چیست؟

نقاط قوت کسب‌وکار شما چیست؟ تجربه فنی؟ نیروی کار شایسته؟ ارائه خدمات عالی به مشتریان؟ یک محصول کاملاً جدید و نوآورانه؟ یا دانش تخصصی در مورد صنعت؟ اینها فقط چند نمونه هستند، اما به شما کمک می‌کنند بفهمید چه چیزی ذی‌نفعان آینده شما را مجذوب خود می‌کند. همه آنها را فهرست کنید و مطمئن شوید وعده‌های برند آینده شما با این نقاط قوت پشتیبانی خواهد شد.

## به‌طور خاص چه افرادی را به عنوان مشتریان هدف محصولات‌تان در نظر دارید؟

به مشتریان آینده خود فکر کنید، آنها چه کسانی هستند؟ به چه چیزی علاقه دارند؟ چگونه رفتار می‌کنند؟ چرا محصول شما را نیاز دارند؟ در نقطه مقابل، چه کسانی هستند که نمی‌خواهید با آنها کار کنید؟ همواره سعی کنید نیچ مارکت خود را انتخاب کنید و به‌طور خاص بر آن تمرکز شوید. برند شما نیاز دارد به شیوه‌ای احساسی و کارکردی، این مشتریان بالقوه را جذب کند و با مشخص کردن این

## تبلیغات خلاق



لیست ۱۳۶ نوع بازاریابی  
انواع بازاریابی که باید بشناسید (۱)

در این مقاله انواع بازاریابی‌ها را برای شما جمع‌آوری کرده‌ایم تا یک دید کلی از بازاریابی داشته باشید. قبلاً نیز خود بازاریابی را تعریف کرده بودیم.

به مرور انواع بازاریابی‌ها را به صورت تک تک بررسی می‌کنیم تا بهترین راه را برای کار خود انتخاب کنید.

بازاریابی بهترین و مؤثرترین راه برای فروش و معرفی تجارت است.

فهرستی که در ادامه می‌بینید خیلی کامل نیست و برای تکمیل شدن نیاز به تلاش و بسط و توسعه بسیار زیادی دارد.

برای اینکه تا حدودی این فهرست قابل مدیریت شود سعی کردیم تنها به عباراتی اشاره کنیم که به کلمه «بازاریابی» ختم می‌شدند.

۱- بازاریابی رابطه‌ای (Relationship marketing) پرداخت به یک رابط یا آشنا برای هدایت ترافیک/ مشتری به وبسایت/کسب‌وکار شما

۲- بازاریابی چالاک (agile marketing): استفاده از مجموعه‌ای از روش‌های توسعه در دپارتمان بازاریابی

۳- بازاریابی الگوریتمی (algorithmic marketing) استفاده از الگوریتم‌های نرم‌افزاری برای اجرای بازاریابی نیمه‌خودکار

۴- بازاریابی غافلگیرانه (ambush marketing): استفاده از فرصت یک رویداد بزرگ بدون صرف هزینه برای حمایت از آن رویداد

۵- بازاریابی تحلیلی (analytical marketing): مدل‌ها و روش‌های کمی بازاریابی

۶- بازاریابی پیش‌بین (anticipation marketing) شکلی از بازاریابی که پیش از عرضه و معرفی یک محصول شکل می‌گیرد.

۷- بازاریابی مقاله‌ای (article marketing): نگارش مقالات (به‌صورت آنلاین یا آفلاین) برای ترویج یک کسب‌وکار

۸- بازاریابی صنعتی (B2B marketing) بازاریابی با هدف دیگر کسب‌وکارها

۹- بازاریابی مصرفی (B2C marketing) بازاریابی با هدف مصرف‌کنندگان

۱۰- بازاریابی فرد (B2P marketing) بازاریابی باهدف یک فرد خاص از جمعیت مصرف‌کنندگان

۱۱- بازاریابی رفتاری (behavioral marketing) هدف گرفتن پیشنهادها و تبلیغات بر اساس رفتار کاربر

۱۲- بازاریابی کلاسیک (blackhat marketing): عموماً مورد استفاده در سئو و رتبه‌بندی نتایج موتورهای جستجو، تحت تأثیر قرار دادن نتایج موتورهای جستجو از طریق روش‌های غیراخلاقی

۱۳- بازاریابی برند (brand marketing): توسعه برند که اغلب در برابر بازاریابی مستقیم قرار می‌گیرد.

۱۴- بازاریابی مرکز تماس (call center marketing) بازاریابی تلفنی و از راه دور و رسیدگی به تماس دریافتی از طرف مشتریان فعلی و بالقوه

۱۵- بازاریابی دانشگاه (campus marketing): بازاریابی باهدف دانشجویان یا از طریق آنها

۱۶- بازاریابی کاتالوگ (catalogue marketing) بازاریابی از طریق کاتالوگ‌هایی که از طریق پست توزیع می‌شوند.

۱۷- بازاریابی سببی (cause marketing): کسب‌وکارها با همکاری با مجموعه غیرانتفاعی برای کسب منافع دو طرف اقدام به بازاریابی می‌کنند.

۱۸- بازاریابی با افراد مشهور (celebrity marketing) استفاده از ستارگان مشهور و شناخته‌شده به‌عنوان سخنران جهت تأیید یا اعلام رضایت

۱۹- بازاریابی کانال (channel marketing): بازاریابی ترویج و ترفیع از طریق عمده‌فروشان، توزیع‌کنندگان، فروشندگان مجدد

۲۰- بازاریابی حلقه بسته (Closed-Loop Marketing) اندازه‌گیری نرخ بازگشت سرمایه از دوره عمر بازاریابی به فروش‌ها

۲۱- بازاریابی ابری (cloud marketing): استفاده از اپلیکیشن‌های نرم‌افزار به‌عنوان یک سرویس برای بازاریابی

۲۲- بازاریابی تعاونی (cooperative marketing) شرکت‌ها یک محصول یا خدمت یا برند را که به‌صورت مشترک توسعه داده‌اند بازاریابی می‌کنند.

۲۳- بازاریابی اجتماعی (communal marketing) درگیر کردن عموم مردم در توسعه یک کمپین بازاریابی

۲۴- بازاریابی جامعه (community marketing) بازاریابی از طریق ایجاد یک اجتماع آنلاین

۲۵- بازاریابی محاسباتی (computational marketing) معادل بازاریابی مهندسی مالی

۲۶- بازاریابی متمرکز (Concentrated marketing) زمانی که پیام شما با هدف رسیدن به تنها یک بازار کوچک منتشر می‌شود.

ادامه دارد...

منبع: bigwallet

## بازاریابی محتوا و روابط عمومی؛ دو روی یک سکه



## امیر قمری

بازاریابی محتوا و روابط عمومی، طبیعی کاملاً شبیه یکدیگر دارند. در واقع می‌توان گفت آنها دو روی یک سکه هستند، اما بیشتر افراد تصور می‌کنند که مهاجرت به شبکه‌های اجتماعی، روابط عمومی را غیرضروری خواهد کرد. این تصور واقعاً نادرست است. برعکس، روابط عمومی به شکلی متفاوت‌تر از الگوهای قدیمی در زمینه تعامل و تبلیغات ظاهر شده است. در این مقاله به شما خواهیم گفت که چرا باید بازاریابی محتوا و روابط عمومی اتحاد کاری با هم داشته باشند. همچنین خواهیم گفت که چگونه این کار را با موفقیت انجام دهید.

چرا باید بازاریابی محتوا و روابط عمومی را با هم ادغام کنیم؟  
در اینجا با ارائه برخی نکات خواهیم گفت که چرا باید روابط عمومی با استراتژی بازاریابی محتوا ترکیب شود.

## اشتراک‌گذاری ایده

یک بازاریاب محتوا یا متخصص روابط عمومی باید همیشه آخرین تحولات و موضوعات داغ را در صنایع مختلف پیگیری کند.

زمانی که روابط عمومی را با استراتژی بازاریابی محتوا ادغام می‌کنید، می‌توانید ایده‌هایی را که به ذهن هر کدام از تیم‌های روابط عمومی یا بازاریابی محتوا می‌رسد با یکدیگر رد و بدل کنید. به عنوان مثال، دیدگاه‌هایی که از طرف تیم روابط عمومی مطرح می‌شود، می‌تواند به تولید محتوا بر اساس آخرین موضوعات بازاریابی کمک کند. از سوی دیگر، نظراتی که از طرف تیم بازاریابی محتوا مطرح می‌شود، به تیم روابط عمومی کمک خواهد کرد تا متوجه شود چه نوعی از محتوا توسط مخاطبان هدف مورد توجه قرار می‌گیرد و مطالعه می‌شود.

## تسهیل در توسعه محتوا

روزانه حدود ۲.۵ میلیارد مطلب تولید می‌شود، به همین دلیل ایستادگی در عرصه دیجیتال هر روز سخت‌تر می‌شود، بنابراین حتی اگر نهایت دقت را در تولید محتوا داشته باشید، تا زمانی که مخاطب را به درستی

شناسایی نکنید و محتوا را در رسانه‌های اینترنتی منتشر نکنید برای کسب‌وکار شما به اندازه کافی خوب نخواهد بود. در این مرحله است که روابط عمومی می‌تواند به شما کمک کند. زمانی که شما روابط عمومی را با استراتژی بازاریابی محتوا ادغام کنید، خیلی راحت‌تر می‌توانید محتوای خود را روی سایت‌های معتبر یا بلاگ‌ها منتشر کنید.

این کار همچنین به توسعه شما کمک خواهد کرد و باعث می‌شود مخاطبان جدیدی را به‌دست بیاورید. به علاوه، به شما کمک می‌کند که یک پیام تجاری یکپارچه را در سراسر رسانه‌های اینترنتی از جمله شبکه‌های اجتماعی منتشر کنید.

## ایجاد روابط و اعتماد

هر متخصص روابط عمومی این نکته را می‌داند که بزرگ‌ترین چالش در حرفه او ایجاد روابط با افراد تأثیرگذار از جمله روزنامه‌نگاران و سردبیران روزنامه‌ها و مجلات مختلف است. با ادغام روابط عمومی و بازاریابی محتوا، می‌توانید مطالب تأثیرگذارتر و با کیفیت‌تری را برای این افراد آماده کنید.

وقتی شما محتوایی را که به خوبی نوشته شده و کیفیت بالایی دارد در اختیار این افراد قرار می‌دهید، آنها بیشتر تمایل پیدا می‌کنند که با شما ارتباط برقرار کنند. در نهایت این کار باعث به وجود آمدن یک ارتباط محکم با درجه اعتماد بالا بین شما و افراد مؤثر در جامعه خواهد شد.

## بهبود سئو سایت

اطلاعات خیری که اغلب به‌طور گسترده در اینترنت به اشتراک گذاشته می‌شوند، می‌تواند یک ابزار قدرتمند برای بهینه‌سازی موتور جستجو باشند. هر چند به دلیل عدم داشتن دانش سئو در نزد متخصصان روابط عمومی، آنها در بهره‌برداری از این اطلاعات خبری برای بهبود تأثیرات سئو با شکست مواجه خواهند شد.

اما با ادغام روابط عمومی با استراتژی بازاریابی محتوا، شما می‌توانید این اطلاعات خبری را با استفاده از کلمات کلیدی مرتبط بهینه کنید. به علاوه، می‌توانید این اطلاعات خبری را با قرار دادن لینک‌های داخلی در آن ارزشمندتر

کنید و در نتیجه باعث افزایش ترافیک سایت شود.

چگونه بازاریابی محتوا را با روابط عمومی ادغام کنیم؟

تا این لحظه به این نکته پی بردید که اگر روابط عمومی و بازاریابی محتوا با هم کار کنند، نتایج بسیار خوبی را به‌دست خواهید آورد. نحوه ادغام این دو با هم به ساختار کسب‌وکار شما و منابع موجود بستگی دارد.

در این قسمت چند نکته را بیان می‌کنم تا برای ادغام بازاریابی محتوا و روابط عمومی از آنها استفاده کنید.

## شناسایی نقاط قوت تیم‌ها

هرچند روابط عمومی و بازاریابی محتوا یک هدف مشابه را دنبال می‌کنند، اما هر یک نگرش متفاوتی به آن دارند. به همین دلیل است که باید نقاط قوت هر یک از تیم‌ها را شناسایی کنید. تیم روابط عمومی هیچ‌گاه نسبت به سئو ندارد، همچنین تیم بازاریابی محتوا هیچ چیزی در رابطه با روابط عمومی نمی‌داند. بنابراین، اولین کاری که باید انجام دهید تشخیص و شناسایی تخصص هر یک از اعضای تیم و نقشی است که به عهده دارند. به عنوان مثال، متخصصان بازاریابی محتوا معمولاً بر روی مسائلی مانند شناسایی مخاطبان هدف، شناسایی مشکلات آنها و نحوه برقراری ارتباط بین مخاطبان مرتبط با یک محصول یا سرویس با محتوای مرتبط با همان محصول یا سرویس تمرکز می‌کنند. هر چند این کار جزئی از وظایف بخش روابط عمومی نیست، اما آنها به‌خوبی می‌دانند که چگونه به مخاطبان هدف و مرتبط دسترسی پیدا کنند. اگر این دو تیم با یکدیگر ارتباط نداشته باشند و از نقاط قوت یکدیگر آگاهی نداشته باشند، نمی‌توانند مخاطبان هدف را به درستی شناسایی کنند.

طراحی کمپین بازاریابی با کمک هر دو تیم

طراحی کمپین‌های بازاریابی به هر دو تیم روابط عمومی و بازاریابی محتوا کمک می‌کند تا بتوانند ایده‌ها و نقطه نظرات خود را با هم به اشتراک بگذارند. این کار باعث می‌شود تا همواره بهترین ایده‌ها و نقطه نظرات در طراحی کمپین‌ها لحاظ شود. علاوه بر آن، هر

تیم مطمئن می‌شوند که هدف مشترکی را دنبال خواهند کرد و اهداف آنها از یکدیگر جدا نیست. در نهایت این کار کمک می‌کند تا هر یک از دو تیم و اعضای آن از وظایف خود در این کمپین‌ها به خوبی آگاه شوند و کاملاً هماهنگ شده و مطابق با اولویت‌های کسب‌وکار شرکت و الزامات موجود پیش بروند.

## تولید محتوا به صورت مشترک

متخصصان روابط عمومی به‌رغم عدم آشنایی با دانش سئو در بحث نگارشی بسیار قوی هستند و به خوبی می‌توانند مانند بازاریابان محتوا، محتوای باکیفیت تولید کنند، بنابراین اگر شما از آنها درخواست کنید که در تولید محتوا مشارکت کنند، می‌توانید محتوای بهتر و با کیفیت‌تری را به‌دست بیاورید. این کار کمک می‌کند تا هم به مخاطبان هدف خود کمک بیشتری بکنید و هم اینکه مخاطب بیشتری را به‌دست بیاورید. علاوه بر آن در بحث برندسازی موفق‌تر عمل خواهید کرد.

تمام نکات بالا به این موضوع اشاره داشت که چگونه دو تیم با یکدیگر ارتباط داشته باشند، اما به دلیل همکاری تیم‌های مختلف در کمپین‌های بازاریابی مختلف، از دست رفتن ارتباط بین تیم‌ها بسیار ساده است.

برای جلوگیری از اتلاف زمان و منابع مالی، شما باید کاملاً مطمئن شوید که هر یک از اعضای تیم‌ها اطلاعات به‌روزی دارند و از آخرین تحولات باخبر هستند. به همین دلیل برگزاری جلساتی به صورت هفتگی یا دو هفته یک بار با هر یک از اعضای تیم‌ها بسیار ضروری است تا بتوانید به آنها در به‌روزرسانی اطلاعات کمک کنید و هشدار لازم را نسبت به آخرین تغییر و تحولات بدهید.

در پایان لازم است این نکته را به شما عزیزان یادآوری کنم که ادغام و یکپارچه‌سازی تیم بازاریابی محتوا با روابط عمومی یکی از بهترین راه‌ها برای ایستادگی و مقاومت در فضای کسب‌وکار دیجیتال است. همکاری بین این دو تیم می‌تواند به شما پتانسیلی بی‌نهایت در عرصه بازاریابی اینترنتی ارائه دهد.

منبع: newseo

## کارگاه فروش



## روش‌های افزایش فروش خدمات بیمه

بازاریابی و فروش بیمه و خدمات آن از جمله مواردی هستند که باید از روش‌های بازاریابی مناسب و ترغیب‌کننده‌ای استفاده کنید تا بتوانید مشتریان و مخاطبان را به خرید خدمات بیمه تشویق کنید.

ممکن است بسیاری از افراد مجبور به خرید برخی از بیمه‌ها مانند بیمه اتومبیل باشند، زیرا در غیر این صورت نمی‌توانند از اتومبیل خود استفاده کنند. اما از نظر مشاور تبلیغات و بازاریابی در بسیاری از موارد مانند بیمه عمر، بیمه حوادث و غیره بسیاری از افراد به لزوم وجود بیمه و خدمات آن پی نبرده‌اند و آن را امری غیر ضروری که فقط صرف هزینه است می‌دانند. پس این وظیفه بازاریاب‌های بیمه است که بتوانند نظر مخاطبان را تغییر دهند و لزوم داشتن بیمه را برای آنها روشن کنند. برای اینکه بتوانید در ابتدای فعالیت خود برای بازاریابی بیمه اقدام کنید به راهکارهایی که در ادامه می‌آیند توجه کنید.



## از هر فرصتی برای تبلیغ خدمات بیمه خود استفاده کنید

شما می‌توانید در هر فرصتی که دست می‌دهد و در هر مکانی اقدام به تبلیغ بیمه خود و خدمات آن کنید و افراد را به استفاده از خدمات بیمه ترغیب کنید. مکان‌ها و محل‌هایی که می‌توانید به بازاریابی بپردازید بسیار متنوع هستند و تقریباً شامل هر مکانی می‌تواند باشد. از جمله این مکان‌ها می‌توان به رستوران، مراکز اداری، سازمان‌ها، شرکت‌ها، مهمانی‌ها، مراکز ورزشی، محل‌های تفریحی، تاکسی و سامانه حمل و نقل عمومی و غیره اشاره کرد. اگر بخواهید فقط به نمایندگی‌های خود یا بنرها و تبلیغاتی که در سطح شهر یا رسانه‌ها انجام می‌دهید تکیه کنید نمی‌توانید چندان موفق باشید. پس بهتر است در هر مکانی که فکر می‌کنید می‌توانید مخاطبان خود را پیدا کنید به آنجا سر بزنید.

## بازاریابی باید یک کار شبانه روزی باشد

هدف از این سخن این است که شما باید کاملاً هوشیارانه عمل کنید و هیچ فرصتی را از دست ندهید. شما حتی می‌توانید خارج از ساعات اداری نیز به تبلیغ خدمات بیمه خود بپردازید و در این زمینه هیچ محدودیت زمانی و مکانی برای خود ندارید. مقاومت در فضای کسب‌وکار دیجیتال است. همکاری بین این دو تیم می‌تواند به شما پتانسیلی بی‌نهایت در عرصه بازاریابی اینترنتی ارائه دهد.

منبع: qmpmarketing

## استفاده از اینترنت

از قدرت بی‌نظیر اینترنت و استفاده‌هایی را که می‌توانید از این شبکه داشته باشید دست کم نگیرید. شاید شما فرصت و هزینه کافی برای مراجعه حضوری به بسیاری از مکان‌ها و ملاقات مخاطبان خود نداشته باشید، ولی اینترنت و فرصت‌ها و امکاناتی که این فضا در اختیار شما قرار می‌دهد بسیار نامحدود است. پس بهتر است به شبکه‌ها و کانال‌های مختلفی که می‌توانید با استفاده از اینترنت به مخاطبان خود دسترسی داشته باشید اشراف کافی داشته و از آنها برای پیشبرد اهداف بازاریابی خود استفاده کنید.

## ارسال دعوت نامه

یکی از راه‌های کم هزینه برای ارتباط برقرار کردن با مخاطبان تان می‌تواند ارسال نامه باشد. می‌توانید با ارسال نامه و معرفی خدمات خود به مخاطب‌های تان از جمله، ادارات، شرکت‌ها، افراد، منزل اشخاص و سایر مراکز و محل‌ها برای بازاریابی بیمه خود تلاش کنید.

راهکارهایی که در اینجا مطرح شده از جمله راهکارهای عمده و در دسترس است که شما می‌توانید حتی در آغاز فعالیت خود نیز انجام دهید و کم کم با توسعه حوزه عملکرد و فعالیت خود می‌توانید روش‌های دیگر را نیز امتحان کرده و از آنها سود ببرید.

منبع: qmpmarketing

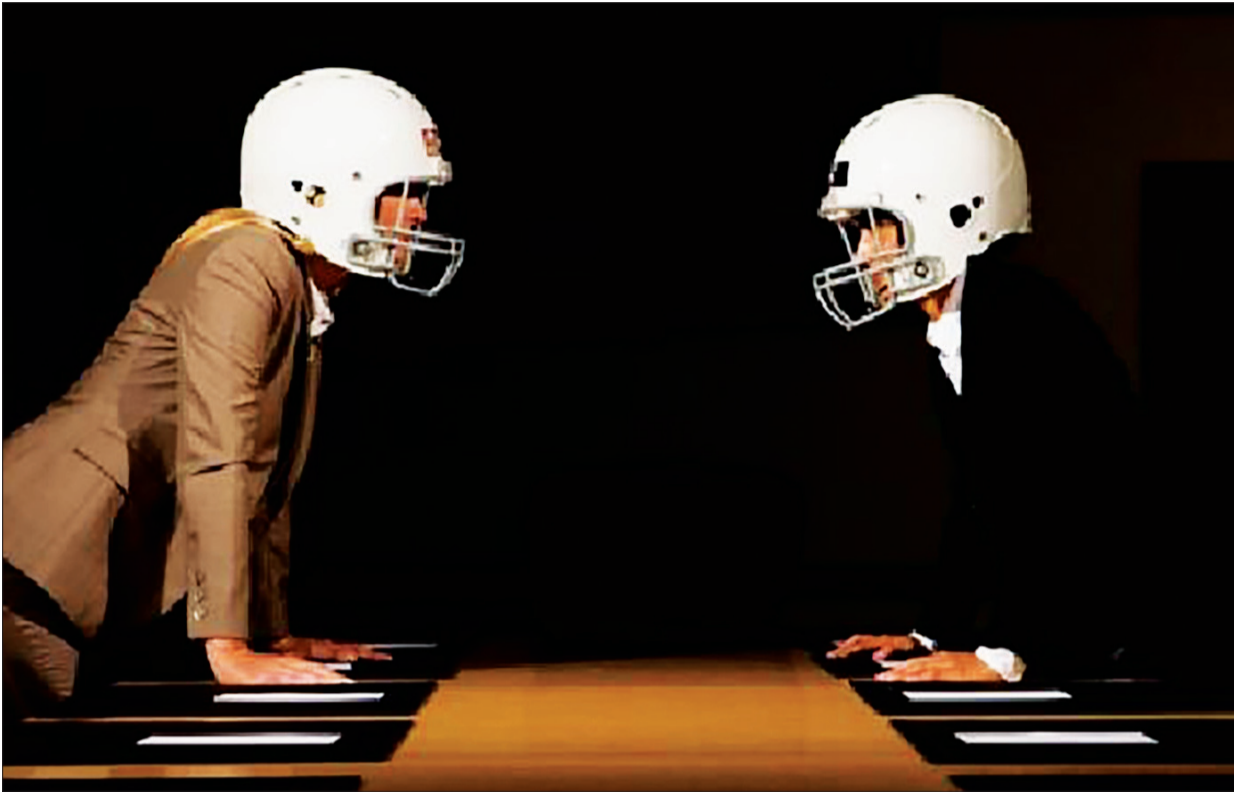


## بازاریابی خلاق

منبع: qmpmarketing

هاروارد بیزینس بررسی می کند

## چرا باید در محل کار بیشتر مخالفت کنیم؟ (۱)



کارآفرینی



۳۷ راه قدرتمند برای خلاق تر شدن کارآفرینان (۱)

مترجم: نیما جوادی

«من به تدریج متوجه شدم که این مثالی دیگر از افت خلاقیت است، هنری که حتی ممکن است در نهایت و در انتهای مسیر، منقرض و به طور کلی ناپود شود.» - استیون کینگ

زاینده ذهن افرادی در کالیفرنیاست که توانایی نوشتن نداشتند.» - تری پراچت

چیزی که من خیلی زود در زندگی‌ام به عنوان یک کارآفرین یاد گرفتم، این بود که گاهی اوقات ذهن کاملاً خالی می‌شود.

هیچ فکر خلاقانه‌ای به ذهنم نمی‌رسید.

حتی افراد حرفه‌ای نیز گاهی خلاقیت خود را از دست می‌دهند. در واقع، شواهد خیلی زیادی وجود دارد که نشان می‌دهد با افزایش سن، خلاقیت کاهش پیدا می‌کند، مگر اینکه شما به‌طور فعال از آن مراقبت و هر روز تلاش کنید که خلاق‌تر از روز قبل باشید.

من بر اساس آنچه امتحان کردم و آنچه برایم مؤثر بوده است، ۳۷ راه قدرتمند برای خلاق‌تر شدن کارآفرینان پیدا کردم. همه این راه‌ها برای شما مؤثر نیستند، ولی اگر تعدادی از این تاکتیک‌ها را امتحان کنید، در مدتی کوتاه دوباره می‌توانید خلاقیت خود را به‌دست آورید.

### ۱- ایده‌ها و منابع جدید جمع‌آوری کنید

همیشه در زمینه کاری خود به‌دنبال ایده‌ها و انگیزه‌های جدید باشید. مطالعه گسترده داشته باشید. از اینترنت به‌عنوان یک ابزار یادگیری استفاده کنید. صنعت و حیطه کاری خود را با علاقه دنبال کنید. در رایانه و موبایل خود پوشه‌ای درست کنید و در آن هر چیزی را که به نظرتان جالب است و ممکن است در آینده از آن استفاده کنید ذخیره کنید. این حساب پس‌انداز شماست، ممکن است زودتر از آنچه فکرش را می‌کنید احتیاج به کمی خلاقیت داشته باشید.

### ۲- به حساب پس‌انداز خلاقیت خود سری بزنید

هر وقت احساس کردید هیچ ایده خلاقانه‌ای ندارید، به ایده‌ها و نکاتی که جمع‌آوری کردید نگاهی بیندازید. آنها را دوباره مرور کنید. نکات خلاقانه‌ای را که در طول چند روز گذشته یادداشت کردید مرور کنید. آیا می‌توانید اکنون از آنها استفاده کنید؟ این روش بارها به من کمک کرده است.

### ۳. به کار دیگری بپردازید

معمولاً بهترین ایده‌ها زمانی به فکر ما می‌رسند که به‌طور ناخودآگاه به مشکلی فکر می‌کنیم. اگر به کار دیگری بپردازید، ذهن شما به‌طور ناخودآگاه به مشکلی که با آن درگیر بودید فکر می‌کند. چند بار برای شما اتفاق افتاده است که با ناامیدی کاری را رها کرده باشید و ناگهان راه‌حل مشکل خود را هنگام انجام کاری دیگر و زمانی که اصلاً انتظارش را نداشتید، پیدا کرده باشید؟ این اتفاق همیشه برای من رخ می‌دهد و به همین دلیل این فرآیند فکری ناخودآگاه به بخش مهمی از کار من تبدیل شده است.

### ۴- توفان فکری

توفان فکری یک راه بسیار مؤثر برای یافتن ایده‌های خلاقانه جدید است. شما می‌توانید این روش را با یک نقشه ذهنی ترکیب و مشکل اصلی خود را در وسط صفحه یادداشت کنید. سپس، روی زمینه‌های بسیاری کلی تمرکز و روی کاغذ با فلش‌هایی آنها را به ایده مرکزی وصل کنید. سپس می‌توانید به این زمینه‌ها بپردازید و ایده‌های ترکیبی بیشتری بسازید و بعد دوباره این ایده‌ها را نیز به ایده‌های کوچک‌تر و قابل پردازش تقسیم کنید تا در نهایت به چیزی که دنبال آن هستید، دست پیدا کنید.

### ۵- توفان فکری معکوس

اگر مشکلی برای حل کردن دارید، می‌توانید با استفاده از تکنیک جانبی توفان فکری که توفان فکری معکوس نام دارد، به جای تمرکز روی راه‌حل‌های احتمالی، دلیل بوجود آمدن مشکل را شناسایی کنید. وقتی دلیل مشکل را شناسایی کردید، می‌توانید با کمک آن راه‌حل‌های مؤثری برای حل مشکل به‌صورت ریشه‌ای پیدا کنید.

### ۶- افکار منفی را به افکار مثبت تبدیل کنید

شاید به نظر شما تغییر ذهنیت کاری بسیار ساده باشد، ولی همین کار به نظر ساده می‌تواند به خلاق‌تر شدن شما بسیار کمک کند. به خود بگویید که «من می‌توانم راه‌حل این مشکل را پیدا کنم»، «من به ایده‌های سایر افراد اهمیت می‌دهم»، «می‌دانم که راهی برای حل این مشکل وجود دارد»، یا «چه راه‌حل بهتری می‌توانم پیدا کنم؟» اگر شما این افکار مثبت را تکرار و از افکار منفی دوری کنید و خود را قربانی مشکلات به‌وجود آمده فرض نکنید، به احتمال بسیار زیاد فکری خلاقانه به ذهن‌تان خطور خواهد کرد و موفق به حل مشکل می‌شوید و احتمال نادیده گرفتن راه‌حل‌های احتمالی نیز بسیار کمتر خواهد شد.

ادامه دارد...

منبع: theballance

دیدگاه



درس‌های کارآفرینی از کارآفرینان برتر دنیا (۱)

مترجم: مژگان گوران

شما می‌توانید درس‌های کسب‌وکار را به روش‌های مختلف یاد بگیرید.

می‌توانید چهار سال به دانشگاه بروید و مدرک کسب‌وکار بگیرید. من این کار را کردم.

می‌توانید با صاحب یا استعداد یک کسب‌وکار کوچک کار کنید که بسیار برایش احترام قائلید. این کار را هم کرده‌ام. (نویسنده متن اصلی)

باید یک کسب‌وکار را شروع کرده و از تجربیات خود یاد بگیرید. ریسک آن بالاست، اما هزینه آن از گذراندن چهار سال دانشگاه در ایالات متحده کمتر است. این کار را هم بارها انجام داده‌ام.

صادقانه بگویم، معنادارترین نکات کسب‌وکاری که امروزه به کارآفرینان دیگر می‌دهم، نکاتی هستند که از شکست‌هایی که خورده‌ام یاد گرفته‌ام.

این اولین نصیحتی است که می‌خواهم بکنم: نباید اشتباهاتی را که من مرتکب شدم مرتکب شوید.

اما این نصیحت را از جانب من نگیرید. من با بسیاری از موفق‌ترین کارآفرینان دنیا از ریچارد برانسون گرفته تا آریانا هافینگتون، مبارک کوبان، تیم فریس و خیلی‌های دیگر در ارتباط بودم. بیایید این نکات را از چند کارآفرین که به نظر می‌رسد در هر کاری که شروع کردند، موفق بودند یاد بگیریم.

۱۰ درس کلیدی کسب‌وکار در اینجا آمده که در شروع یک کسب‌وکار و توسعه آن به شیوه‌ای درست به شما کمک می‌کند.

### ۱. موفقیت در جایی اتفاق می‌افتد که مهارت‌های شما با علایق‌تان متناسب باشد

درس کسب‌وکار: به دنبال موقعیت‌های پول‌ساز غیرمنطقی نروید. اگر واقعا درگیر کاری که انجام می‌دهید نباشید، مسیرتان به شکست می‌انجامد. این، درس تلخی در کسب‌وکار بود که در کارآفرینی خردم و با شکست در اولین کسب‌وکارم یاد گرفتم.

باید کسب‌وکار را حول چیزهایی که دوست دارید، چیزهایی که در آنها خوب هستید یا می‌خواهید در آنها استاد شوید بسازید.

آقای ریچارد برانسون، کارآفرین سریالی میلیاردر و موسس گروه شرکت‌های ویرجین، معتقد است که باید موقعیت‌هایی را که بر اساس ناکامی‌های‌تان ایجاد شده‌اند دنبال کنید.

او می‌گوید: «بهترین کسب‌وکارها از تجربه‌های بد افراد می‌آیند. اگر فقط چشمان‌تان را باز نگه دارید، چیزی را پیدا می‌کنید که ناامیدتان می‌کند و سپس فکر می‌کنید. خوب شاید من می‌توانستم آن را بهتر انجام دهم که در این صورت یک کسب‌وکار خواهید داشت.»

نماد رسانه و کارآفرین، آریانا هافینگتون می‌گوید: «اگر قصد شروع یک کسب‌وکار را دارید، باید واقعا آن را دوست داشته باشید، زیرا هر کسی آن را دوست نخواهد داشت. زمانی که در سال ۲۰۰۵، وب‌سایت خبری آغاز به کار کرد، منتقدان زیادی وجود داشتند. من متقاعد می‌شدم که در این صورت یک کسب‌وکار خواهید داشت. نماد رسانه و کارآفرین، آریانا هافینگتون می‌گوید: «اگر قصد شروع یک کسب‌وکار را دارید، باید واقعا آن را دوست داشته باشید، زیرا هر کسی آن را دوست نخواهد داشت. زمانی که در سال ۲۰۰۵، وب‌سایت خبری آغاز به کار کرد، منتقدان زیادی وجود داشتند. من متقاعد می‌شدم که در این صورت یک کسب‌وکار خواهید داشت.»

فرصت مناسب برای یادگیری و پیشرفت

به همان اندازه که مشاهده مخالفت فردی با ایده‌های‌تان ناراحت‌کننده است، فرصتی برای یادگیری نیز محسوب می‌شود. با شنیدن مخالفت‌ها و راهکارهای جایگزین امکان تجربه‌اندوژی، امتحان امور جدید و درک نحوه مدیریت یک برنامه به وجود خواهد آمد. شاید در وهله نخست همکاری‌تان از اینکه از وی حمایت نمی‌کنید، ناراحت و حتی عصبانی شود، اما این تنها برای نوبت اول اتفاق می‌افتد. به تدریج هر دو شما با ضرورت بحث بیشتر و بیشتر پیرامون موضوعات و تصمیم‌های هرچند کوچک آشنا خواهید شد.

یادگیری و پیشرفت تنها از طریق مطالعه حاصل نمی‌شوند. یکی از راه‌های مهم یادگیری بحث با دیگران در فضای کسب‌وکار است. به این ترتیب شما با ایده‌های دیگران آشنا می‌شوید و فرصتی به ایده‌تان می‌دهید تا مورد داوری عمومی قرار گیرد. حاصل این فرآیند پیشرفت شخصی در دنیای کسب‌وکار خواهد بود.

۲. نگرش و طرز فکر از دانش کسب‌وکار مهم‌تر است

درس کسب‌وکار: موفقیت در کسب‌وکار بیشتر به روان‌شناسی و اراده شما بستگی دارد تا دانش کاری درباره صنعت. می‌توانید دانش صنعت خود را کسب کنید، اما ایجاد نگرش و روان‌شناسی که برای موفقیت لازم است، کار بسیار دشواری است.

سوفیا اموروسو، پرفروش‌ترین نویسنده و موسس خط تولید پوشاک مولتی میلیون دلاری نستی گال می‌گوید: «تسلیم نشوید، همه چیز را شخصاً بر عهده نگیرید و جواب نه ندهید؛ هرگز نمی‌دانید قرار است در این مسیر، چه چیزی را یاد بگیرید. افرادی که به من نه گفتند، کسانی بودند که در آخر به من بله گفتند، بنابراین فراموش نکنید. با وجود تمام موانع، پوست کلفت شدن و خود را وقف دستیابی به اهداف کردن، یک فعالیت روزانه است.

تاجر، سخنران و نیکوکار، تونی رابینز می‌گوید: «در دناک‌ترین مشکلی که در کارآفرینان تازه کار می‌بینم، این است که فکر می‌کنند فقط یک طرح کسب‌وکار یا یک ایده بزرگ، برای تضمین موفقیت کافی است.

کافی نیست. ۸۰ درصد موفقیت کسب‌وکار، روان‌شناسی و ۲۰ درصد آن، فوت و فن است و رک بگویم، روان‌شناسی اکثر افراد برای ایجاد کسب‌وکار ساخته نشده است.»

ادامه دارد...

منبع: theballance

نیز صادق است.» نویسنده کتاب «تیم‌تان را به توسعه، پیشرفت و انجام امور تشویق کنید» اینگونه صحبت خود را ادامه می‌دهد: «من‌ازعه و بحث با دیگران همیشه خسته‌کننده و استرس‌زاست. با این حال فرآیند گفت‌وگو ریسک‌های راهکار و وضعیت فعلی را به‌طور کامل نمایش می‌دهد.»

فرض کنید در مورد یک فعالیت بازاریابی با همکاران دچار بحث و مخالفت شده‌اید. شما عقیده به حضور همزمان در چند بازار دارید و همکاران پایبند به فتح یک به یک بازارهاست. در این صورت هر دو شما نص‌های راهکارهای‌تان را برای یکدیگر بیان خواهید کرد و در نهایت به نتیجه‌ای مطلوب خواهید رسید. در واقع حاصل کار طرحی پژوهش و ترکیبی از عقاید هر دو شما خواهد بود. این طرح نکات مثبت هر دو طرف را بدون حمل ریسک‌های ایده‌های‌تان به دوش خواهد کشید.

مدیریت پروژه‌های رخ می‌دهد بیش از هر امری به تفکر خلاق و یافتن راه‌حل‌های نوین منتهی می‌شوند. لیان دیوی، یکی از بنیانگذاران برند ۳COZE معتقد است افراد با خلق بحران‌هایی در درون تیم‌شان امکان گفت‌وگوی بهتر و خلق راهکارهای خلاقانه را خواهند داشت: «من‌ازعه در درون تیم به اعضا امکان یافتن دستورالعمل‌هایی در شرایط بحرانی را می‌دهد. باید به این نکته توجه داشت که اغلب کسب‌وکارهای خلاق تحت فشار بالا خلق شده‌اند. این نکته در مورد یافتن شیوه انجام امور مختلف

مخالفت با مقام‌های بالاتر ندارند. به علاوه برخی از افراد نیز روش‌های مناسب برای ابراز مخالفت را نمی‌دانند. به‌طور معمول ما هنگام ابراز مخالفت، صدای‌مان را بالا می‌بریم و جمله‌هایی مانند «من مخالفم» و «نظر من چیز دیگری است» را با حالت عصبانی، غیرمودبانه و خشن بیان می‌کنیم، بنابراین تعجبی ندارد که واکنش طرف مقابل نیز به همین اندازه خشن و بی‌روح باشد.

اگر بخواهیم منصفانه به کرد که برای پیشبرد پروژه از دست دادم. مخالفت بخش طبیعی، نرمال و مفید رابطه با دیگران است. نیازی به ترسیم یک یوتوپیا از محلی که در آن مشغول فعالیت هستیم، نیست. تنها باید این نکته را به خاطر داشت که مخفی‌سازی مخالفت‌ها نه به سود کارنامه حرفه‌مان است و نه به نفع شرکتی که با آن همکاری می‌کنیم. در حقیقت، مخالفت و ابراز نظری متفاوت با دیگران نتیجه مطلوبی در بهبود شرایط کسب‌وکار دارد. برخی از فواید این عمل در محیط کسب‌وکار به شرح زیر است.

۱. یادگیری و پیشرفت تنها از طریق مطالعه حاصل نمی‌شوند. یکی از راه‌های مهم یادگیری بحث با دیگران در فضای کسب‌وکار است. به این ترتیب شما با ایده‌های دیگران آشنا می‌شوید و فرصتی به ایده‌تان می‌دهید تا مورد داوری عمومی قرار گیرد. حاصل این فرآیند پیشرفت شخصی در دنیای کسب‌وکار خواهد بود.

۲. نگرش و طرز فکر از دانش کسب‌وکار مهم‌تر است

درس کسب‌وکار: موفقیت در کسب‌وکار بیشتر به روان‌شناسی و اراده شما بستگی دارد تا دانش کاری درباره صنعت. می‌توانید دانش صنعت خود را کسب کنید، اما ایجاد نگرش و روان‌شناسی که برای موفقیت لازم است، کار بسیار دشواری است.

منبع: HBR

به سوی دفتر رئیس حرکت کردم تا وی را در جریان کاری که با مشتری کردم، قرار دهم. برخلاف انتظار رئیس بخش فقط یک جمله کوتاه به من گفت: «برو و از وی عذرخواهی کن.»

دفتر مارگاریت در مرکز منتهن بود و تنها چند دقیقه از دفتر رئیس فاصله داشت. برای لحظه‌ای اخراج را به مواجهه چهره به چهره با مارگاریت ترجیح دادم. با این حال توصیه رئیس به سرعت من را قانع به ملاقات با مارگاریت کرد.

هنگامی که به دفتر مارگاریت رسیدم، وی با مشاهده چهره نگران من به خنده افتاد. در واقع مارگاریت توضیح داد که این اتفاق بسیار رایج است و همه از همکار یا مدیران‌شان نزد دوستان خود شکایت می‌کنند. همچنین

وی ابراز علاقه کرد که از این به بعد اختلاف‌نظرها را به‌طور مستقیم به وی در میان بگذارم. در این هنگام ناگهان همه باورهای قبلی من فروریخت، به همین دلیل شروع به صحبت با وی در مورد نحوه مدیریت پروژه کردم. در واقع از آن به بعد همیشه همین کار را در همه پروژه‌ها تکرار می‌کنم.

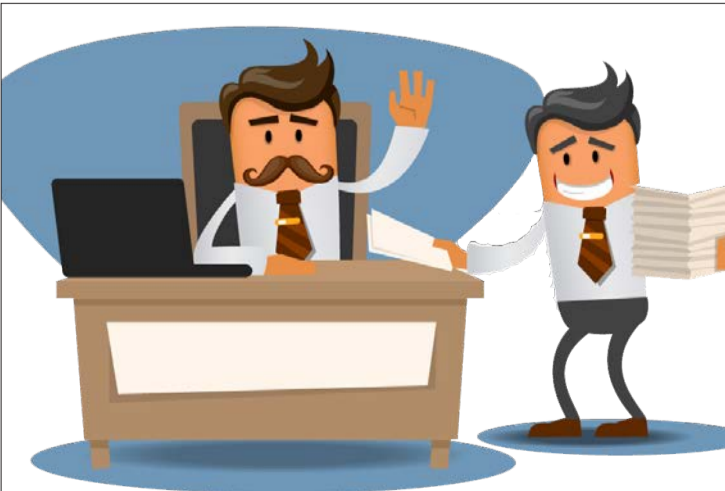
من ترجیح می‌دهم شیوه برخورد اولیه با مارگاریت را مربوط به فقدان تجربه کافی بدانم. با این حال در طول سال‌های فعالیت آکادمیک به این نتیجه رسیدم که بیشتر افراد علاقه‌ای به

قضیه نگاه کنیم، موافقت با دیگران همیشه راحت‌تر از مخالفت است. حداقل در کوتاه‌مدت اینگونه به نظر می‌رسد. همچنین در طرف مقابل هنگامی که ما همراهی دیگران با عقیده‌مان در جمله‌های مودبانه را می‌شنویم، احساس خوبی پیدا خواهیم کرد. به این ترتیب به جای بیان عقیده برجسب غیرمنطقی بودن را به طرف مقابل می‌زنیم. این درست همان کاری بود که من با مارگاریت کردم. نگاهی به آنچه در بیشتر مدت همکاری با مارگاریت انجام دادم، مرا متوجه فرصت بسیار عالی

یادگیری و پیشرفت تنها از طریق مطالعه حاصل نمی‌شوند. یکی از راه‌های مهم یادگیری بحث با دیگران در فضای کسب‌وکار است. به این ترتیب شما با ایده‌های دیگران آشنا می‌شوید و فرصتی به ایده‌تان می‌دهید تا مورد داوری عمومی قرار گیرد. حاصل این فرآیند پیشرفت شخصی در دنیای کسب‌وکار خواهد بود.

۱. یادگیری و پیشرفت تنها از طریق مطالعه حاصل نمی‌شوند. یکی از راه‌های مهم یادگیری بحث با دیگران در فضای کسب‌وکار است. به این ترتیب شما با ایده‌های دیگران آشنا می‌شوید و فرصتی به ایده‌تان می‌دهید تا مورد داوری عمومی قرار گیرد. حاصل این فرآیند پیشرفت شخصی در دنیای کسب‌وکار خواهد بود.

منبع: HBR









# فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه ۲۴ دی ۱۳۹۶ | شماره ۹۷۸ | صفحه ۱۶

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

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۳۲ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR  
INFO@FORSATNET.IR

## نوشدارو

### آینده تبلیغات آنلاین تا سال ۲۰۲۱ به کدام سمت می‌رود؟

یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی فعالان حوزه تبلیغات آنلاین و بازاریابان دیجیتال، ماندن در بازار همیشه در حال تغییر فضای دیجیتال است.

هرچند در سال‌های اخیر می‌توان بهتر پیش‌بینی کرد که ترند تبلیغات آنلاین چه خواهد بود، اما حقیقت این است که با توجه به ظهور ابزارها و رسانه‌های جدید، امکان تشخیص زودهنگام تغییرات کار سختی است. تغییرات در فضای دیجیتال در سال‌های اخیر توانسته است کل کسب‌وکار تبلیغات آنلاین را به چالش بکشد.

اما بر اساس داده‌های گذشته امکان پیش‌بینی برخی از ترندهای بازار دیجیتال وجود دارد. چیزی که اکثر فعالان این حوزه به آن اطمینان دارند این است که تبلیغات آنلاین به این زودی‌ها اشباع نمی‌شود و همچنان به شدت در حال رشد و توسعه است.

براساس آمار و ارقام مؤسسه استاتیس‌ا Statisa، کل درآمد تبلیغات دیجیتال در سال ۲۰۱۷ میلادی بیش از ۲۲۷ میلیارد دلار خواهد بود. این رقم در سال ۲۰۱۵ حدود ۱۶۸ میلیون دلار آمریکا بوده است. طبق پیش‌بینی‌های انجام شده، میزان کل درآمد حاصل از تبلیغات آنلاین تا سال ۲۰۲۱ چیزی حدود ۳۳۲ میلیارد دلار خواهد بود و این یعنی نزدیک به ۴۶ درصد رشد در چهار سال آتی.

اما حوزه تبلیغات رسانه‌های اجتماعی در سال‌های آینده احتمالاً رشد غیرمستقیم سریع‌تری نسبت به دیگر حوزه‌ها خواهد داشت و این خبر خوبی برای اینفلوئنسرها خواهد بود.

بخش بزرگی از کیک تبلیغات آنلاین در سال‌های آتی بدون شک متعلق خواهد بود به تبلیغات صحیح در موتورهای جست‌وجو Search Advertising همچون گوگل که احتمالاً سهمی در حدود ۴۰ درصد از کل درآمد تبلیغات را در بر خواهد داشت.

هرچند به نسبت رشد تبلیغات ویدئویی Video Advertising و بنری Banner Advertising در سال‌های آینده رشد محافظه‌کارانه‌ای خواهند داشت تبلیغات به شکل آگهی‌های ثابت Classified Advertising عملاً رشدی نخواهند داشت و باید با آن خداحافظی کرد.

منبع: imarketer

## معرفی استارت‌آپ

### ردیابی و آنالیز ترافیک لینک

نام استارت‌آپ: لیش  
وب سایت: lish.ir  
سال تأسیس: ۱۳۹۵  
موضوع: دیجیتال مارکتینگ  
توضیح بیشتر:  
Lish پلتفرم جامع مدیریت لینک است که ابزارهای فوق‌العاده برای کوتاه کردن، ردیابی و آنالیز ترافیک لینک در اختیار عموم قرار می‌دهد.



## تبلیغات خلاق



by Cole R. | apple.com/worldgallery



Shot on iPhone 6



### برای مطالعه ۸۸۱ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

## کلینیک کسب‌وکار

پرسش: به تازگی کسب و کاری راه اندازی کرده‌ام و قصد دارم کارمندانی را از طریق چاپ آگهی استخدام در روزنامه‌ها گزینش کنم. این روش انتخاب نیرو چه مزایا و معایبی می‌تواند داشته باشد؟

**کارمند یابی از طریق آگهی روزنامه**  
پاسخ کارشناس: روش‌های مختلفی برای استخدام نیرو وجود دارد که هر کدام معایب و مزایای خودشان را دارند. بستگی دارد شما برای چه بخشی قصد استخدام دارید و به چه نیرویایی نیاز دارید. در مواقعی که قصد استخدام نیروهای با مهارت بالا یا مدیر دارید، شاید روش چاپ آگهی مناسب نباشد. مراجعه به سایت‌های معتبر در این زمینه و مطالعه رزومه افراد معمولاً بهتر جواب می‌دهد. اگر به دنبال نیروهای

امین برای کارهای حساس هستید، بهتر است از طریق سپردن به دوستان و آشنایان اقدام کنید. اگر به دنبال نیروهای جوان و خلاق هستید که زیر دست شما آموزش ببینند و تجربه کسب کنند بهتر است اقدام به درج آگهی در تابلوهای اعلانات دانشگاه‌ها کنید. استفاده از شبکه‌های اجتماعی هم می‌تواند مؤثر باشد. درج آگهی در روزنامه‌ها برای استخدام نیروهای معمولی و کم‌مهارت بهتر جواب می‌دهد. مزیت این روش آن است که شما به سرعت می‌توانید از میان تعداد زیادی از افراد، گزینه‌های اولیه را انتخاب کنید و با مصاحبه بهترین افراد

ممکن‌را استخدام کنید. بنابراین تنوع سرعت و امکان بررسی تعداد زیادی از نیروها از مزایای روش استخدام از طریق درج آگهی در روزنامه‌هاست. اشکال این روش آن است که شما در ابتدا فرد استخدامی را دقیق نمی‌شناسید و در حین کار است که به تعهد، ویژگی‌های اخلاقی و توانایی‌های واقعی وی پی می‌برید. همچنین اشکال دیگر این روش آن است که افراد باتجربه و با مهارت کمتر به روزنامه‌ها برای تغییر شغل نگاه می‌کنند. بنابراین امکان شکار آنها از این طریق برای مواقعی که نیاز به استخدام مدیر یا نیروی با مهارت است وجود ندارد.

## مدرسه مدیریت

برند چیست؟

## مارک، برند، نامانام، نشان تجاری

محصول یا خدمتی به کار می‌رود که ارزش اعتباری و اجتماعی بالایی داشته باشد. به بیان دیگر «برند» دارای ماهیت اجتماعی است و برندهای قدرتمند آنهایی هستند که افراد نسبت به آنها حس مالکیت دارند و برای مثال می‌گویند: «این مارک، اسم مارک دلخواه من است». نامانام‌های برتر می‌توانند هیجان و عواطف مصرف‌کنندگان خود را برانگیزند و مشتریان نیز به این نام‌ها اعتماد داشته و از آنها انتظار خلق ایده‌های برتر و نوآوری در محصولاتشان را دارند. در این راستا موضوع وفاداری به برند از مهم‌ترین موضوعات موردتوجه شرکت‌ها است و شرکت‌ها همواره به دنبال راه‌هایی برای کسب و جلب وفاداری مشتریان هستند. یکی از مهم‌ترین معیارهای وفاداری به برند، عامل یادآوری و بازآوری برند با گروه کالایی خاص است که زمینه را برای خریدهای مجدد مشتریان فراهم می‌آورد. صفات یک برند قدرتمند

یک برند قدرتمند باید از این صفات برخوردار باشد:

منبع: bigwallet

## مسیر موفقیت

### تمرین‌های روزانه برای شروع ذهن آگاهی



تمرین‌های ذهن آگاهی به شما کمک می‌کند در مقابل فشار و استرس‌های روزمره، مقاومت بیشتری داشته باشید و با آرامش بیشتری به مسیرتان ادامه دهید. ادراک و توجه، مفاهیمی هستند که ریشه در آگاهی انسان دارند؛ آگاهی از آنچه در اطراف‌مان رخ می‌دهد و آنچه انجام می‌دهیم، یعنی زمانی که چیزی می‌خوریم، به بافت، رنگ و طعم‌های مختلف غذا توجه کنیم. ممکن است کمی عجیب به نظر برسد، ولی از آخرین باری که واقعا لذت بردید یا خودتان را در لحظه رها کردید چقدر گذشته است؟ چگونه می‌توان به ذهن آگاهی رسید؟

ذهن آگاهی یک شیوه هستی و تجربه زندگی است. ذهن آگاهی به معنی حضور در لحظه حال است. این اقدام، سخت‌تر از آن است که با تکیه به روزمرگی‌ها حاصل شود، ولی درعین حال یکی از ضروریات زندگی هرروزه شما است.

#### مراحل ساده تمرین ذهن آگاهی

- هر روز صبح، وقت ناهار ظهر یا بعدازظهر، به مدت چند دقیقه نفس عمیق بکشید.

- در طول روز به کارهایی که انجام می‌دهید توجه کنید، مثلاً یک خودکار یا تلفن در دست دارید، خارج از محیط کار نشسته‌اید یا در صف انتظار ایستاده‌اید. اتفاقاتی که در اطراف‌تان رخ می‌دهد یادداشت کنید. به دکور دیوارها خوب نگاه کنید، به زمینی که زیر پای شما است دقت کنید

- حالا روی خودتان تمرکز کنید. سعی کنید تنفس‌تان را با یک مانترا هماهنگ کنید.

- باید بدانید که ذهن آگاهی، ضرورتاً یک فرم از مدیتیشن است.

- به حواس خود توجه کنید: بوها، طعم‌ها، آنچه لمس می‌کنید و آنچه می‌شنوید.

بزرگ‌ترین مانعی که بر سر راه شما وجود دارد، این است که از زمان حال غافل شوید. چه در جلسات کاری، زمان پیداروی یا هر فعالیت دیگری، سعی کنید از همه ذرات زندگی، حتی جوانب خسته‌کننده آن، لذت ببرید.

#### ذهن آگاهی و استرس

سؤال‌ی که پیش می‌آید این است که چرا اصولاً باید ذهن آگاهی را تمرین کنید؟ ذهن آگاهی بنا تقویت اراده شما، استرس و اضطرابی را که سد راه موفقیت و دستیابی به اهداف می‌شوند، از بین می‌برد. مؤسسه Mindful در وبلاگ خود توضیح می‌دهد که چرا این تمرین‌ها، به کاهش اضطراب شما کمک می‌کند:

- آگاهی بیشتری نسبت به افکارتان پیدا می‌کنید و متوجه می‌شوید چه زمانی باید از عقایدتان دست بکشید.

- زمانی که در شرایط ناخوشایندی قرار می‌گیرید، بلافاصله واکنشی نشان نمی‌دهید. در عوض کمی صبر می‌کنید تا بهترین راه‌حل را بیابید.

- متمرکز بودن در لحظه حال، به شما آرامش بیشتری می‌بخشد، درحالی‌که تعجیل در واکنش، استرس را افزایش می‌دهد.

- پیش‌ازپیش به نیازهای بدن‌تان واقف خواهید بود و با اقدامات به‌موقع، مانع از پیشرفت درد در جسم‌تان می‌شوید.

- احساسات دیگران را بهتر درک می‌کنید و هوش هیجانی‌تان افزایش می‌یابد. این امر باعث می‌شود کمتر با دیگران درگیر شوید.

- هم نسبت به خودتان و هم نسبت به دیگران، دلسوتر و مراقب‌تر خواهید بود. شفقت نیز به آرامش شما کمک می‌کند و سطح استرس را پایین می‌آورد.

- تمرین‌های ذهن آگاهی فعالیت بخش آمیگدال مغز را کاهش می‌دهد. آمیگدال، مسئول پاسخگویی به عوامل استرس‌زا است. درنتیجه، پس‌زمینه ذهنی شما آرام‌تر می‌شود و استرس کمتری حس می‌کنید.

- تمرکز ذهنی‌تان افزایش پیدا می‌کند و به تبع آن، کارایی‌تان بالا می‌رود. افزایش بهره‌وری و کارایی باعث می‌شود احساس خوبی داشته باشید و در مقابل عوامل استرس‌زا آسیب‌پذیری کمتری نشان دهید.

- شما می‌توانید نگرش‌تان را نسبت به استرس تغییر دهید. به‌جای اینکه فقط به عواقب منفی کار فکر کنید و در احساساتی نظیر ترس و اضطراب غرق شوید، ذهن آگاهی به شما کمک می‌کند آفاق دیدتان را تغییر دهید و مسائل را از دریچه‌های متفاوتی ببینید.

دهه ۷۰ میلادی، یک دوره آزمایشی مشهور و موفق به نام «کاهش استرس مبتنی بر ذهن آگاهی» برگزار شد که ثابت می‌کرد این تمرین‌ها، به مقابله با افکار منفی که انسان‌ها هر روز با آنها دست‌به‌گریبانند، کمک می‌کند.

درعین حال می‌توان از تمرین‌های مدیتیشن در کنار شناخت درمانی کمک گرفت.

و در نهایت، ذهن آگاهی با وضوح بخشیدن به دیدگاه مردم، شیوه زندگی آنها را تغییر می‌دهد.

منبع: MINDFUL INSPIYR/zoomit