

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینیبامو X4 رکورددار کاهش قیمت
افت قیمت در بازار
خودروهای وارداتیرئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران اتومبیل با اشاره به کاهش قیمت در برخی مدل‌های خودروهای وارداتی گفت کاهش تقاضا منجر به کاهش نسبی قیمت خودرو...
۷

مختصات اقتصاد ایران در سال آینده به روایت مؤسسه «بامداد»

اعداد کلیدی
اقتصاد ۹۷مؤسسه «بامداد» در ادامه سلسله گزارش‌های خود درباره بخش‌های مختلف اقتصاد ایران در سال آینده، پیش‌بینی کرده که بازار مسکن پس از رکود سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶، در سال ۱۳۹۷ به صورت کاملاً آهسته و محدود از رکود خارج شده و رشد قیمت مسکن در اکثر ماه‌های این سال بیشتر از نرخ تورم، اما حداکثر تا ۲۵ الی ۳۰ درصد خواهد بود. این مؤسسه که در فروردین‌ماه سال ۹۳ آغاز به کار کرده و دکتر مرتضی ایمانی‌راد...
۲

وعده مبهم رئیس کل بانک مرکزی برای جبران زیان چند هزار میلیاردی بانک‌ها

آقای رئیس کل به وعده‌اش عمل می‌کند؟

۴

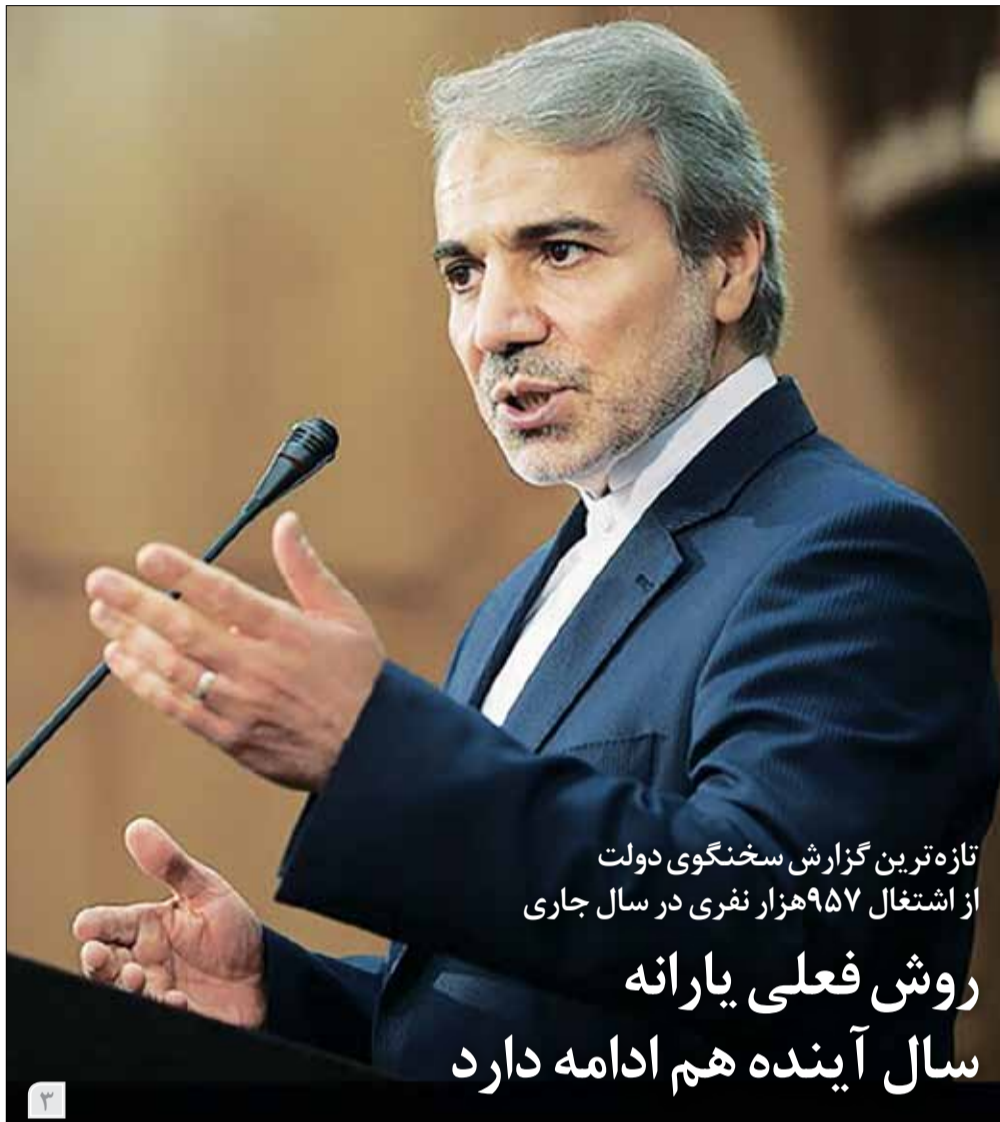
مدیریت و کسب‌وکار



ریچارد یو: تنها ۳ یا ۴ شرکت در بازار گوشی هوشمند باقی خواهند ماند

- ۲۰ برند برتر جهان در سال ۲۰۱۷ به انتخاب فوربس
- ۸ نکته ساده برای تبدیل شدن به یک کارآفرین
- بهترین طرح‌های وفاداری، وفاداری به وجود نمی‌آورد
- آگهی‌هایی برای نوازش چشم‌ها در مترو لندن
- برندسازی دیجیتال در دنیای فراد دیجیتال
- از برندینگ یک کشور تا برندینگ یک شهر

۸ تا ۱۶

تازه‌ترین گزارش سخنگوی دولت
از اشتغال ۹۵۷ هزار نفری در سال جاریروش فعلی یارانه
سال آینده هم ادامه دارد

۳

سرمقاله

روزملی حمایت از مصرف
کنندگان و حقوقی که باید
نسبت به آن توجه شود

غلامعلی رموی

کارشناس اقتصادی

امسال در شرایطی هفدهمین سال از روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان برگزار می‌شود که نهال نوپای احترام و توجه به حقوق مصرف‌کنندگان در کشور در حال رشد و شکوفایی است. بنگاه‌های اقتصادی کشور به فراست دریافته‌اند که شرط بقا و دوام آنها در عرصه رقابت اقتصادی در گرو احترام و توجه به خواست و نیاز مصرف‌کنندگان است. تجارب بنگاه‌های اقتصادی موفق در سطح جهان نشان داده که این بنگاه‌ها رمز موفقیت خود را در میزان پایبندی و وفاداری مشتریان خود به‌عنوان سرمایه اصلی می‌دانند. لذا هدفگذاری‌های خود را بیش از هر چیزی به موضوع توجه به خواست و نیاز مصرف‌کنندگان معطوف می‌کنند که البته در این راه نیز دستاوردهای ارزشمندی را نیز کسب کرده‌اند.

ادامه در همین صفحه

بانک مرکزی هشدار داد

۱۱ شرط استفاده ایمن از خدمات اینترنتی پرداخت

اطلاعات کارت از جمله رمز اول یا دوم در مکان‌های ناامن خودداری کنید.
۷- تا آنجا که می‌توانید از ارائه اطلاعات کارت خود در بست‌های ارتباطی پرخطر نظیر: تلفن ثابت، پیامک و کدهای دستوری * . . * (USSD) خودداری کنید. در صورت ضرورت، صرفاً از کارت‌هایی در این کانال‌های پرخطر استفاده کنید که موجودی قابل توجهی ندارند.
۸- از ابزارهای شخصی امن برای انجام تراکنش‌های بانکی استفاده کنید. مطمئن شوید که ابزارهای شخصی (تلفن همراه، تبلت، رایانه شخصی و...) مورد استفاده در تراکنش‌های بانکی از امنیت کافی برخوردار باشند. در این خصوص ۱- از نصب آنتی‌ویروس به‌روز روی ابزار خود مطمئن شوید. ۲- از نصب برنامه‌های غیرضروری روی ابزار خودداری کنید. ۳- از استفاده از شبکه‌های اجتماعی و وب‌سایت‌ها از دریافت فایل یا کلیک روی لینک‌های نامطمئن که عموماً شامل پیشنهاداتی نظیر شارژ رایگان، جوایز و سایر پیشنهادات جذاب هستند، اکیداً خودداری کنید و ۴- علاوه بر برنامه‌های مورد استفاده برای انجام خدمات پرداخت، دیگر برنامه‌های نصب‌شده روی ابزارهای مورد اشاره نیز باید سازندگان معتبری داشته باشند.
۹- در صورتی که از اینترنت WiFi اماکن عمومی مانند رستوران‌ها، فروشگاه‌ها، مراکز خرید و... استفاده می‌کنید، تا آنجا که می‌توانید تراکنش مالی یا خرید اینترنتی انجام ندهید و با استفاده از آن به برنامه‌های همراه بانک و اینترنت بانک خود وصل نشوید.
۱۰- هنگام استفاده از دستگاه خودپرداز یا پایانه فروش، از عدم وجود تغییرات / دستکاری یا نصب تجهیزات اضافی غیرمجاز در بخش‌های مختلف آن اطمینان حاصل کنید. چنانچه در استفاده از خودپردازها با مشکلی روبه‌رو شدید برای رفع مشکل از افراد ناشناس کمک نگیرید، در این صورت به نزدیک‌ترین شعبه مراجعه کرده یا با مرکز امداد مشتریان تماس حاصل کنید.
۱۱- تا آنجا که می‌توانید از مراجعه به دستگاه‌های خودپرداز که در مکان‌های تاریک، نقاط خارج از دید و کم‌رفت‌وآمد نصب شده‌اند، خودداری کنید.

مراجعه معتبر به معنای پورتال رسمی بانک / مؤسسه اعتباری مجاز یا فراهم‌کننده مجاز خدمات پرداخت (PSP) است. برای مشاهده آدرس پورتال بانک‌ها و موسسات اعتباری و همچنین شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات پرداخت که فراهم‌کننده برنامه‌های همراه معتبر هستند، به پورتال کاشف به آدرس www.kashef.ir مراجعه کنید.
۳- از درج اطلاعات کارت خود در کانال‌ها و گروه‌های تلگرامی یا صفحات اینستاگرامی یا هر شبکه اجتماعی که توسط بانک یا شاپرک تأیید نشده باشند، خودداری فرمایید.
۴- کارت و رمز کارت خود را تا آنجا که می‌شود، در اختیار دیگران قرار ندهید. در فروشگاه‌ها شخصاً اقدام به ورود رمز کنید و از ارائه آن به فروشنده یا علنی کردن آن به هر شیوه دیگری خودداری کنید. به‌منظور انتقال وجه، فرد دریافت‌کننده وجه، باید تنها شماره کارت خود را ارائه کند و نباید دیگر اطلاعات کارت ارائه شود.
۵- خریدهای اینترنتی خود را از فروشگاه‌های مطمئن انجام دهید. در خریدهای اینترنتی به وجود «نماد اعتماد الکترونیک» دقت کنید و از اعتبار آن اطمینان حاصل کنید. (با کلیک روی نماد به سایت enamad.ir هدایت خواهید شد، مسیر و اطلاعات ارائه شده باید با مشخصات فروشگاه اینترنتی منطبق باشد). از انجام خرید در سایت‌های اینترنتی، کانال‌های تلگرامی یا صفحات اینستاگرامی که خلاف موازین جمهوری اسلامی ایران فعالیت می‌کنند یا تخفیف‌ها و شرایط فروش غیرمعمول و جذاب پیشنهاد می‌دهند خودداری کنید.
۶- از امنیت رمزهای خود اطمینان یابید. توصیه می‌شود رمز اول و دوم کارت را به صورت دوره‌ای تغییر دهید. از روال‌های تغییر رمز و مسدودسازی کارت که توسط بانک شما ارائه شده است مطلع باشید، تا بتوانید در مواقع ضروری رمز خود را به سرعت تغییر یا کارت خود را مسدود کنید. در انتخاب رمز کارت از به کارگیری اعداد مرتبط با داده‌های شخصی (مانند سال تولد، شماره شناسنامه و...) که قابل حدس هستند، اجتناب کنید. از یادداشت کردن

فرصت امروز: بانک مرکزی در آستانه سال نو و افزایش تراکنش‌های بانکی در روزهای پایانی سال از مردم خواست تا یازده نکته امنیتی را رعایت کنند. بانک مرکزی در این اطلاعیه اعلام کرد: با نزدیک شدن به روزهای پایانی سال و فرارسیدن تعطیلات نوروز و متعاقب آن افزایش استفاده از کارت‌های بانکی، پیش‌بینی می‌شود که جرائم و کلاهبرداری‌های مرتبط با «خدمات پرداخت الکترونیکی» نیز افزایش یابند. بر این مبنا ضروری است تا دارندگان کارت‌های پرداخت، ضمن حفظ هوشیاری در استفاده از این خدمات، توصیه‌های امنیتی لازم را مدنظر قرار دهند.
در ادامه این اطلاعیه آمده است: هموطنان در پرداخت‌های الکترونیکی لازم است به موضوعاتی همچون، توجه به «درگاه پرداخت اینترنتی»، «برنامه‌های معتبر پرداخت»، «عدم انتشار اطلاعات بانکی در فضای مجازی»، «حفاظت از رمز کارت»، «خرید اینترنتی از فروشگاه‌های مطمئن» و موارد امنیتی دیگر که مفصلاً در زیر اشاره شده است، توجه کنند.

۱- هنگام انجام خرید اینترنتی، پیش از وارد کردن اطلاعات کارت، از اینکه به «درگاه پرداخت اینترنتی» معتبر هدایت شده‌اید، اطمینان حاصل کنید. هنگام خرید از فروشگاه‌های اینترنتی از معتبر بودن آدرس نمایش داده‌شده در مرورگر با درج عبارت https در ابتدای آن و وجود علامت تأیید سرویس‌دهنده (معمولاً به صورت قفل سبز رنگ) اطمینان یابید. آدرس معتبر درگاه‌های پرداخت اینترنتی باید زیردامن‌های از دامنه Shaparak.ir باشند. هرگونه ترکیب دیگری از کلمه Shaparak و هر پسوند دامنه دیگری به غیر از ir غیرمجاز است. به عنوان مثال ترکیب‌هایی نظیر Shaparak یا Shaparak نامعتبر هستند. برای اطلاع از آدرس اینترنتی درگاه‌های پرداخت اینترنتی معتبر، به پورتال کاشف به آدرس www.kashef.ir مراجعه فرمایید. اکیداً توصیه می‌شود از صفحه کلید مجازی برای ورود اطلاعات کارت خود استفاده نکنید.
۲- برنامه‌های همراه فراهم‌کننده خدمات پرداخت را تنها از مراجع معتبر بازرگانی، نصب و استفاده کنید.

ادامه از همین صفحه
در کشور عزیزمان ایران اسلامی نیز چند سالی است که موضوع احترام و توجه به خواست و نیاز مصرف‌کنندگان و رعایت حقوق آنها مورد توجه قرار گرفته و بنگاه‌های اقتصادی موفق و معتبر تلاش کرده‌اند در بین مصرف‌کنندگان برای خود اعتبار و جایگاهی کسب کنند و البته نیز موفقیت‌هایی حاصل کرده‌اند، ولی از حجم کارهای انجام شده با توقعات موجود هنوز فاصله مشاهده می‌شود. به نظر می‌رسد که حقوق مصرف‌کنندگان زمانی می‌تواند به رشد و توسعه در جامعه بینجامد که ارکان ذی‌مدخل موضوع یعنی مردم، تولیدکنندگان و دولت نسبت به توسعه و ترویج این حقوق حساسیت بیشتری نشان دهند و تلاش کنند زمینه‌های اجرای صحیح قانون در کشور را فراهم کنند. اجرای صحیح و مناسب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان می‌تواند جریان مولد کشور را از رکود و بن‌بست خارج و زمینه‌های توسعه صنعتی و اقتصادی کشور را فراهم کند. یک مصرف‌کننده آگاه و مطالبه‌گر را در مقابل کشور‌های توسعه یافته باید به این یقین برسد که تنها راه توسعه بنگاه اقتصادی از مسیر توجه و احترام به خواست مشتریان و مصرف‌کنندگان می‌گذرد و مصرف‌کننده داخلی نیز باید به این باور برسد که زمانی یک بنگاه اقتصادی می‌تواند حقوق او را رعایت کند که یک مصرف‌کننده آگاه و مطالبه‌گر او را در مقابل دیدگان خود ببیند. البته دولت نیز به واسطه اینکه لازم است از مداخله همه جانبه در امور دست بردار تلاش دارد مردم را به ایفای نقش مؤثر در جریان تولید تا مصرف تشویق و ترغیب کند، لذا مجادله موضوع حمایت از فعالیت تشکلی‌های مردمی و مردم نهاد را به‌عنوان یک اصل مهم دنبال می‌کند.
به هر حال روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان فرصتی است تا توجه به خواست و نیاز مصرف‌کنندگان مورد بازرگاری، بررسی و ارزیابی قرار گرفته و میزان موفقیت بنگاه‌های اقتصادی، دولت و مردم در حرکت در این مسیر مورد سنجش قرار گیرد. با عنایت به مطالب پیش گفته می‌توان نتیجه گرفت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان یک مثلث سه‌ضلعی است که یک ضلع آن مصرف‌کننده ضلع دیگر دولت و ضلع سوم تولیدکنندگان هستند که هر یک از این ارکان در صورت حرکت متوازن و مناسب می‌توانند نظام اقتصادی کشور را به سرمنزل توسعه و پیشرفت هدایت کنند.
در حوزه دولتی شاید بتوان مهم‌ترین وظیفه را در تلاش دولت برای تهیه، تصویب و اجرای صحیح قوانین و مقررات مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان دانست. با تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان باید علاوه بر دولت از شکل‌های مردم‌نهاد برآمده از قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به عنوان مدافع حقوق مصرف‌کنندگان یاد کرد. از سوی دیگر دولت باید برنامه‌ها و تلاش‌های خود به نحوی سازماندهی کند تا این تشکلی‌ها بتوانند در عرصه اقتصادی کشور به ایفای نقش بپردازند.

جناب آقای جواد سلطانی

مصیبت وارده را تسلیت عرض نموده
برای آن مرحوم غفران الهی و برای بازماندگان
شکلیبایی مسئلت می‌نمائیم.

امیر سوری و پرسنل چاپ هم‌میهن

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها

وزیر ارتباطات خبر داد

گوشی‌های سامسونگ بعد از عید ر جیستر می‌شوند

فرصت امروز: وزیر ارتباطات یکی از دلایل تاخیر در رجیستری گوشی‌های سامسونگ را همزمانی این کار با آخرین روزهای سال عنوان کرد و از رجیستری گوشی‌های این برند از ۱۵ فروردین‌ماه سال ۹۷ خبر داد.

محمدجواد آذری جهرمی روز سه‌شنبه در حاشیه همایش «تقش فناوری اطلاعات در توان افزایی بانوان» در جمع رسانه‌ها گفت: تلاش می‌شود پس از پایان مرحله اجرای طرح رجیستری روی همه گوشی‌های وارداتی، به مرحله نگهداری و تقویت طرح ورود کنیم. او درباره اعلام دو مدل گوشی تولیدی سامسونگ که دوشنبه‌شب مشمول طرح رجیستری شدند نیز گفت: اعلام این دو مدل برای پاسخگویی به برخی ابهاماتی بود که عده‌ای ایجاد کردند.

به گفته وزیر ارتباطات، به‌دلیل احتمال سودجویی‌هایی به وجود آمده، پیش‌بینی می‌شد قیمت گوشی سامسونگ بالاتر برود و باعث شود تا درمورد موفقیت طرح رجیستری، فضاسازی‌هایی صورت گیرد و به همین دلیل تصمیم گرفته شد طرح ثبت نام این برند به بعد از عید موکول شود.

به گزارش ایسنا، آذری جهرمی با بیان اینکه کمیته ثبت تلفن همراه در چند روز گذشته تشکیل و به موضوعات آن رسیدگی شد، گفت: با توجه به این که قرار بود به‌گونه‌ای وارد این طرح شویم که موفقیت آن تضمین شود، طرح از نشان‌های تجاری که سهم کمتری در بازار داشتند آغاز شد و به سمت نشان‌های تجاری بزرگ‌تر حرکت کردیم تا مدیریت بهتری داشته باشیم. وی با اشاره به اینکه در جلسه تشکیل شده کمیته طرح ثبت تلفن همراه نمایندگان از وزارتخانه‌های صنعت، ارتباطات، گمرک و ستاد مبارزه با قاچاق کالا حضور داشتند، گفت: در حال حاضر نشان تجاری سامسونگ سهمی نزدیک به ۵۰ درصد بازار را در اختیار دارد و طرح ثبت این تلفن با تاخیر آغاز خواهد شد. آذری جهرمی ادامه داد: طرح ثبت تلفن همراه به دلیل تاخیر یک یا دو هفته‌ای که در یکی از مراحل خود با آن روبه‌رو شد، باعث شد ثبت این نشان تجاری نیز به بعد از عید موکول شود.

وزیر ارتباطات با اشاره به دلایل به تاخیر افتادن ثبت گوشی‌های برند سامسونگ توضیح داد: نگرانی‌هایی درباره مدیریت این طرح و مشکل نظارت به وسیله شبکه نظارتی در ایام عید وجود داشت که باعث می‌شد احتمال ایجاد فضای سودجویی با آغاز این طرح پیش از سال نو به وجود آید.

آذری جهرمی با اشاره به شائبه‌های به وجود آمده در مورد دلایل تاخیر ثبت نشان سامسونگ افزود: در این شائبه‌ها مطرح می‌شد که وزارت ارتباطات به دلیل آنکه این نشان تجاری از برندهای بزرگ بوده، در مقابل آن کوتاه آمده است یا عبارتی مانند پاج به کار می‌رفت. همچنین گفته می‌شد از آنجایی که تلفن همراه سامسونگ قصد دارد مدل جدیدی را به بازار معرفی کند و عده‌ای نیز می‌خواهند که این مدل را به کشور وارد کنند، نسبت به ثبت این برند تاخیر ایجاد شده است این در حالی است که ما تحت تاثیر این فضا قرار نداریم و با قاطعیت و درایت و هوشمندی کار را به پیش خواهیم برد.

وی با بیان اینکه این طرح با قاطعیت ادامه خواهد یافت، گفت: به دلیل جلوگیری از آسیب دیدن مردم از احتمال به وجود آمدن فضای سودجویی، ثبت برند سامسونگ را به بعد از تعطیلات نوروز موکول کردیم و همزمان با ثبت این برند تلفن همراه، نشان‌های تجاری دیگری که سهم کمتری از بازار را دارند ثبت خواهند شد.

او با اشاره به نقش طرح ثبت تلفن همراه در میزان عایدات گمرک و کاهش قاچاق ادامه داد: بر اساس آخرین گزارشات بعد از انجام طرح رجیستری تلفن همراه ایفون تا ۶۰۰ درصد رشد واردات در کشور رخ داده است، همچنین در زمینه میزان عایدات گمرک نیز در ۹ ماهه امسال تا ۱۵۰ درصد رشد اتفاق افتاده است که این میزان دو نیم برابر سال گذشته است و در صورتی که برندهای دیگر نیز به نشانه‌های تجاری اضافه شوند، این رشد بیشتر خواهد بود.

وی همچنین با بیان اینکه مسئولیت ایجاد و توسعه شهر هوشمند بر عهده شهرداری‌هاست، افزود: همزمان با مشخص شدن شاخص‌های توسعه شهرها، باید مولفه‌های طرح هوشمند را آغاز کنیم چراکه اگر ما به سمت آن حرکت نکنیم، در رتبه بندی جهانی دچار مشکل خواهیم شد.

جهرمی با بیان اینکه ایجاد زیرساخت‌ها مباحث فناوری اطلاعات و دولت الکترونیکی را با جدیت پیگیری می‌کنیم، ادامه داد: جلساتی با شهرداری تهران، شورای شهر مشهد، شهرداری و شورای شهر یزد برگزار شده و کمیته‌ای شکل گرفته است و بر اساس شاخص‌های مشخص شده در آن به سمت ایجاد شهر هوشمند حرکت کنیم.

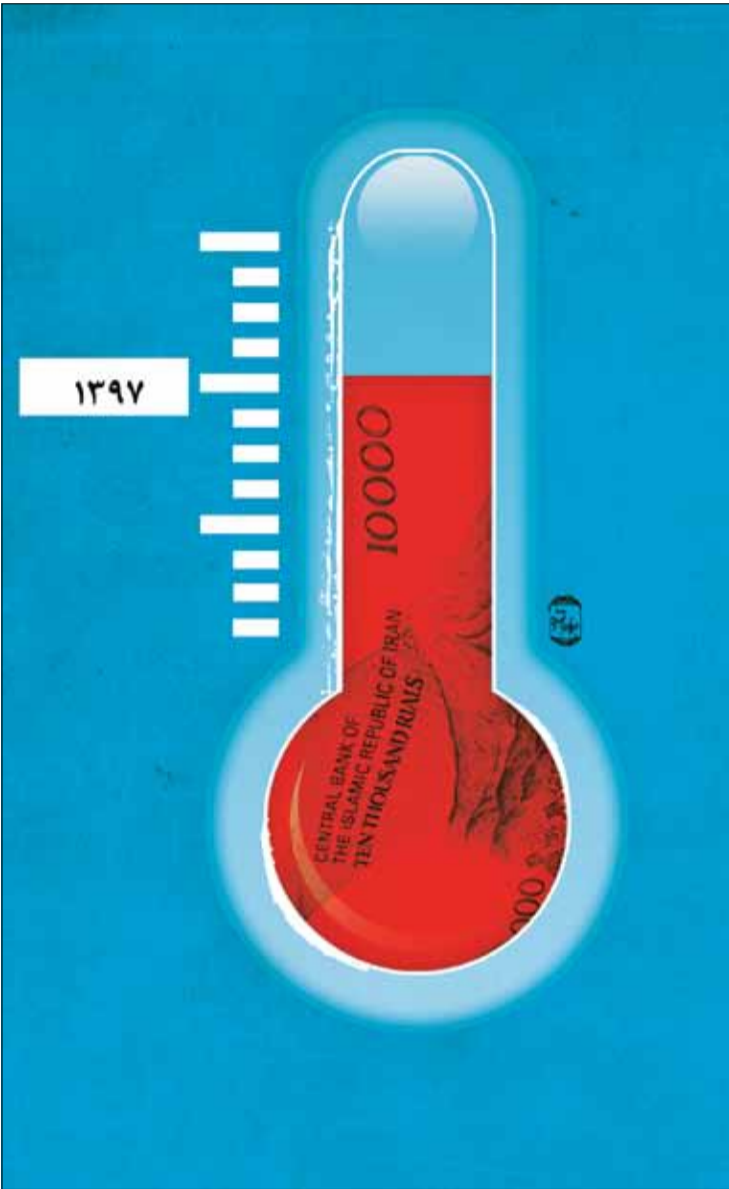
وزیر ارتباطات در پایان گفت: ایجاد شهر هوشمند فضای مناسبی برای شکل‌گیری کسب و کارهای نو است و به آنها کمک می‌کند که بازار مناسبی داشته باشند. تلاش خواهیم کرد تا در اسرع وقت با شهرداری‌ها به جمع‌بندی برسیم و مدل آزمایشی این طرح را ابتدا در مناطق آزاد اجرا کنیم تا راحت‌تر امکان پیاده‌سازی آن وجود داشته باشد.

شماره ۱۰۱۴ www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۳۶۰

مختصات اقتصاد ایران در سال آینده به روایت مؤسسه «بامداد»

اعداد کلیدی اقتصاد ۹۷



• کمبود نقدینگی مؤثر، مانع

پرش‌های قیمتی بازار مسکن در سال آینده

• عدم تکرار دوره‌های رونق

در سیکل‌های کلاسیک بازار مسکن همانند سال‌های ۱۳۸۶ یا ۱۳۹۱ در سال آینده

• تقاضای واقعی همچنان سهم عمده تقاضای بازار مسکن در سال ۱۳۹۷ نسبت به تقاضای سواگری

• افزایش شاخص تورم

تولیدکننده مصالح ساختمانی

در شش ماه اخیر، محرک

افزایش نسبی قیمت مسکن در

سال آینده

• افزایش محدود تعداد

پروانه‌های ساختمانی صادر شده

در شهر تهران، بینگنر بهبود نسبی

وضعیت ساخت‌وساز در سال آینده

مؤسسه بامداد در پایان این

گزارش، پیش‌بینی کرده است

که بازار مسکن پس از رکود سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶، در

سال ۱۳۹۷ به‌صورت کاملاً آهسته و محدود از رکود خارج

شده و رشد قیمت مسکن در

اکثر ماه‌های سال آینده بیشتر

از نرخ تورم اما حداکثر تا ۲۵ الی ۳۰ درصد خواهد بود.

همچنین در «ششمین

سمینار سالانه چشم‌انداز

اقتصاد ایران» که چندی

پیش در مؤسسه «بامداد»

با حضور بیش از ۴۰۰ نفر از

فعالان اقتصادی برگزار شد،

این مؤسسه به پیش‌بینی متغیرهای کلان اقتصاد ایران

در سال آینده پرداخت و نرخ

رشد اقتصادی ایران در سال ۹۷ را

به نسبت امسال کاهنده و در حدود ۲.۹ درصد برآورد کرد.

اما از دیگر متغیرهای کلان

اقتصاد ایران در سال آینده که

در گزارش مؤسسه «بامداد» به آنها اشاره شده است:

• نرخ تورم ایران در سال

۱۳۹۷ به نسبت امسال افزایش

و حدود ۱۵درصد پیش‌بینی

می‌شود. همچنین نرخ رشد

اقتصادی ایران در سال ۹۷

به نسبت امسال کاهنده و

در حدود ۳.۹ درصد برآورد

می‌شود.

• نرخ سود بانکی در سال ۹۷

حداقل ۱۵ درصد، به

احتمال زیاد با افزایش محدود

پیش‌بینی می‌شود.

• نرخ رشد نقدینگی در اقتصاد

ایران در سال ۱۳۹۷ به نسبت

امسال افزایشی و در حدود ۲۵درصد

پیش‌بینی می‌شود.

• متوسط قیمت دلار در

بازار آزاد در سال ۱۳۹۷ در

حدود ۵۶۵۰ تومان پیش‌بینی

می‌شود. بدیهی است این نرخ

در صورت بروز هرگونه تنش

سیاسی، بازگشت برخی از

تحریرها یا آزاد شدن بخشی

از تورم سرکوب شده سال‌های

قبل، به سمت قیمت‌های بالاتر

حرکت خواهد کرد.

• متوسط قیمت سکه طلا

در بازار آزاد در سال ۱۳۹۷

در حدود ۱.۸۶۰.۰۰۰ تومان

پیش‌بینی می‌شود.

• پس از سال‌ها رکود

بازار مسکن، نرخ رشد بازار

مسکن در سال ۱۳۹۷ در اکثر

ماه‌های سال بالاتر از نرخ تورم

(۱۵درصد) و کمتر از ۳۰ درصد

پیش‌بینی می‌شود.

• شاخص بورس ایران در

سال ۱۳۹۷ با نوسانات زیاد

و به صورت آهسته به سمت

کانال ۱۲۰ هزار واحد حرکت

می‌کند.

• قیمت جهانی اونس در

سال ۱۳۹۷ بین کانال ۱۳۰۰ تا

۱۵۰۰ دلار با احتمال ماندگاری

بیشتر در محدوده ۱۳۰۰ تا

۱۴۰۰ دلار پیش‌بینی می‌شود.

• مؤسسه بامداد همچنین

کاهش نسبی ارزش دلار آمریکا

در بازارهای جهانی را در سال

۱۳۹۷ پیش‌بینی می‌کند.

• در عین حال، افزایش

نسبی یورو، یوان، وون و

دلارهای غیرآمریکایی در سال

۱۳۹۷ پیش‌بینی می‌شود.

• مؤسسه بامداد همچنین

افزایش احتمالی و محدود

قیمت جهانی نفت و قیمت

مواد اولیه را در سال ۱۳۹۷

پیش‌بینی می‌کند.



گزارش صندوق بین‌المللی پول از افراط چینی‌ها در پس‌انداز

معضلی برای اقتصاد چین و جهان

نسبت پس‌انداز به تولید ناخالص داخلی چین اکنون به ۴۶درصد رسیده است که حدود نیمی از این پس‌انداز توسط خانوارها و نیم دیگر توسط شرکت‌های خصوصی و دولت این کشور صورت می‌گیرد.

چین از لحاظ نسبت پس‌انداز به تولید ناخالص داخلی در رتبه سوم جهان قرار دارد و در بین اقتصادهای بزرگ نیز با فاصله زیادی نسبت به سایرین، جایگاه نخست را به خود اختصاص داده است. اما گاهی این سؤال مطرح می‌شود که آیا بالا بودن نرخ پس‌انداز همواره برای اقتصاد یک کشور و نیز برای اقتصاد جهانی مفید است؟ به‌طور کلی می‌توان گفت بالا رفتن نرخ پس‌انداز معمولاً برای اقتصاد مفید است، به شرطی که از یک آستانه مشخص عبور نکند. پس‌انداز افراطی می‌تواند به زیان جامعه باشد زیرا از یک سو مصرف را بیش‌ازحد کاهش می‌دهد و رفاه خانوارها را پایین می‌آورد و از سوی دیگر می‌تواند عملی برای سرمایه‌گذاری مازاد بر نیاز باشد و به انباشت بدهی منجر شود؛ اتفاقی که در سال‌های اخیر در چین مشاهده شده است. در مقیاس جهانی نیز پس‌انداز افراطی

چینی‌ها مشکلاتی را ایجاد کرده است. مردم چین بخش قابل‌توجهی از درآمدشان را پس‌انداز می‌کنند و میزان مصرف آنها از کالاهای وارداتی بسیار کمتر از ارزش صادرات کشورشان است. شاید در نگاه اول این مسئله برای چینی‌ها رضایت‌بخش باشد اما اثرات منفی بر هم خوردن توازن اقتصاد جهانی بسر اثر چین رویکردی، در بلندمدت به اقتصاد چین بازخواهد گشت و آن را دچار رکود یا حتی بحران خواهد کرد. البته مقامات اقتصادی چین به این خطر بالقوه پی برده‌اند و گام‌هایی را نیز برای مواجهه با آن برداشته‌اند.

چرا مردم چین تا این حد به پس‌انداز تمایل دارند؟ با نگاهی به عوامل اثرگذار بر روند افزایش نرخ پس‌انداز در چین - که از اواخر دهه ۷۰ میلادی آغاز شد- می‌توان تشخیص داد که تغییرات جمعیتی مهم‌ترین عامل تمایل چینی‌ها به پس‌انداز افراطی بوده است.

بررسی‌های صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد نیمی از رشد نرخ پس‌انداز در چین طی قریب به چهار دهه اخیر ناشی از تغییرات جمعیتی بوده است. اجرای سیاست «تک‌فرزندی» در چین از سال ۱۹۷۹، نحوه بودجه‌بندی خانوارهای این کشور را دچار تغییرات اساسی کرد؛ کاهش تعداد فرزندان از یک طرف هزینه‌های خانوارها را به میزان قابل توجهی کاهش داد و از طرف دیگر باعث شد آنها احساس کنند بیش از گذشته به پس‌انداز کردن نیاز دارند

زیرا تا قبل از اجرای سیاست تک‌فرزندی، مردم به فرزندان پرتعداد خود به‌عنوان پشتوانه‌ای برای ستین پیری خود نگاه می‌کردند و با محروم شدن از این پشتوانه، آنها چاره‌ای به‌جز پس‌انداز بیشتر پیش روی خود نمی‌دیدند.

از طرفی حرکت پرشتاب چین از یک اقتصاد کمونیستی به یک اقتصاد مبتنی بر بازار موجب تشدید نابرابری اقتصادی در این کشور شد و اثرات این مسئله در قالب افزایش بیش‌ازحد نرخ پس‌انداز نمود پیدا کرد. وقتی شفاف درآمدی زیاد باشد، ثروتمندان معمولاً نسبت کمتری از درآمد خود را به مصرف اختصاص می‌دهند (در مدل کینزی اصطلاحاً گفته می‌شود میل متوسط به مصرف در آنها کاهش می‌یابد) و بخش زیادی از آن را پس‌انداز می‌کنند.

علاوه بر این، اصلاحات اقتصادی در چین، مصرف پس‌انداز را از کانال‌های دیگری نیز تحت تاثیر قرار داد. قبل از دهه ۸۰ میلادی، بخش مسکن چین در انحصار دولت بود و مردم در خانه‌هایی زندگی می‌کردند که شرکت‌های دولتی در اختیارشان گذاشته بودند؛ به عبارتی هیچ‌کس در چین مالک خانه‌ای که در آن سکونت داشت، نبود. با انجام اصلاحات اقتصادی اما وضعیت فرق کرد و امروز بسیاری از مردم چین در واحدهای مسکونی ملکی یا استیجاری زندگی می‌کنند. اکنون در چین نیز مانند بسیاری از کشورهای دیگر روال خرید مسکن به این صورت است که افراد باید بخشی از مبلغ خرید را از پس‌انداز خود بپردازند و بخش دیگر را از بانک‌ها وام بگیرند. تلاش مردم چین برای فراهم نمودن مبلغ اولیه خرید مسکن، یکی از عوامل بالا رفتن نرخ پس‌انداز در این کشور برجمعیت است. همچنین کاهش مخارج دولت چین در حوزه خدمات اجتماعی و سلامت -در پی اصلاحات انجام شده در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی- نیز باعث شده است که مردم این کشور برای دوران بازنشستگی و نیز برای پرداخت هزینه‌های سلامت خود نیاز بیشتری به پس‌انداز شخصی داشته باشند.

اما چه راهکارهایی برای کاهش پس‌انداز افراطی و کمک به افزایش مصرف پیش روی دولت چین قرار دارد؟ کارشناسان صندوق بین‌المللی پول این سه راهکار کلی را به دولت چین توصیه کرده‌اند: افزایش نرخ مالیات دهک‌های درآمدی بالا و اعمال تخفیف‌های مالیاتی برای خانوارهای دارای فرزند؛ افزایش مخارج دولت در حوزه‌های سلامت، آموزش و تأمین اجتماعی (مشخصاً حمایت از بازنشستگان) و تقویت برنامه‌های حمایت مالی از اقشار فقیر در راستای کاهش نابرابری درآمدی در جامعه.

البته دولت چین برای اجرایی کردن این راهکارها نیاز به درآمد بیشتری دارد که برای تأمین آن می‌تواند روی افزایش سود سهام پرداختی از طرف شرکت‌های دولتی حساب کند یا اینکه حتی سهام این شرکت‌ها را به صندوق‌های تأمین اجتماعی منتقل کند. دولت چین این توانایی را دارد که با اتخاذ سیاست‌های درست، مصرف را در این کشور بالا ببرد و درعین‌حال مراقب باشد که کاهش نرخ پس‌انداز بیش از حد مورد نظر رخ نهد.

بانک نامه



مدیر اداره انطباق بانک مرکزی اعلام کرد
آخرین مهلت اجرای کنترل
ریسک در بانکها

مدیر اداره انطباق بانک مرکزی از ابلاغ دستورالعمل تطبیق و ریسک ERM به بانکها خبر داد و گفت: بانکها تا اواخر فروردین ماه سال آینده مهلت پیاده‌سازی آن را دارند. به گزارش «فرصت امروز» به نقل از پژوهشکده پولی و بانکی، فردوس زارع در همایش استراتژی ریسک، در بیان مفهوم ERM در حوزه ریسک و تطبیق، مفهوم عام تطبیق را مورد اشاره قرار داد و با اشاره به تفاوت اولویت‌ها در محتوا، گفت: بر اساس رویکرد سنتی، مدیران ریسک و تطبیق ادبیات مشترکی ندارند. در واقع با مراجعه به مستندات موجود، در ارتباط با تطبیق، حسابرس عملکرد خاصی را مشاهده نمی‌کند، اما حقوقدانان با توجه به محتوای حقوقی به قوانین و مقررات تأکید می‌کنند.

زارع، سند ۲۰۰۵ کمیته بال را مورد اشاره قرار داد که ریسک تطبیق را تعریف می‌کند و از زبان‌های مالی و غیر مالی صحبت به میان می‌آورد. مدیر اداره انطباق بانک مرکزی با اشاره به مطرح بودن ریسک‌های غیرمالی با پیامدهای مالی در تطبیق، یادآور شد: کمیته بال در اصلاحیه سند ۲۰۱۵، اصل نهم را به بحث تطبیق اختصاص می‌دهد، در حوزه بانکی و نظارت بانکی، تطبیق در کنترل‌های داخلی قرار داد و لایه‌های دفاعی کلاسیک بر این سپرده است.

وی به طرح سند حوزه ERM در سال ۲۰۱۷ اشاره کرد که با رویکردهای بال کمی تفاوت دارد، بسیار فراتر از استانداردهای بان حرکت می‌کند و اعتقاد دارد که از صدر تا ذیل سطوح مدیریتی باید کل ساختار ERM را مدنظر قرار دهد. به گفته وی، این مسئله در قالب بحث تطبیق و ریسک در حال انجام است، اما به صورت خاص در بحث تطبیق بانک مرکزی دو نقش را ایفا می‌کند. زارع، به ابلاغ دستورالعمل مزبور به بانکها اشاره کرد که به موجب آن بانکها تا اواخر فروردین ماه سال آینده مهلت پیاده‌سازی آن را دارند. به گفته مدیر اداره انطباق بانک مرکزی، با توجه به اولویت‌های موجود ریسک، سامانه‌های خارجی در حال پیاده‌سازی هستند تا قادر به پوشش بحث تحریم باشیم.

اهمیت استراتژی ریسک

همچنین در ادامه این همایش، محمدرضا فرخ، در بیان اهمیت استراتژی ریسک عنوان کرد: تعیین اندازه‌گیری، مشاهده و کنترل ریسک‌ها فرآیند مدیریت ریسک را تشکیل می‌دهند و هدف اصلی مدیریت ریسک در هر سازمان، ارائه بهترین عملکرد و بهینه‌سازی استفاده از سرمایه و به حد اکثر رساندن ارزش دارایی‌های سهامداران است که با استفاده از تدابیر مناسب و راهکارهای به موقع، ریسک‌های اساسی از جمله ریسک اعتباری، ریسک بازار و ریسک عملیاتی را پوشش می‌دهند. وی ادامه داد: بهره‌گیری از تجارب بین‌المللی در مدیریت ریسک بانکها، امری ضروری بنظر می‌رسد و شرکت ثامن ارتباط عصر با توجه به انتخاب این راهبرد، با استفاده از سابقه طولانی موفق خود در بومی‌سازی سامانه‌های شرکت‌های بین‌المللی، اقدام به ارائه سامانه‌های مدیریت ریسک، انطباق و خزانه‌داری از شرکت Finastra بوده است. فرصتی که توسط شرکت ثامن ارتباط عصر فراهم شده، می‌تواند منجر به اعتلای دانش مدیریت ریسک در سطح نظام مالی و بانکی کشور شود.

سند اشتباهی ریسک در بانکها

در ادامه این همایش نیز مدیر ریسک بانک ملت به تشریح سند اشتباهی ریسک در بانکها پرداخت و ظرفیت ریسک بانکها را حداکثر توان تحمل بانکها از ریسک عنوان کرد.

رضا یاری فرد عنوان کرد: سند اشتباهی ریسک شامل سه بعد اقتصادی، بازده و سرمایه و ریسک است که نرخ بهره، نرخ ارز، نرخ تورم، وضعیت نقدینگی و تولید ناخالص داخلی از اجزای بعد اقتصادی، ارزش در معرض ریسک، ریسک تمرکز، هزینه ریسک، رتبه‌بندی داخلی زبان مورد انتظار، کیفیت ذخایر و محدودیت‌های ریسک از اجزای بعد ریسک و دارایی‌های موزون شده به ریسک، بازده حقوق صاحبان سهام، کیفیت سود، سود قبل از کسر مالیات، سرمایه اقتصادی و شاخص‌های رشد سازمان از اجزای بعد بازده و سرمایه هستند.

به گفته وی، سند اشتباهی ریسک در واقع ترجمه‌ای از بودجه است که بایستی تحویل مدیریت مالی بانک شود، این سند پنج ساله تهیه می‌شود و به موجب آن اطلاعاتی از وجود ریسک در بودجه را به هیات‌مدیره بانک ارائه می‌دهد.

همچنین در ادامه این همایش، مدیر کل بخش ریسک بانک خاورمیانه به برنامه این بانک در استفاده از پروژه‌های مدیریت ریسک به صورت نرم‌افزاری اشاره کرد که در مسیر اجرای آن، بانک با چالش‌های بسیاری مواجه است. مرتضی بینا یکی از چالش‌ها را جمع‌آوری اطلاعات به ویژه در واحد اعتبارات نام برد و به عنوان یک مدیر ریسک عنوان کرد که محاسبه اطلاعات به‌راحتی صورت نمی‌پذیرد.

وعده مهم رئیس کل بانک مرکزی برای جبران زیان چند هزار میلیاردی بانکها

آقای رئیس کل به وعده‌اش عمل می‌کند؟



فرصت امروز: بانک مرکزی درحالی از ۲۸ بهمن ماه با ارائه بسته سیاستی برای کنترل بازار ارز از طرح اوراق گواهی ۲۰ درصد در شبکه بانکی رونمایی کرد که انتشار این اوراق به دلیل هزینه‌های احتمالی آن، موجب نگرانی بانکها شد، اما رئیس کل بانک مرکزی در ادامه به بانکها اطمینان داد که بانک مرکزی هزینه‌های ناشی از اجرای این طرح را تقبل می‌کند. اما انتشار اوراق گواهی سپرده چگونگی باعث زیان برای بانکها شد؟ در پاسخ باید گفت از آنجا که این اوراق در عمل تفاوتی با حساب سپرده ۱۵ درصد نداشته و حتی سود آن ۵ درصد نیز بالاتر است، بانک مرکزی آن را برای ایجاد جذابیت و کشاندن نقدینگی به سمت بازار پول تعیین کرد تا بتواند بازار ارز را کنترل کند. اما با توجه به اینکه سود ۲۰ درصد برای سپرده ۲ درصد بالاتر از نرخ سود تسهیلات ۱۸ درصدی است که اکنون بانکها دریافت می‌کنند خود به‌طور طبیعی موجب ایجاد زیان برای آنها می‌شود. به عبارت دیگر، فروش ۱۰۰ هزار میلیاردی اوراق گواهی سپرده با سود ۲۰ درصد تاکنون با توجه به اختلاف ۵ درصدی که با سود حساب‌های سپرده مدت‌دار دارد، ۵۰۰۰ میلیارد تومان ضرر برای بانکها ایجاد کرده است. در حالی این رقم می‌تواند تا پایان دوره انتشار گواهی سپرده تشدید شود که هنوز مشخص نیست قرار است این زیان چگونه تأمین و جبران شود. به گزارش ایسنا، اختلاف حدود ۳ تا ۵ درصدی بین سود سپرده و تسهیلات و بالاتر بودن سود وام‌های بانکی موضوعی مشخص و معمول است که سال‌هاست در شبکه بانکی وجود دارد، چراکه منبع اصلی تأمین مالی و هزینه‌های بانکها، سود ناشی از تسهیلات است که عمده آن صرف پرداخت سود سپرده به مشتریان و همچنین تأمین بخشی دیگر از هزینه‌های بانکها می‌شود.

در مدت گذشته شاهد نشان داد که استقبال خوبی از انتشار گواهی سپرده شده چراکه به هر حال سودی ۵ درصد بالاتر از حساب سپرده بانکی دارد و از سوی دیگر ریسک بازار ارز را به همراه نخواهد داشت، ولی مسئله اینجاست که عمده خرید اوراق به جابه‌جایی حساب‌ها برمی‌گردد، یعنی سپرده‌های ۱۵ درصد بسته شد و اوراق ۲۰ درصد خریداری شده و منبع جدید به‌طور قابل توجهی وارد نظام بانکی نشده است که بتواند با جذب منابع جدید فرصتی تازه برای سرمایه‌گذاری بانکها فراهم کند. در این حالت آماری که رئیس کل بانک مرکزی از انتشار اوراق اعلام کرد قابل تأمل است به‌طوری که وی خبر داده در هفته ابتدایی انتشار اوراق حدود

مدیر اداره صادرات بانک مرکزی اعلام کرد

متقاضیان ارز به دلالتان مراجعه نکنند

مدیر اداره صادرات بانک مرکزی گفت: تقاضاهای واقعی ارز توسط صرافی‌های منتخب بانکی و مجاز متناسب با شرایط بازار پوشش داده می‌شود، لذا متقاضیان ارز از مراجعه به دلالتان و سوداگران پرهیز کنند. به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، مدیر اداره صادرات این بانک با تشریح وضعیت کنونی بازار ارز گفت: پیرو تمهیدات اتخاذ شده، شاخص ارزی از تاریخ ۲۴ بهمن تاکنون از میانه کانال ۴۹۰۰۰۰ ریال به انتهای کانال ۴۴۰۰۰۰ ریال کاهش یافته است. صمد کریمی تأکید کرد: بررسی‌های میدانی بانک مرکزی نیز حاکی از آن است که با توجه به تأمین ارز اسکناس دلار آمریکا، یورو و حواله‌های ارزی، صرافی‌های منتخب بانکی و صرافی‌های مجاز نسبت به پوشش تقاضاهای ارزی اقدام کرده‌اند. در این خصوص لازم به توضیح است که صرافی‌های مجاز خریدار ارز می‌توانند روزانه تا سقف ۱۰۰ هزار دلار آمریکا و ۱۰۰ هزار یورو به صورت اسکناس از صرافی‌های منتخب بانکی خریداری و نسبت به فروش آن به متقاضیان اقدام کنند. ضمن اینکه آنها می‌توانند در صورت فروش به موقع، نسبت به خرید بخش‌های بعدی

نرخنامه



عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مقال طلا	۶۴۸,۰۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۴۹,۶۰۰	▲
سکه بهار آزادی	۱,۵۰۳,۰۰۰	
سکه طرح جدید	۱,۵۴۲,۰۰۰	▲
نیم سکه	۷۵۷,۰۰۰	▲
ربع سکه	۴۸۰,۰۰۰	▲
سکه گرمی	۳۱۲,۰۰۰	▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت (تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۴۷۶	▼
یورو اروپا	۵,۴۵۶	
پوند انگلیس	۶,۸۷۷	
درهم امارات	۱,۳۳۰	

دریچه



پس از دلار

خرید و فروش سکه هم متوقف شد!

برای سومین روز متوالی در بازار آزاد، خرید انواع ارز به ویژه دلار با دشواری همراه شده و در اکثر موارد خریداران این بازار ناکام می‌مانند. نکته جالب‌تر اینکه از روز سه‌شنبه خبر از کم شدن عرضه انواع سکه و متوقف شدن خرید و فروش آن داده می‌شود.

صحبت با برخی صرافی‌ها گویای آن است که روز سه‌شنبه هم مانند روز دوشنبه، در بازار آزاد فروش دلار متوقف است، چراکه از سوی بانک مرکزی ارزی برای عرضه به این واحدها تخصیص داده نشده است. همچنین امکان خرید یورو نیز در بازار بسیار محدود است. البته با این وجود سایت اتحادیه طلا و جواهر که روز دوشنبه از اعلام نرخ دلار سه باز زده بود، دیروز برای آن قیمت ۴۴۷۶ تومانی را اعلام کرده است.

می‌رسد و اختلاف ۵۰۰۰ میلیاردی ایجاد می‌کند که این اختلاف تا پایان انتشار اوراق به‌طور حتم تا دو برابر می‌تواند افزایش پیدا کند، چراکه در هفته دوم استقبال از اوراق بیشتر شده و اگر فرض را بر این بگذاریم که به اندازه هفته اول و حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان دیگر فروش برود، آنگاه در مجموع به ۲۰۰ هزار میلیارد تومان دیگر می‌رسد که سود سالانه آن نزدیک به ۴۰ هزار میلیارد تومان است، درحالی‌که برای سپرده‌های ۱۵ درصد این رقم ۳۰ هزار میلیارد تومان خواهد بود و در این شرایط اختلاف زیان بین سود ۱۵ و ۲۰ درصدی حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان است.

این ارقام در حالی ثبت می‌شود که بانکها در ابتدای انتشار اوراق گواهی ۲۰ درصدی نسبت به زیان‌ها و هزینه‌های ناشی از آن ابزار نگرانی کرده و گفته بودند سود تسهیلات ۱۸ درصد هیچ‌گاه پاسخگوی سودهای جدید سپرده نیست. با این حال رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرده که جای نگرانی نبوده و اگر بانکها دچار هزینه یا زیانی شوند بانک مرکزی آن را جبران خواهد کرد.

اکنون این سؤال مطرح است با زیانی که پیش‌بینی می‌شود حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان باشد، برنامه بانک مرکزی و شخص رئیس کل که وعده جبران آن را داده چیست و قرار است، از کدام محل این رقم تأمین شود؟

این در حالی است که قابل پیش‌بینی خواهد بود اگر بانکها نتوانند هزینه‌های خود را برای پرداخت سود ۲۰ درصدی جبران کنند، ممکن است به سمت افزایش نرخ سود تسهیلات پیش‌رفته یا برای دریافت سود بالاتر به بازارهای سرمایه‌گذاری وارد شوند، با این حال اکنون هیچ پاسخ مشخصی برای تأمین زیان موجود بانکها وجود ندارد.

شد و نوسانی که ظاهراً دیگر کنترل بر آن وجود نداشت، دست به اقدامی زد که بتواند فضای شبکه بانکی را برای سرمایه‌گذاری جذاب کرده و مردم به جای اینکه پول خود را به بازار ارز برده یا از سپرده‌ها کم کرده و به این سمت حرکت کنند، در خود بانکها باقی بمانند. بر این اساس انتشار اوراق گواهی سپرده با سود ۲۰ درصد را در دستور کار قرار داد و از ۲۸ بهمن‌ماه آغاز شده و تا دو هفته ادامه خواهد داشت.

در مدت گذشته شاهد نشان داد که استقبال خوبی از انتشار گواهی سپرده شده چراکه به هر حال سودی ۵ درصد بالاتر از حساب سپرده بانکی دارد و از سوی دیگر ریسک بازار ارز را به همراه نخواهد داشت، ولی مسئله اینجاست که عمده خرید اوراق به جابه‌جایی حساب‌ها برمی‌گردد، یعنی سپرده‌های ۱۵ درصد بسته شد و اوراق ۲۰ درصد خریداری شده و منبع جدید به‌طور قابل توجهی وارد نظام بانکی نشده است که بتواند با جذب منابع جدید فرصتی تازه برای سرمایه‌گذاری بانکها فراهم کند.

در این حالت آماری که رئیس کل بانک مرکزی از انتشار اوراق اعلام کرد قابل تأمل است به‌طوری که وی خبر داده در هفته ابتدایی انتشار اوراق حدود

کارشناس بازار سرمایه پاسخ داد
چرا شرکتها تمایلی برای
بورسی نشدن ندارند؟

شرکت بورس در ابتدای سال ۱۳۹۶ اعلام کرده بود که امسال ۱۵ تا ۲۰ شرکت را بورسی می‌کند، اما تاکنون که کمتر از یک ماه به پایان سال ۱۳۹۶ مانده نصف این آمار نیز محقق نشده است یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است این موضوع بیشتر به دلیل عدم تمایل بورسی شدن خود شرکت‌هاست. فردین آقابرنگی در گفت‌وگو با ایسنا، درباره تعداد شرکت‌هایی که در سال ۱۳۹۶ بورسی شدند، گفت: روند بورسی شدن شرکت‌ها روندی پذیرفته شده است، اما درباره تعداد عرضه‌های اولیه باید بگویم با اینکه هدف‌گذاری‌ها برای عرضه‌های اولیه در بورس تهران تحقق نیافت، یکی از دلایل دست نیافتن به این هدف، عدم بودن سهامداران شرکت‌های متقاضی است. وی تأکید کرد: از دیدگاه من خواست خود سهامداران شرکت‌ها بیشتر تأثیرگذار بوده تا عرضه‌های اولیه صورت نگیرد. شرکت‌ها و سهامداران آنها باید برای ورود به بازار سرمایه جدی باشند من در هیأت پذیرش از نزدیک می‌بینم که این جدیت برای شرکت‌ها وجود ندارد. نمی‌خواهیم مقصر تعیین کنیم، اما اگر قصوری بوده از سمت شرکت‌ها صورت پذیرفته است.

این کارشناس بازار سرمایه درباره کاهش زمان تسویه معاملات در بورس و فرابورس گفت: نظام معاملاتی سیستم بانکی ما در ۱۵ تا ۲۰ سال پیش تسویه وجوه‌اش ۴۸ تا ۷۲ ساعته انجام می‌شد چراکه به صورت نقدی پول‌ها را جابه‌جا می‌کردند. آقابرنگی ادامه داد: اما در حال حاضر چون جابه‌جا کردن پول آنلاین شده، انتظار می‌رود که مدت تسویه وجوه کاهش پیدا کند. در حال حاضر در اکثر کشورها تسویه پایایی در کمتر جایی حتی ۲۴ساعته است. شرایط برای ما ایجاب کرد که مدت‌زمان تسویه وجوه را کوتاه کنیم، اما این اقدام به یکباره صورت نگیرد. وی درباره بودجه سال ۱۳۹۷ نیز گفت: ابهامات ناشی از بودجه سال ۱۳۹۷ و احتمال تحققیافتن دولت امکان دارد مشکلاتی را در نظام اقتصادی کشور و بازار سرمایه به وجود آورد. در حال حاضر دولت ۷۰۰ هزار میلیارد تومان به سازمان‌ها و نهادهای بدهی دارد و این مقدار باید پرداخت شود. این کارشناس بازار سرمایه گفت: بدون در اختیار داشتن امکانات تبادل ارزی و ورود سرمایه‌گذار خارجی، مادمی که دولت بخواهد تورم را در همین سطح حفظ کند، شرایط بد عمیق‌تر خواهد شد.

وی درباره تصمیم افزایش سود سپرده‌های بانکی در کوتاه‌مدت گفت: تصمیم دولت و بانک مرکزی در خصوص افزایش سود سپرده بانکی ولو در مقطع کوتاه، بالذاته بی‌ثباتی در تصمیمات اقتصادی است و انتظار می‌رفت در جهت کاهش نرخ تورم و در ادامه سیاست‌های انقباضی دولت کماکان نرخ‌های ۱۵درصد برای سپرده‌های بلندمدت ادامه داشته باشد. آقابرنگی ادامه داد: سپرده‌گذاران ۱۵درصدی که پیش‌تر اقدام به افتتاح حساب کرده بودند با شرایط جدید مغیوب واقع خواهند شد و در مقابل منابع زیادی از سپرده‌های کوتاه‌مدت به سوی گواهی‌های سپرده ۲۰درصد گسیل خواهند شد و احتمالاً پول در جریان سفته‌بازی در بازار ارز با حداقل ممکن صرف خرید این گواهی‌ها می‌شود. درحالی که نرخ تورم در بودجه تکریمی قید شده است، وقتی دو برابر آن به سپرده‌گذار پرداخت شود به این معنی است که یا نرخ تورم اعلام شده «صوری است» و یا از زبون و خطا قصد دارند نرخ موثر بهره را کشف کنند. این نرخ جدید (۲۰درصد) زمانی اعلام شده است که کمیسون برنامه و بودجه مجلس قیمت دلار را در بودجه ۱۳۹۷ از ۳۵۰۰ تا ۴۱۰۰ تومان افزایش داده است.

عمان، روز پنجشنبه میزبان فیکس خواهد بود

کشور عمان میزبان هفتاد و هفتمین جلسه فدراسیون بورس‌های اروپایی-آسیایی (فیکس) در نخستین روز از ماه مارس خواهد بود. به گزارش سننا، در نخستین روز از ماه مارس (۱۰اسفندماه سال جاری) مرکز نمایشگاه‌ها و همایش‌های الفران در مسقط، میزبان مدیران بورس‌های آسیایی و اروپایی خواهد بود. شرکت‌کنندگان در این دوره فیکس، درخصوص فعالیت‌های اخیر بورس‌های اروپایی-آسیایی و اهداف اجرایشده در بازه زمانی یک ساله به تبادل نظر می‌پردازند. ارتقای جایگاه انجمن از طریق احقاق اهداف برنامه‌ریزی‌شده و افزایش همکاری میان اعضا و تبادل تجربیات درخصوص موضوعات مرتبط با منافع متقابل، مهم‌ترین موضوع این دوره از اجلاس فیکس است. بررسی نتایج کارگروه‌های مختلف و پیشنهادات و تصمیمات مرتبط با توسعه تجاری از دیگر موضوعات این دوره خواهد بود. احمد صالح آل مرحون، مدیر بورس مسقط، در حال حاضر نایب رئیس فیکس است. بر این اساس، بورس تهران، شرکت سپرده‌گذاری مرکزی و فرابورس ایران نیز به عنوان اعضای فیکس روز پنجشنبه در این اجلاس شرکت خواهند کرد.

فرصت امروز: این روزها حال و روز

بورس تهران خوب نیست و سایه اوراق گواهی سپرده بر بازار سرمایه کماکان باقی است؛ در واقع، بانک مرکزی در هفته گذشته و از ۲۸ بهمن‌ماه همزمان با نوسان نرخ ارز و نزدیک شدن قیمت دلار به کانال ۵۰۰۰تومانی از بسته‌های رومانی کرد و براساس آن، بانک‌ها گواهی سپرده ریالی به پشتوانه ارز با سود سپرده‌های بانکی تا ۲۰درصد منتشر کردند. همین اقدام به گفته بسیاری از اقتصاددانان و کارشناسان، باعث خروج نقدینگی از بازار سرمایه به سمت بازار پول و رکود نسبی در معاملات بورس و فرابورس شد. بر همین منوال، روز گذشته نیز معامله‌گران بورس تهران شاهد روزی کمرمق همچون روزهای گذشته بودند و شاخص کل پس از فراز و فرودهایی ۲۳۵ واحد رشد کرد و در ایستگاه ۹۸ هزار و ۱۰۰ واحدی ایستاد. به گزارش ایرنا، در معاملات روز گذشته بورس ۹۴۷میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش یک هزار و ۹۲۱ میلیارد ریال در ۶۵ هزار و ۴۸۹نوبت خرید و فروش شد. بررسی شاخص‌های اصلی بازار



سرمایه نشان می‌دهد شاخص قیمت (وزنی - ارزشی) که در آن ارزش سهام شرکت‌های بزرگ اثر بیشتری بر شاخص می‌گذارد کمتر از یک واحد و شاخص کل (هم‌وزن) که در آن ارزش و وزن همه شرکت‌های بزرگ و کوچک در محاسبه شاخص کل، یکسان در نظر گرفته می‌شود، ۱۴ واحد بالا رفت. شاخص قیمت (هم‌وزن) که بیانگر سطح عمومی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس است، ۱۰ واحد و شاخص آزاد شناور که بیانگر آن بخش از سهام شرکت‌هاست که قابل معامله در بورس باشد، ۱۱۰ واحد رشد کرد. شاخص بازار اول که به شرکت‌هایی

شاخص بورس در ایستگاه استراحت

روزهای کمرمق بورس با انتشار اوراق گواهی سپرده

کانی‌های فلزی با معاملاتتی به ارزش ۱۰۲میلیارد ریال رده پنجم را از آن خود کرد. در معاملات روز گذشته، فولاد (فولاد مبارکه)، فخور (فولاد خوزستان) و همراه (ارتباطات سیار) بیشترین تأثیر مثبت را داشتند، اما شینا (پالایش نفت اصفهان)، فارس (هلدینگ خلیج‌فارس) و شستران (پالایش نفت تهران) دارای بیشترین تأثیر منفی بودند.

آیفکس در مسیر کاهش

شاخص فرابورس (آیفکس) نیز در معاملات روز سه‌شنبه دو واحد افت کرد و در جایگاه یک هزار و ۹۱ واحدی ایستاد. در این معاملات، ۲۲۸ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش یک هزار و ۴۳۷ میلیارد ریال در ۳۱ هزار نوبت معامله شد. نمادهای مارون (پتروشیمی مارون)، زاگرس (پتروشیمی زاگرس) و کوثر (بیمه کوثر) در معاملات روز گذشته از بیشترین تأثیر منفی بر شاخص برخوردار بودند. در مقابل دماوند (تولید برق دماوند)، بساما (بیمه سامان) و بیاس (بیمه پاسارگاد) بیشترین تأثیر مثبت را داشته و مانع افت بیشتر شاخص شدند.

متن لایحه پیشنهادی ساماندهی طرح توزیع سهام عدالت منتشر شد

نظر گرفتن اهداف مربوط به توسعه عدالت اجتماعی، توسعه فرهنگ سهامداری و وضعیت بازار سرمایه برای جذب واحدهای سرمایه‌گذاری عرضه‌شده و رعایت صرفه و صلاح مشمولان سهام عدالت درخصوص چگونگی و زمان معامله واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق‌ها اتخاذ تصمیم می‌نماید. ماده ۳۸: اتخاذ تصمیم درخصوص چگونگی ایفای نقش شرکت‌های

توسط هیأت امنا (موسسین)، شامل وزیر امور اقتصادی و دارایی (رئیس)، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزیر دادگستری، رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور و وزیر ذی‌ربط تأسیس می‌شوند. موسسین ظرف یک ماه از تاریخ لازم‌الاجرا شدن این قانون، اساسنامه مورد تأیید سازمان بورس و اوراق بهادار را در هر صندوق به ثبت می‌رسانند. تبصره ۱- تعداد صندوق‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت و نحوه تخصیص سهام شرکت‌های سرمایه‌پذیر به این صندوق‌ها و چگونگی تخصیص واحدهای سرمایه‌گذاری این صندوق‌ها به مشمولان سهام عدالت در هر صندوق توسط هیأت امنای صندوق‌ها تعیین می‌شود.

تبصره ۲- هیأت امنا، نماینده یا نمایندگان آن هیأت به ترتیب مقرر در اساسنامه، وظایف و اختیارات مجمع عمومی صندوق‌ها را برعهده دارند. سهام ممتاز در این صندوق‌ها به دارنده حداقل یک‌دهم (۰،۱) درصد واحدهای سرمایه‌گذاری تعلق می‌گیرد که دارندگان آن و نمایندگان قانونی صاحبان حداقل یک دهم درصد واحدهای سرمایه‌گذاری حق حضور در مجمع را کسب می‌کنند. هیأت امنا، نماینده یا نمایندگان آن هیأت متناسب با واحدهای سرمایه‌گذاری در اختیار دولت، حق رأی خواهند داشت.

تبصره ۳- هر صندوق توسط هیأت مدیره‌ای اداره می‌شود که در زمان تأسیس به پیشنهاد رئیس هیأت امنا و تصویب هیأت امنا و از بین اشخاص حقیقی مستقل و از بخش غیردولتی انتخاب می‌شوند. نحوه انتخاب اعضای هیأت‌مدیره در دوره‌های بعد، مدت تصدی و اختیارات آنها و سایر شرایط به ترتیبی است که در اساسنامه خواهد آمد. صلاحیت حرفه‌ای اعضای هیأت‌مدیره براساس قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۸۴ - توسط سازمان بورس و اوراق بهادار احراز می‌شود. ماده ۳۶: واگذاری‌های صورت‌گرفته به شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی سهام عدالت با همان قیمت و شرایط و معاف از هرگونه مالیات، کارمزد و هزینه، براساس قراردادهای جدید بین سازمان خصوصی‌سازی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت به این صندوق‌ها منتقل می‌شود. ماده ۳۷: دولت با دریافت معادل اقساط باقی مانده سهام عدالت به‌صورت دریافت نقدی از مشمولان یا از محل سود سهام شرکت‌های واگذار شده متناسباً نسبت به آزادسازی سهام شرکت‌های واگذار شده به منظور امکان معامله این سهام از سوی صندوق‌ها، اقدام می‌نماید. مابقی واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق‌ها در مالکیت دولت باقی خواهد ماند که در چارچوب این قانون و آیین‌نامه اجرایی این فصل، توسط دولت واگذار خواهد شد.

تبصره ۴- اشخاصی که در مرحله قبلی برکه ثبت‌نام سهام عدالت دریافت کرده‌اند، جزو مشمولین سهام عدالت محسوب می‌شوند. روش و چگونگی شناسایی و ثبت‌نام سایر افراد و نحوه برخورداری آنها از سهام موضوع این قانون مطابق آیین‌نامه فصل خواهد بود. ماده ۳۵: صندوق‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت به استناد بنده ماده ۱ قانون توسعه ابزارها و نهادهای مالی جدید به منظور تسهیل اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی - مصوب ۱۳۸۸ - در قالب صندوق‌های سرمایه‌گذاری که واحدهای سرمایه‌گذاری آنها در بورس یا بازارهای خارج از بورس قابل معامله باشند، تشکیل می‌شوند. این صندوق‌ها

کارگزار بازار سرمایه عنوان کرد
تداوم روند مثبت بازار سرمایه
در سال ۹۷

اگر عوامل اقتصادی و سیاسی تغییر جدی نداشته باشند شاخص بورس در سال آینده نیز به‌طور ذاتی می‌تواند روند مثبت را ادامه دهد و این مسیر خوبی است. مصطفی حقیقی مهمانداری، مدیرعامل شرکت کارگزاری آبان در گفت‌وگو با پایگاه اطلاع‌رسانی بازار سرمایه (سنا) در خصوص ارزیابی عملکرد بازار سرمایه در سال جاری گفت: امسال برای سرمایه‌گذاران بازار سرمایه سال خوبی بود. وی با اشاره به اینکه روند مثبت حرکت بازار سرمایه و رشد قیمت‌ها در شاخص متبلور شد، اظهار داشت: رشد شاخص نشان‌دهنده شرایط خوب بازار سرمایه است.

این کارشناس بازار سرمایه با تأکید بر اینکه صنایع مختلف به علل متعدد شرایط خاص خودشان را داشتند، افزود: در سال ۹۶ مجموع بازار و روند کلی آن مثبت بود.

وی درباره عواملی که باعث شد بازار در مسیر صعود قرار بگیرد، گفت: تولید، تجارت و اقتصاد وابستگی نزدیکی به هم دارند. در سال ۹۶ خوشبختانه ثبات نسبی در شرایط سیاسی و اقتصادی کشور حاکم شد و با توجه به حاکمیت نسبی ثبات در اقتصاد و سیاست اکثر فعالیت‌های صنایع نتیجه مثبتی داشت بر همین اساس زمانی که صنایع شرایط مثبتی را تجربه می‌کنند، سوددهی هم مثبت می‌شود و در نتیجه رونق صنایع باعث افزایش سود و به تبع آن افزایش قیمت سهام و رشد شاخص بورس شد.

حقیقی مهمانداری با اظهار امیدواری به اینکه این شرایط مثبت در سال آینده نیز ادامه دار باشد درباره نوسان‌های بازار ارز در سال جاری گفت: قیمت ارز در ماه‌های اخیر مشکلاتی را ایجاد کرد. موضوع ارز برای کشور بسیار جدی است و دولت و بانک مرکزی تلاش می‌کنند تا این بازار را به شرایط عادی برگردانند.

عضو شورای عالی بورس، موضوع نوسان‌های بازار ارز و تأثیر آن بر بازار سرمایه و به‌طور کلی اقتصاد کشور را کوتاه‌مدت دانست و اظهار داشت: عوامل متعددی از مسائل اقتصادی تا سیاسی در روند قیمت ارز دخالت دارند که به‌طور دائم باید مطالعه و بررسی شود. وی با تأکید بر اینکه علت این همه نوسان ارز را باید ریشه‌یابی کرد، افزود: پس از ریشه‌یابی علل چنین نوسان‌هایی در بازار، دولت و بانک مرکزی وظیفه دارند این مشکل را برطرف کنند.

اصلاحیه آگهی مناقصه عمومی (فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه گران) شماره ۹۶/۲۹

شماره مجوز: ۱۳۹۶/۵۶۳۸

موارد اصلاحی به شرح ذیل اعلام می‌گردد.

۱- مبلغ برآورد از مبلغ ۲۲/۹۸۴/۶۳۳/۱۹۳ ریال (بیست و دو میلیارد و نهصد و هشتاد و چهار میلیون و ششصد و سی و سه هزار و یکصد و نود و سه ریال) به مبلغ ۱۷/۳۶۷/۳۶۴/۱۰۲ ریال (هفده میلیارد و سیصد و شصت و هفت میلیون و سیصد و شصت و چهار هزار و یکصد و دو ریال) اصلاح می‌گردد.

۲- مبلغ تضمینی از مبلغ ۱/۱۴۹/۲۴۰/۰۰۰ ریال (یک میلیارد و چهار صد و نود و چهار میلیون و دویست و چهار هزار ریال) به مبلغ ۸۶۸/۴۰۰/۰۰۰ ریال (هشتصد و هشت میلیون و چهارصد هزار ریال) اصلاح می‌گردد.

روابط عمومی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد

فراخوان عمومی یک مرحله ای تجدید مناقصه نوبت اول پروژه تکمیل استادیوم جاجرم (خرید، حمل و تخلیه و نصب چمن مصنوعی به همراه زیرسازی)

اداره کل ورزش و جوانان خراسان شمالی در نظر دارد مناقصه عمومی پروژه تکمیل استادیوم جاجرم (خرید، حمل و تخلیه و نصب چمن مصنوعی به همراه زیرسازی) 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 سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس 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. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۹۶/۱۱/۱۶ می باشد.

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۹ روز سه شنبه تاریخ ۹۶/۱۲/۱۴

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۸ روز شنبه تاریخ ۹۶/۱۲/۲۶

زمان بازگشایی پاکت‌ها: ساعت ۱۰ روز شنبه تاریخ ۹۶/۱۲/۲۶

اطلاعات تماس مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت‌های الف: آدرس: کمربندی مدرس مدرس ۴۹ اداره کل ورزش و جوانان خراسان شمالی تلفن: ۰۵۸۳۲۲۲۶۸۲

شناسه آگهی: ۱۴۹۱۶۸

واحدفنی و مهندسی - امور پیمان و قراردادها

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۶/۱۲/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۱۲/۱۰



اختصاص تسهیلات ارزی ۳.۵ درصد به صادرکنندگان

مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات ایران گفت نرخ سود تسهیلات ارزی صندوق ضمانت صادرات برای صادرکنندگان به ۳.۵درصد کاهش پیدا کرده است.

به گزارش تسنیم، سیدکمال سیدعلی در مراسم تجلیل از صادرکنندگان برتر استان البرز با اشاره به تراز مثبت صادراتی کشور و لزوم توسعه صادرات غیرنفتی اظهار داشت: سال ۸۰ حدود ۳.۵ میلیارد دلار صادرات داشتیم و امسال آمار صادرات ما بالاتر از ۴۵ میلیارد دلار و از سال گذشته هم بیشتر خواهد شد و باید بیشتر روی صادرات غیرنفتی کار کرد. وی افزود: باید به ابزار صادرات، زیرساخت‌ها و امکاناتی که در کشور وجود دارد توجه شود چرا که



صادرات، موتور محرکه اقتصاد کلان است و بدون آن نمی‌توان اشتغال ایجاد کرد و از رکود خارج شد. سیدعلی اظهار داشت: درخصوص صادرات باید دید دنیا چکار کرده است؛ بعد از جنگ جهانی شاهد شکل‌گیری موسسه‌های بیمه اعتباری دنیا بوده‌ایم، به‌نحوی که تا امروز ۱۰۳ کشور در دنیا موسسه بیمه اعتباری ایجاد کرده‌اند. وی افزود: دولت امروز زیرساخت‌های صادرات را در کشور ایجاد کرده و علاوه بر افزایش سرمایه صندوق، کاهش نرخ کارمزدها تا ۸درصد صورت گرفته تا جایی که بیمه‌نامه‌ها ۹ برابر شده است. سیدعلی با اشاره به کاهش نرخ سود تسهیلات بانکی به صادرکنندگان افزود: در دولت نرخ سود تسهیلات صادرکنندگان به ۳.۵درصد ارزی تقلیل پیدا کرده است و این خود حمایت از صادرکنندگان به‌شمار می‌رود. سیدعلی گفت: فرهنگ بیمه‌ای باید به‌نحوی گسترش پیدا کند که صادرکننده با بیمه صادراتی کار کند؛ این صندوق هم‌اکنون ۹۹درصد ارزش کالای صادراتی را تضمین می‌کند. وی با اشاره به دیگر خدماتی که صندوق ضمانت صادرات ایران ارائه می‌دهد، عنوان کرد: امروز براساس اسم و مشخصات خریداران اطلاعات کامل مشتری، ترنول مالی و... در اختیار صادرکننده قرار می‌گیرد و سقف اعتباری را نیز مشخص می‌کنیم تا اگر بدون اسناد وصولی صادرات صورت می‌گیرد، این اقدام در چارچوب سقف اعتباری خریداران خارجی و پوشش بیمه‌ای صندوق صادرات صورت گیرد.

کاهش صادرات میعانات ایران به نفع استرالیایی‌ها تمام می‌شود؟



کاهش عرضه میعانات ایران ممکن است به نفع تولیدکنندگان نفت فوق سبک استرالیا شود زیرا پالایشگاه‌ها و شرکت‌های پتروشیمی کره‌جنوبی برای جبران کاهش صادرات تهران در ماه‌های اخیر، توجه خود را به اقیانوسیه معطوف کرده‌اند.

به گزارش ایسنا، پلاتس به نقل از منابع بازرگانی نوشت: شرکت «هانوا» توتال پتروکمیکال» کره‌جنوبی که یکی از بزرگ‌ترین خریداران میعانات در آسیا است، اخیراً یک محموله به میزان ۶۵۰هزار بشکه میعانات «نورت وست شلف» استرالیا برای بارگیری در مارس از میتسویی خریداری کرده است. صحبت‌های بازار همچنین نشان می‌دهد یک پالایشگاه کره‌ای ۲۰۰ هزار بشکه میعانات پلوتوی استرالیا را برای بارگیری در نیمه دوم مارس خریداری کرده است.

پیش از دوره معاملات مارس، خریداران کره‌جنوبی تا حدود زیادی در بازار محموله‌های تک اقیانوسیه غیرفعال بودند و عمده عرضه ماهانه میعانات از استرالیا توسط شرکت انرژی دولتی «پرتامیناسی» اندونزی برای فرآوری در مجتمع پتروشیمی «ترانس پاسیفیک پتروکمیکال اندینوتا» در تویان خریداری می‌شد.

به گفته معامله‌گران نفت شیرین آسیا، رشد اخیر علاقه کره‌جنوبی برای گردهمایی نفت فوق سبک استرالیا مایه

تعجب نیست، زیرا پالایش داخلی رو به رشد ایران در ماه‌های اخیر به کاهش صادرات میعانات پارس جنوبی به شمال شرقی آسیا منجر شده است.

به گفته معامله‌گر یک شرکت ژاپنی، قراردادهای فروس میعانات پارس جنوبی برای سال ۲۰۱۸ کمتر از حجم فروش سال ۲۰۱۷ است. این موضوع با توجه به فعالیت واحدهای جدید اسپلیتر میعانات ایران قابل پیش‌بینی بود.

پیش از این پلاتس گزارش داده بود که پالایشگاه میعانات ستاره خلیج‌فارس در ۱۴ فوریه فاز دوم خود را آغاز کرده و تولید بنزین پرورده را شروع کرده است. یک پالایشگاه شامل سه فاز است که هر یک ۱۲۰ هزار بشکه در روز می‌تواند گازی یا نفت فوق سبک را فرآوری خواهد کرد.

منابع آگاه در شرکت ملی نفت ایران به پلاتس اظهار کرده‌اند که این شرکت فروش قراردادی ماهانه میعانات پارس جنوبی به مصرف‌کنندگان آسیایی را زمانی‌که فاز دوم این پالایشگاه با ظرفیت کامل خود فعالیت کند، احتمالاً کاهش خواهد داد. فعالیت فاز دوم با ظرفیت کامل زمان می‌برد، اما طبیعتاً صادرات میعانات پارس جنوبی کاهش پیدا خواهد کرد.

کاهش واردات از ایران و افزایش واردات از استرالیا
طبق آمار شرکت ملی نفت کره،

واردات نفت خام و میعانات کره‌جنوبی از ایران در ژانویه بر مبنای سال به سال ۴۷درصد و بر مبنای ماه به ماه ۱۰درصد کاهش یافت که منعکس‌کننده تقاضای داخلی روبه‌رشد برای خوراک میعانات در ایران است.

واردات این کشور از ایران از اواخر سه ماهه سوم سال میلادی گذشته کاهش ماهانه مستمری داشته است. طبق آمار رسمی، کره‌جنوبی در سپتامبر ۲۰۱۷ به میزان ۱۵.۱۲ میلیون بشکه از ایران واردات داشت درحالی‌که میزان وارداتش در اکتبر به ۱۳.۲۳ میلیون بشکه، در نوامبر به ۱۰.۲۷ میلیون بشکه و در دسامبر به ۸.۷۱ میلیون بشکه رسید.

از سوی دیگر، سومین مصرف‌کننده بزرگ نفت آسیا در ماه‌های اخیر خرید خود از اقیانوسیه را افزایش داده و در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۷ مجموعاً ۳.۷۹ میلیون بشکه نفت و میعانات استرالیا را خریداری کرد که تقریباً سه برابر بالاتر از ۱.۳۱ میلیون بشکه‌ای بود که در سه ماهه سوم سال میلادی گذشته وارد کرده بود.

به گفته مدیر بازرگانی یک شرکت پالایش کره‌جنوبی، جدا از قطر، استرالیا بهترین منبع تأمین بعدی میعانات خواهد بود، بنابراین روند اخیر کاملاً منطقی به نظر می‌رسد. بسیاری از کاربران نهایی آسیایی مشتاقانه منتظر نخستین فروش تجاری میعانات میدان

کشاورزان همچنان چشم به راه اعلام

نرخ‌های خرید تضمینی محصولات

ایمانی ادامه داد: با وجود جدال بخش خصوصی، وزارت جهاد کشاورزی و مجلس شورای اسلامی به عنوان قانونگذار بر سر تأخیر در اعلام نرخ خرید تضمینی، اتفاق خاصی در این زمینه رخ نداده است.

رئیس بنیاد توانمندسازی گندمکاران با اشاره به اینکه زمزمه ثبات نرخ خرید تضمینی گندم با واکنش شدید کشاورزان روبه‌رو است، بیان کرد: براساس قانون خرید تضمینی، هم‌سأله نرخ خرید محصولات بر حسب هزینه‌های تولید و تورم باید افزایش یابد و تأخیر در اعلام نرخ و افزایش‌ندادن آن براساس قانون مطالبه قانونی کشاورزان است که با وجود پیگیری‌های مکرر تاکنون به جایی نرسیده است. به گفته وی، در دولت‌های گذشته سابقه تأخیر در اعلام نرخ خرید تضمینی و اعلام نرخ‌های جدید در زمان برداشت محصول وجود داشت که امسال به نظر می‌رسد این موضوع مجدداً تکرار شود.

رئیس بنیاد توانمندسازی گندمکاران با اشاره به اینکه تأخیر در اعلام نرخ خرید در میزان تولید محصول تأثیر بسزایی دارد، گفت: با وجود افزایش هزینه‌های تولید و تورم ۸درصدی، بدیهی است که در صورت ثبات نرخ خرید تضمینی گندم، کشاورزان غیر کارشناسی گمرکی، بلاخره واحد تولیدی تصمیم گرفت درخواست خود را برای بازگرداندن تعرفه به همان میزان قبلی ارائه دهد که این درخواست با موافقت دولت روبه‌رو شد. مقدم خاطر نشان کرد: قرار است در کتاب تعرفه و مقررات گمرک سال ۱۳۹۷، این تغییرات اعمال شود؛ به دلیل اینکه تنها ذی‌نفع و متولی تولید لپ‌تاپ در کشور یک واحد تولیدی بوده است، به همین دلیل درخواست کاهش تعرفه از سوی این تولیدکننده با موافقت روبه‌رو شده است. وی گفت: عدم حمایت اصولی و تخصصی از این واحد تولیدی منجر به تعدیل نیرو می‌شود.

با توجه به آنکه به ماه پایانی زمستان رسیدیم، اما هنوز نرخ خرید تضمینی محصولات کشاورزی برای سال زراعی ۹۶-۹۷ اعلام نشده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، داستان تکراری و مهم اعلام قیمت تضمینی گندم هر ساله در ابتدای سال زراعی جدید مطرح می‌شود که امسال با توجه به آنکه به ماه پایانی زمستان رسیدیم، اما هنوز نرخ خرید تضمینی محصولات کشاورزی برای سال زراعی ۹۶-۹۷ اعلام نشده است که مستولان بارها بر این نکته تأکید کردند که این امر می‌تواند دلسردی کشاورزان و واردات مجدد گندم را به همراه داشته باشد. براساس تبصره قانون خرید محصولات اساسی کشاورزی دولت موظف است نرخ خرید محصولات کشاورزی را پیش از شروع فصل زراعی به گونه‌ای تعیین کند که از میزان تورم اعلام‌شده از سوی بانک مرکزی کمتر نباشد تا انگیزه کشاورزان به کشت و کار افزایش یابد.

این درحالی است که از شروع سال زراعی اخیساری مبنی بر افزایش ندادن نرخ خرید تضمینی گندم بارها به گوش رسید که این امر نگرانی‌های متعددی برای جامعه کشاورزی دربر داشته است، چراکه با وجود افزایش هزینه‌های تولید، کمترین سود عایدشان نمی‌شود.

علیقلی ایمانی، رئیس بنیاد توانمندسازی گندمکاران در خیرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی با انتقاد از تأخیر در اعلام نرخ خرید تضمینی گندم اظهار کرد: با گذشت شش ماه از آغاز سال زراعی جدید، هنوز نرخ خرید تضمینی محصولات کشاورزی از جمله گندم اعلام نشده است. به گفته وی، با توجه به آنکه مسئولان زمان اعلام نرخ خرید تضمینی گندم برای سال زراعی جدید را اعلام نکرده‌اند، چشم‌انداز روشنی پیش رو نیست.

آگهی حصر وراثت
خاتم مریم الهه کس کجه فرزند قدرت الهه دارای شناسنامه شماره ۴۴۶۰۰۶۳۹۶ به شرح دادخواست به کلاسه ۵۰-۹۶-۲۹۹۱۰۵۰ از این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شانروان ماه بانو بهزادی فرزند بزروشناسنامه ۴۲۲۱ در تاریخ ۱۱/۱۲/۹۶۱۱ فوتگه دائمی خود را بدو روز زندگی گفته ورثه حین القوت آن مرحوم منحصر است به: ۱- متقانی با مشخصات فوق الذر دختر متوفی ۲- فاطمه الهه کس کجه فرزند قدرت الهه ش ش ۱۷۳۴۴۸-۲۴۶۰ صادره از گیسران دختر متوفی ۳- ایران حسری کجه فرزند فرهاد ش ش ۱۶ صادره از شیراز مادر متوفی انک با انجام تشریفات مقدماتی در خواست مزبور را در یک نوبت تأیید می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی طرف یک ماه به شورا تقدیم دارد ولا گواهی صادر خواهد شد.
شورای حل اختلاف شماره ۲ گیسران حاج محمدی

دادنامه
خواهان: حمیدعلی نژادادرس؛ رباط کریم پاساژ قائم پ ۳۱ خولده؛ علی فاضل سهاک جلالی ادرس؛ مجهول امکان خواسته: مطالبه طلب، دادرسی گردشکار؛ پس از وصول و ثبت پرونده به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی قضی شورا ختم رسیدگی را اعلام و مدارت به صدور رای می نمایند رای شورا: در خصوص دعوی آقای حمید علی نژاد به طرفیت خولده علی فاضل سهاک جلالی به خواسته مطالبه طلب یک فقره چک به شماره ۹۶۲۴۶۵ به مبلغ ۲۰۱۰۰۰۰۰۰ ریال مهیده بانک سیه بلار دشت با احتساب هزینه دادرسی و خسارت تأخیر تادیه از تاریخ صدور رای لغایت اجرای حکم تقدیمی از ناحیه خواهان دالات بر استنقرار دین به میزان خواسته در عهده خوانده داشته وبقا اصول مستندات مذکور در بد مدعی دالات بر بقا دین و اشتغال دمه خوانده و استحقاق خواهان در مطالبه وجه آن را دارد لذا چون خوانده دفاعی در قبیل دعوی مطروحه معمول نداشتته و دلیلی بر برالت دمه خود قائمه و ارائه نکرده است مستندا به ماده ۱۹۸ قانون آیین دادرسی مدنی مصوب ۱۳۷۹ دعوی مطروحه را وارد و ثابت دانسته و حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۱۳۲۰۰۰۰۰۰ ریال به نضمام و با احتساب هزینه دادرسی در حق خواند صادر و اعلام مینماید رای صادره غیابی است. ظرف ۲۰ روز پس از ابلاغ قابل واخواهی و تجدیدنظر در دادگاه رباط کریم می باشد.
قاسی شعبه سوم شورای حل اختلاف مرکزی رباط کریم

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمانت به آقای هوشنگ هوشنگ پیزادپور فرزند قاسم

خواهان آقای سعید شکری دادخواستی به طرفیت خولده آقای هوشنگ پیزادپور به خواسته مطالبه وجه دو فقره چک به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰/۱۰۰۰۰۰ ریال/ خسارت تأخیر تادیه و مطالبه خسارت دادرسی مطرح که به این شعبه از جاز و به شماره پرونده کلاسه ۰۰۱۲۰۰۷۷-۹۶۰۹۹۸۰۰۰۱۰۵ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی عدالت تهران ثبت و وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۷/۰۱/۲۰ ساعت ۱۲:۴۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۲۴ قانون آئین دادرسی مدنی به علت مجهول امکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کنترالانتشار آگهی می گردد تا خوانده طرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نثانی کامل خود نسخه نثانی دادخواست و ضمانت را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.
رئیس شعبه ۱۰۵ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی عدالت تهران

دادنامه
خواهان: حمید علی نژادادرس؛ رباط کریم پاساژ قائم پ ۳۱ خولده؛ جلال کلمبیز ادرس؛ مجهول امکان خواسته: مطالبه وجه چک به مبلغ ۱۳۲۰۰۰۰۰۰ ریال بقضام خسارت تأخیر تادیه و هزینه دادرسی گردشکار؛ پس از وصول و ثبت پرونده به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی قضی شورا ختم رسیدگی را اعلام و مدارت به صدور رای می نمایند رای شورا: در خصوص دعوی مدعی علی نژاد به طرفیت جت کلمبیز به خواسته مطالبه طلب یک فقره چک به مبلغ ۱۳۲۰۰۰۰۰۰ ریال بانک تجارت شعبه شیخ جاسی با احتساب هزینه دادرسی و خسارت تأخیر تادیه از تاریخ صدور چک لغایت اجرای حکم تقدیمی از ناحیه خواهان دالات بر استنقرار دین به میزان خواسته در عهده خوانده داشته وبقا اصول مستندات مذکور در بد مدعی دالات بر بقا دین و اشتغال دمه خوانده و استحقاق خواهان در مطالبه وجه آن را دارد لذا چون خوانده دفاعی در قبیل دعوی مطروحه معمول نداشتته و دلیلی بر برالت دمه خود قائمه و ارائه نکرده است مستندا به ماده ۱۹۸ قانون آیین دادرسی مدنی مصوب ۱۳۷۹ دعوی مطروحه را وارد و ثابت دانسته و حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۱۳۲۰۰۰۰۰۰ ریال به نضمام و با احتساب هزینه دادرسی در حق خواند صادر و اعلام مینماید رای صادره غیابی است. ظرف ۲۰ روز پس از ابلاغ قابل واخواهی و تجدیدنظر در دادگاه رباط کریم می باشد.
قاسی شعبه سوم شورای حل اختلاف مرکزی رباط کریم

آگهی ماده ۳
برای رای شماره ۲۰۱۲۲۰۰۲۴۰۰۱۴۶۰۰۰۱۳۹۶۶ مورخ ۹۶/۱۱/۱۱ هیات اول موضوع قانون تکلیف وضعت ثبتی از انیسواستخامتهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد نسبی حوزه ثبت مینارستان تصرفات مالکانه بلا مکتوب تصانعی آقای رضا دهقلی دامغانی فرزند عشقعلی به ش ش ۱۶۵۸ صادره از هنرشود در شدنگکلیک که بقا قلمه زمین با بنای ادحاتی در آن به مساحت ۳۲/۱۵۷ متر مربع در قسمتی از پلاک شماره ۱۲۸ فرعی از ۱۴۹ اصلی واقع در حوزه ثبتی شهرستان بهارستان خریداری از مالک رسمی آقای محمد رضا غلامی محرز گردیده لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که شخصی با اشخاصی نسبت صدور سند مالکیت متقانی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم ورسید اخذ نمایند تا به دادگاه صالحه اجاه و اقدامات مذکور به ارائه حکم قطعی دادگاه گردد بدیهی است در صورت نقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد و در هر حال صدور سند مالکیت جدید مابغ از مراجعه مستمر به دادگاه نخواهد بود.
رئیس اداره ثبت و اسناد و املاک بهارستان: علیدین نوری شیرازی
تاریخ نشر اول: ۹۶/۱۲/۱۹ تا ۹۶/۱۲/۲۴ م: الف: ۷۵۲

آگهی احضار متهم
ش پرونده ۰۰۶۳۵-۱۶۷۱۰۱۶۷۱۰۰۰۰۶۳۴-۹۶-۹۹۸۰۱۶۷۱۰۱۶۷۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ش پایگانی: ۹۶۰۸۲۰ و ۹۶۰۸۲۱ / بدینوسیله به آقای مرتضی باقرزاده فرزند رحیم که به اتهام ضرب و جرح عمدی و تهدید با چاقو موضوع شکایت مهین شوردی کوهی فرزند ادحعلی تحت پرونده کلاسه ۰۰۱۲۰۰۷۷-۹۶۰۹۹۸۰۰۰۱۰۵ درابن دادبازی تحت تعقیب قرار گرفته است و ابلاغ احضاریه به وی به واسطه عدم شناسایی نامبرده امکان پذیر نشده است باشر آگهی در یکی از روزنامه های محلی رسمی برای یک نوبت احضار می گردد ظرف سی روز پس از درج آگهی در روزنامه جهت دفاع از اتهام اتنسلی در شعبه چهارم دادبازی دادرسی عمومی و انقلاب گرگان حاضر شوند درصورت عدم حضور طبق مقررات غیبا رسیدگی و اتخاذ تصمیم خواهد شد.
سید امیر خشک دانن- دادبار شعبه چهارم دادرسی عمومی و انقلاب گرگان

مقاومت عجیب دولت مقابل رأی دیوان عدالت اداری

رئیس اتحادیه صنف نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودروی تهران با بیان اینکه به دلیل مخالف بودن نظرات دولت و دیوان عدالت اداری درباره تعرفه واردات خودرو، بازار پلاتکلیف است، خواستار تعیین تکلیف در این رابطه شد.

به گزارش کارپرس، سعید مومنی گفت: شاهد اتفاق عجیبی در حوزه واردات خودرو هستیم. از یک سو دولت تعرفه‌های واردات این محصول را افزایش داده و از سوی دیگر دیوان عدالت اداری خواستار توقف اجرای مصوبه دولت در افزایش تعرفه‌ها شده است.

وی با بیان اینکه طبق آنچه در رسانه‌ها عنوان شده هم دولت و هم دیوان عدالت اداری بر نظر و رأی خود مصمم هستند، خاطرنشان کرد: به همین دلیل شاهدیم که از یک سو دیوان عدالت اداری تأکید می‌کند که تعرفه واردات خودرو باید کاهش یابد و از سوی دیگر دولت می‌گوید که مصوبه مربوط به افزایش تعرفه واردات خودرو اجرایی می‌شود.

رئیس اتحادیه صنف نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودروی تهران ادامه داد: اینکه هم دیوان عدالت اداری و هم دولت بر نظر خود مصر هستند باعث پلاتکلیفی در بازار خودرو شده است، به گونه‌ای که اگرچه دولت به عنوان مسئول اجرای تعرفه‌ها همچنان تعرفه‌های جدید و افزایش یافته را اعمال می‌کند اما دیوان عدالت اداری نیز تأکید می‌کند که تعرفه‌ها باید کاهش یابد و اجرای تعرفه‌های جدید تخلف است.

وی افزود: حدود شش ماه طول می‌کشد تا رأی نهایی دیوان عدالت اداری در این رابطه صادر شود و همچنان شاهد ادامه پلاتکلیفی در بازار خودرو خواهیم بود، بنابراین امیدواریم نهادهای مسئول در دولت و دیوان عدالت اداری هرچه زودتر این ابهام و پلاتکلیفی را برطرف کنند.

مومنی با بیان اینکه بهتر است طبق رأی اولیه دیوان عدالت اداری، تعرفه واردات خودرو کاهش یابد تا حکم نهایی در این رابطه صادر شود، تصریح کرد: با افزایش تعرفه‌ها هم‌اکنون فاصله قیمت خودرو در بازارهای جهانی با بازار داخل به شدت افزایش یافته که این موضوع به ضرر مصرف‌کنندگان است.

حدود یک ماه پیش حکم اولیه دیوان عدالت اداری مبنی بر متوقف شدن اجرای مصوبه اخیر دولت در زمینه افزایش تعرفه واردات خودرو منتشر شد. طبق این حکم باید تا زمان رسیدگی نهایی دیوان عدالت اداری، افزایش تعرفه واردات خودرو متوقف شود و تعرفه‌ها به نرخ‌های سابق بازگردند. با این حال دولت نظر دیوان عدالت اداری در این رابطه را رد کرده و مقامات مسئول در وزارت صنعت، معدن و تجارت تأکید می‌کنند که مصوبه دولت در زمینه افزایش تعرفه واردات خودرو لازم‌الاجرا بوده و تغییری در تعرفه‌های فعلی واردات خودرو صورت نمی‌گیرد.

بنزین سال ۹۷ گران نمی‌شود

عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی با اشاره به مصوبه مجلس تأکید کرد که سال آینده قیمت حامل‌های انرژی افزایش پیدا نمی‌کند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، علی بختیار با اتمام بررسی لایحه بودجه سال ۹۷ در صحن علنی به سرنوشته حامل‌های انرژی در سال آینده اشاره کرد و گفت: در زمان بررسی لایحه بودجه در کمیسیون‌ها، کمیسیون انرژی مجلس بر ثبات قیمت‌ها تأکید داشت به همین جهت با گرانی حامل‌های انرژی در سال آینده مخالفت کرد.

عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی ادامه داد: در کمیسیون تلفیق نیز با دیدگاه ثبات قیمت حامل‌های انرژی پیشنهاد دولت برای گرانی بنزین رد و موضوع نیز در صحن علنی با موافقت نمایندگان روبه‌رو شد.

نماینده مردم گلپایگان در مجلس دهم شورای اسلامی با بیان اینکه نمایندگان با اعتقاد به ثبات اقتصادی در کشور با گرانی بنزین مخالفت کرده‌اند، بیان داشت: به جهت تأکید نمایندگان به این امر با پیشنهاد گرانی بنزین در سال آینده با جدیت مخالفت شد چرا که تلاش داریم با ثبات قیمت‌ها از وضعیت پرتلاطم اقتصادی که حاکم بر کشور است خارج شویم.

وی با بیان اینکه قانون برنامه ششم و بودجه سنواری با نگاه ثبات اقتصادی طراحی شده است، گفت: البته با تلاطم اقتصادی و عدم افزایش قیمت حامل‌های انرژی بودجه‌نویسی نیز کار مشکلی است، چراکه باید جایگزین مناسبی برای منابع درآمدی حامل‌های انرژی در نظر گرفته می‌شد تا به اشتغال در زمینه دانش‌بنیان، بودجه جاری کشور و تملک دارایی‌ها آسیمی وارد نشود.

نماینده مردم گلپایگان در مجلس دهم در ادامه با بیان اینکه با ثبات قیمت حامل‌های انرژی آرامش در بازار ایجاد شده است، گفت: با این حال به دلیل ارائه لایحه دولت و گرانی مردم و فعالان اقتصادی از این موضوع که مجلس لایحه دولت را مصوب می‌کند، شاهد تلاطم در موقعیت ارز و بازار بودیم و نارضایتی‌هایی در جامعه شکل گرفت.

افت قیمت در بازار خودروهای وارداتی

بامو X4 رکورددار کاهش قیمت



نکرده است.

او افزود: بسته شدن سایت ثبت سفارش خودرو منجر به یک جهش ناگهانی در قیمت‌ها شد و قیمت خودروهای وارداتی به یک باره افزایش یافت اما با توجه به این که این قیمت‌ها غیرواقعی بود، تقاضا برای خودرو کاهش یافت و این امر موجب رکود در بازار شد.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران ائومبیل تصریح کرد: در حال حاضر به دلیل رکود در بازار،

برخی از مدل‌های خودروهای وارداتی زیر قیمت نمایندگی به فروش می‌رسند و برخی مدل‌های خاص حتی به میزان ۲۰۰ تا ۲۰۰ میلیون با کاهش قیمت مواجه شدند.

او به ثبات قیمت خودروهای داخلی نیز اشاره کرد و گفت: در خودروهای داخلی نیز شاهد ثبات در قیمت‌ها هستیم و حتی برخی خودروها در بازار به قیمت کمتر از نمایندگی به فروش می‌رسند.

به گفته مومنی، کاهش تقاضا

و رکود در بازار موجب ثبات قیمت خودرو و کاهش قیمت در برخی از مدل‌ها شده است. او افزود به عنوان مثال سوناتا هیبریدی ۲۰۱۷ هفته گذشته به قیمت ۲۱۰ میلیون قیمت داشت که در حال حاضر نیز به همان قیمت به فروش می‌رسد. همچنین سوناتا با کاهش پنج میلیون تومانی به قیمت ۳۱۰ میلیون و سراتو با ثبات قیمت به نرخ ۱۹۳ میلیون به فروش می‌رسد.

مومنی به این نکته نیز اشاره

کرد که لکسوس ۲۰۱۷ با کاهش ۲۰ میلیون تومانی به قیمت ۵۲۰ میلیون تومان و بامو X4 با کاهش چشمگیر قیمت از ۷۸۰ میلیون به ۶۰۰ میلیون کاهش یافته است.

او تأکید کرد: با توجه به این‌که خودرو یک کالای مصرفی است و هر کس بسته به نیاز و بودجه خود آن را تهیه می‌کند، پیش‌بینی می‌شود در یک ماه پایانی سال شاهد افزایش قیمت در بازار خودرو نباشیم.

طویل بودن صف خرید خودروهای داخلی نشان رضایت مردم نیست

به هیچ عنوان طویل بودن صف خرید خودروهای داخلی را نمی‌توان معیار و ملاک مناسبی برای تشخیص رضایت مردم دانست.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه مردم در شرایط فعلی هیچ راهی جز خرید خودروهای داخلی ندارند و با توجه به شرایط ملزم به خرید آنها هستند، گفت: آیا با توجه به این مسائل می‌توان فراوانی درخواست مردم برای خرید خودروهای

داخلی را ملاکی برای رضایت آنها دانست؟ باید به این سؤال چنین پاسخ داد و گفت که اصلاً نمی‌توان چنین چیزی را پذیرفت.

نماینده مردم اهر و خرمدره در مجلس شورای اسلامی با اشاره به اینکه باید مرزها را برای واردات خودروهای خارجی باز کرد تا مشاهده کنیم که آیا تولیدات داخل توان رقابت را دارند یا خیر، ادامه داد: در صورت واردات آزاد خودروهای خارجی شاهد می‌شویم

که به هیچ عنوان تولیدات داخلی توان رقابت‌پذیری ندارند.

این نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی در پایان با تأکید بر اینکه اگر شرایط بازار کشور برای خودروهای داخلی و خارجی به صورت برابر باشد مردم هیچ علاقه‌ای برای خرید خودروهای داخلی از خود نشان نمی‌دهند، خاطرنشان کرد: به هیچ عنوان و در هیچ کجای کشور، مردم از محصولات داخلی مانند پراید و پژو راضی نیستند.

نیاز ۱۱.۲ میلیارد دلاری برای نوسازی ناوگان سنگین

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت امروز مهم‌ترین موضوع در اجرای پروژه بزرگ نوسازی ناوگان خودروی سنگین کشور، تعیین تکلیف فاینانس مورد نیاز آن به میزان ۱۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار است که شرکای خارجی خودروسازان ایرانی آماده تأمین آن ظرف سه سال هستند.

به گزارش کارپرس، منصور معظمی گفت: ایده رئیس‌جمهوری در خصوص نوسازی ناوگان حمل و نقل سنگین کشور می‌تواند به رونق قابل توجهی در اقتصاد کشور منجر شود.

به گفته این مقام مسئول، ۲۰۲ هزار و ۵۰۰ دستگاه خودروی سنگین فرسوده مطابق این مگاپروژه قرار است طی سه سال نوسازی و جایگزین شود؛ به این منظور پس از دستور رئیس‌جمهوری ستادی در سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) تشکیل و مسئولیت اجرای این پروژه بزرگ به ایدرو سپرده شد.

وی خاطرنشان کرد: با برنامه‌ریزی ایدرو

و تقسیم‌بندی کارها، سهمیه‌ای برای خودروسازان براساس توان آنها مشخص شد که بر همین اساس مذاکره با شرکای خارجی خود را در دستور کار قرار داده‌اند. معظمی ادامه داد: با دستور رئیس‌جمهوری و موافقت وزارت نفت، مگاپروژه از طریق شرکت ملی نفت ایران مقرر شده منابع مالی مورد نیاز این پروژه به میزان ۱۲ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر تأمین شود.

رئیس هیأت عامل ایدرو با اشاره به رشد بالای صنعت خودروسازی سنگین کشور و اشتغال‌زایی با اجرایی شدن این پروژه، یادآوری کرد: صرفه‌جویی در مصرف سوخت به میزان روزانه دستکم ۹ میلیون لیتر، دیگر هدف مهم این پروژه است که مزایای زیست‌محیطی برای شهرها به‌ویژه کالاشهرها به دنبال خواهد داشت.

وی گفت: اجرایی شدن موفقیت‌آمیز این مگاپروژه در گرو کار جمعی و همکاری و هماهنگی وزارتخانه‌های کشور، راه و شهرسازی، نفت و صنعت،

معادن و تجارت است و امیدواریم تا پایان هفته جاری بتوانیم موضوع فاینانس را با بانک مرکزی نهایی کنیم.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت بیان داشت: رئیس کل بانک مرکزی در نشست اخیر با رئیس‌جمهوری، برای تأمین منابع ارزی و ریالی این پروژه اعلام آمادگی کرده و اکنون منابع ریالی ۱۷۰ هزار میلیارد ریالی آن آماده شده است.

به گفته معظمی، رئیس‌جمهوری بر نهایی شدن همکاری با شرکای خارجی خودروسازان تا پایان سال جاری و گشایش اعتبار اسنادی (ال. سی) برای تحقق پروژه تا پایان سال تأکید دارد، هرچند کاری سخت و دشوار است.

متقاضیان نگران اقساط خودروها نباشند

رئیس هیأت عامل ایدرو در پاسخ به پرسش ایرنا در خصوص ابراز نگرانی کامیون‌داران و صاحبان خودروهای سنگین فرسوده از بالا بودن مبالغ اقساط بانکی این پروژه و رکود نسبی حاکم بر بازار حمل و نقل، خاطرنشان کرد:

مخالفت سفت‌وسخت گمرک با ترخیص خودرو با ثبت‌های تمدیدی

دفتر واردات گمرک ایران در ابلاغیه‌ای به گمرکات اجرایی بر ممنوعیت ترخیص هر نوع خودرو با ثبت سفارش‌های تمدیدی از ۲۸ تیرماه به بعد تأکید کرد.

به گزارش تسنیم، در ماه‌های اخیر و همزمان با مسدود بودن سایت ثبت سفارش خودرو برای همه واردکنندگان، ابهاماتی در خصوص وقوع تخلفات در حوزه ثبت سفارش ایجاد شده که حتی دامنه آن به نامه‌نگاری رئیس گمرک به وزارت صنعت نیز کشیده شد. ابتدا کرباسیان وزیر اقتصاد از رئیس کل گمرک ایران در خصوص شرایط ورود ۵۰۰۰ خودرو به گمرکات سؤالاتی را مطرح کرد، سپس رئیس گمرک در پاسخ به پرسش خبرنگاران درباره ابهامات واردات خودرو از نامه‌نگاری خود با سازمان توسعه تجارت وزارت صنعت در خصوص ثبت سفارش‌های جعلی و ابهامات ایجادشده خبر داد.

چندی قبیل نیز مرکز حراست وزارت صنعت از افزایش پیگیری‌ها در خصوص واردات خودرو خبر داده بود. در اطلاعیه این مرکز آمده: تمامی خودروهایی که در زمان ممنوعیت واردات خودرو (از ۸ تیرماه ۹۶) از مبادی غیرقانونی و با روش‌های نامتعارف ثبت سفارش شده‌اند (اعم از خودروهایی که وارد کشور شده یا در گمرکات کشور موجود هستند)، شناسایی شده و براساس قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز به مراجع ذی‌ربط برای برخورد با متخلفان منعکس شده است.

حالا بر اساس نامه دفتر واردات گمرک ایران به گمرکات اجرایی، محدودیت جدیدی برای ترخیص خودروهایی که ثبت سفارش آنها از تاریخ ۲۸ تیر ماه به بعد بوده ایجاد شده است. در ابلاغیه دفتر واردات گمرک آمده است: «گمرکات اجرایی از ترخیص خودروهایی که ثبت سفارش آنها ۲۸ تیر ماه به بعد صادر شده‌اند خودداری و مراتب را به این مرکز اطلاع دهند. همچنین این عدم ترخیص‌ها شامل تمدیدیه ثبت سفارش از تاریخ مذکور به بعد نیز می‌باشد.»

گفتنی است قاعدتاً این دستورالعمل شامل خودروهایی که بعد از بازگشایی سایت ثبت سفارش و دستورالعمل جدید دولت در دی ماه امسال ثبت سفارش شده‌اند نمی‌شود.

اخیراً پیش‌نویس دستورالعملی منتشر شد که نشان می‌داد تحرکاتی برای ترخیص خودروهای در گمرک مانده در حال انجام است. به‌نظر می‌رسد با عملی شدن این رویه و تصویب پیش‌نویس مذکور قبل از تعیین تکلیف کامل تخلفات، فضا برای عدم پیگیری کامل تخلفات رخ‌داده در ترخیص خودروهایی که به‌زعم مرکز حراست وزارت صنعت با روش‌های غیرمتعارف ثبت سفارش شده‌اند ایجاد می‌شود.

صنعت قطعه‌سازی هویت‌دهنده

صنعت خودروسازی کشور است

مدیرعامل شرکت سازه‌گستر سایپا تقویت صنعت قطعه‌سازی را مهم برشمرد و گفت به لطف خدا شرکت سازه‌گستر در سال جاری توانست با تأمین به‌موقع خطوط تولید گروه خودروسازی سایپا رکوردهای بی‌سابقه‌ای را در گروه سایپا و صنعت خودرو رقم زند و این مهم با عزم و اراده جدی قطعه‌سازان متعهد زنجیره تأمین میسر شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، معصوم نجفیان با بیان مطلب فوق افزود: از آنجا که عرضه محصولات گروه خودروسازی سایپا در بازار داخلی و حوزه صادرات نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۶درصد افزایش پیدا کرده، می‌توان عنوان کرد که عوامل متعددی سبب ایجاد این رشد چشمگیر شده است.

وی تصریح کرد: با توجه به اینکه شرکت سازه‌گستر بزرگ‌ترین مدیریت زنجیره تأمین گروه خودروسازی سایپا را برعهده دارد، همواره شعار حمایت از تولید داخلی و تأمین قطعات از منابع داخلی را سرلوحه اقدامات قرار داده و حجم قراردادهای منعقد شده با قطعه‌سازان گویای این مطلب است.

مدیرعامل سازه‌گستر گفت: در حال حاضر تولیدکنندگان داخلی با مشکلات زیادی از قبیل رشد شتابان نرخ دلار، افزایش قیمت مواد اولیه با منشا خارجی و داخلی دست و پنجه نرم می‌کنند و ما به عنوان مدیریت زنجیره تأمین به تمام این مسائل واقف هستیم

وی تأکید کرد: به همین منظور در چند ماهه گذشته بر اساس دستور مدیریت ارشد گروه خودروسازی سایپا توافق‌نامه‌هایی با شبکه بانکی منعقد و بخشی از مطالبات شرکت‌های قطعه‌ساز پرداخت شد تا جریان تولید، اصالت و موجودیت خود را حفظ کند.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: یکی دیگر از اقدامات مهم در حمایت از صنعت قطعه‌سازی نقش آفرینی آنان در حوزه توسعه پلتفرم‌های داخلی و محصولات تولیدی مشترک با شرکای خارجی خطوط تولید است و در این زمینه شرکت سازه‌گستر از طریق برگزاری جلسات و فراخوان به قطعه‌سازان در صدد تشویق مشارکت هر چه بیشتر شرکت‌های قطعه‌ساز است و نمایشگاه دائمی از نمونه قطعات خودروهای شرکای خارجی که در حال حاضر مونتاژ داخلی می‌شود جهت ساخت داخل در محل شرکت سازه‌گستر ایجاد شد.

با حمایت مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی

فصل دوم «کافه کارآفرینی» برگزار شد

فصل دوم «کافه کارآفرینی» با حمایت مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی ۷ اسفندماه برگزار شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، «کافه کارآفرینی» رویدادی به‌منظور ارتباط صنعت و دانشگاه، انتقال تجارب کارآفرینان، آموزش مفاهیم کارآفرینی، معرفی الگوهای موفق و فرآیند شکل‌گیری کسب‌وکارهای نوپا و تسهیلات به دانشجویان و علاقه‌مندان جامعه است.

فصل دوم این رویداد، ۷ اسفندماه ۹۶ ساعت ۱۷ تا ۱۹ در دانشگاه صنعتی امیرکبیر برگزار شد. در این رویداد نژده هوانسیان (هم‌بنیانگذار و استراتژیست با ما)، علی کشفی (هم‌بنیانگذار فلاپتیو) و آرش برهمند (سردبیر و هم‌بنیانگذار ماهنامه پیوست گفت‌وگو گرد برنامه) حضور خواهند داشت.



استارت‌آپ

موانعی که موفقیت استارت‌آپ‌ها را به تعویق می‌اندازد

کارآفرینان بزرگ و موفق، خیلی زود مشکلات و چالش‌های موجود در کسب‌وکارشان را شناسایی می‌کنند و جلوی آسیب‌های ناشی از این موانع را می‌گیرند.

رت پاور، مدیر سازمان مربیگری کارآفرینان Power Coaching and Consulting که تا به حال با صدها استارت‌آپ و کارآفرین در سراسر دنیا وارد تعامل شده، معتقد است کارآفرینان در سراسر دنیا با چالش‌های زیادی مواجه هستند. به گفته او، برای تبدیل ایده‌های عالی به یک کسب‌وکار موفق، به کار سخت، تمرکز بالا، پشتکار و کمی شانس نیاز است.

کارآفرینان بزرگ همواره سعی می‌کنند از موانع زیادی که مانع پیشرفت‌شان می‌شود، گذر کنند. پاور معتقد است اگر کارآفرینان می‌خواهند کسب‌وکار خود را به موفقیت برسانند، باید از ۱۰ چالش اساسی گذر کنند:

فضای کسب‌وکار

دانش مهم‌ترین ابزار برای موفقیت کارآفرینان است. اولین گام برای موفقیت هر کارآفرین، دانش گسترده و دقیق درباره رقابت، اقتصاد کنونی و پیش‌بینی آینده آن و چگونگی تأثیر این عوامل روی صنعتی است که در آن کار می‌کنید. سرمایه‌گذاران بزرگ به دنبال مدیران هوشمند و آگاه هستند.

هویت ضعیف برند

بازاریابی نقش غیرقابل انکاری در موفقیت کسب‌وکارها دارد. از طریق بازاریابی، ویژگی و مزایای یک محصول به مشتریان معرفی می‌شود. البته یک برند قوی نیز همین کار را برایتان انجام می‌دهد. در وب سایت Business2Community آمده است: هویت سامان یافته و

قدرتمند برند و داشتن لوگویی تأثیرگذار، کمک می‌کند درک خوبی از بازار و مشتریانانتان داشته باشید و بدانید چطور سرمایه جذب شده را به کار بگیرید.

کمبود سرمایه

از هر طریقی سرمایه به دست آورید، باید برنامه‌ریزی کنید برای دو سال، سرمایه قابل اطمینانی در دست داشته باشید. این سرمایه باید از طریق یک طرح کسب‌وکار عالی، مواردی چون هزینه تست مجدد محصول، شکست فروشندگان یا معوقات غیرقابل پیش‌بینی را پوشش دهد.

عدم یادگیری درس‌های ضروری

شما باید خودتان، محصولات و خدمات جدیدتان را باور داشته باشید؛ با این حال بهتر است روی کمک چند مشاور باتجربه حساب کنید و از درس‌هایی که آنها فرا گرفته‌اند، عبرت بگیرید. سپس توصیه‌ها و نصایح آنها را در تصمیم‌گیری‌هایتان اعمال کنید.

سرمایه محافظت نشده

شاید ایده کسب‌وکار شما شامل ویژگی خاص یا پتنت‌های ارزشمندی شود. غیرقابل تصور نیست که افراد سودجو به دنبال این باشند ایده‌هایتان را به سرقت ببرند. به کمک یک حقوقدان کسب‌وکار، طرح جامع حفاظت از دارایی داشته باشید و مطمئن شوید تمام ایده‌ها، محصولات و دارایی‌هایتان را در نظر گرفته‌اید.

مشکلات و چالش‌های کارکنان

هر چند توجه زیادی به این موضوع نمی‌شود، اما اشتباهات کارکنان می‌تواند هزینه و آسیب‌های زیادی به کسب‌وکارتان بزند. کارکنان را در زمانی استخدام کنید که درک کاملی از ساختار کسب‌وکارتان به دست آورده باشید، محدودیت‌ها را به خوبی شناسایی کنید و مسئولیت‌ها را به متخصصان بدهید، انگیزه و مشوق‌های خوبی برای استخدام و حفظ کارمندان مستعد و برتر پیدا کنید.

دچار رکود شدن

خیلی از کارآفرینان وقتی با چالش‌های سخت دچار می‌شوند، از هر اقدامی ممانعت می‌کنند، باید بدانید ایستایی و اقدام نکردن ممکن است سبب از کار افتادن کسب‌وکارتان شود. عمل و اقدام است که شما را به سمت جلو می‌برد. اگر از شرایط فعلی واهمه دارید که سبب رکودتان می‌شود، جمعی از مشاوران را جمع کنید، به تجربیات آنها گوش دهید و مسیری را انتخاب کنید که شما را از بحران نجات می‌دهد.

بی‌توجهی به فرهنگ

استارت‌آپ

چه چیزی به کارمندان جدید انگیزه می‌دهد در مسیر دستیابی به اهداف قرار گیرند؟ کمی وقت بگذارید و فرهنگ سازمانی مناسبی برای کسب‌وکارتان توسعه دهید؛ فرهنگی که به شما و کارمندان‌تان انرژی و انگیزه می‌دهد تا با علاقه و اشتیاق در کنار هم کار کنید.

نداشتن هیچ رویکردی برای جذب مشتریان

مشتریان پایه را پیدا کنید و یاد بگیرید به درخواست‌های خارج از برنامه که کسب‌وکارتان را از مسیر پیشرفت بیرون می‌کند، پاسخ منفی دهید. روی اهداف اصلی کسب‌وکارتان تمرکز کنید و همواره انگیزه‌های شروع کار را به یاد داشته باشید.

عدم توجه به نشانه‌های تغییر

فکر می‌کنید تمام مراحل را به درستی انجام داده‌اید اما نتیجه مطلوب حاصل نشده است؟ بهترین راه‌حل این است یک قدم به عقب بردارید، همه چیز را دوباره ارزیابی کنید و برنسیازی جدیدی داشته باشید. موفقیت یک استارت‌آپ از راه‌های زیادی محقق می‌شود. باید به عنوان یک کارآفرین، زیرکی و هوشمندی خود را به کار بگیرید تا در بهترین مسیر موفقیت قرار بگیرید.

منبع: inc/ucan



ریچارد یو:

تنها ۳ یا ۴ شرکت در بازار گوشی هوشمند باقی خواهند ماند

هوآوی اعتقاد دارد در آینده تنها سه یا چهار شرکت توانایی فعالیت و رقابت در بازار گوشی هوشمند را خواهند داشت و دیگر برندها از این بازار خارج خواهند شد.

به گزارش زومیت، هوآوی معتقد است که صنعت گوشی هوشمند در نهایت تنها سه بازیکن بزرگ خواهد داشت که توانایی رقابت در برابر یکدیگر را دارند. ریچارد یو، مدیر اجرایی گروه تجاری مصرف‌کنندگان هوآوی در جریان نمایشگاه MWC 2018 ادعا کرد که اقتصاد صنعت گوشی هوشمند می‌تواند بسیاری از تولیدکنندگان گوشی هوشمند را از بازار خارج کند و تنها چند بازیکن اصلی در این عرصه باقی بمانند.

هوآوی در حال حاضر سومین تولیدکننده بزرگ گوشی هوشمند در جهان است و سهم آن از بازار جهانی در سه‌ماهه چهارم سال ۲۰۱۷ بیش از ۱۰ درصد بوده است. سامسونگ و اپل تنها شرکت‌هایی هستند که جلوتر از هوآوی به ترتیب در جایگاه اول و دوم بر حسب میزان فروش گوشی هوشمند در جهان قرار دارند. پشت‌سر هوآوی تعدادی از تولیدکنندگان دیگر مانند لنوو، اوپو، شیائومی، سونی، اچ‌تی‌سی و ال‌جی هستند، اما براساس گفته‌های یو، صحنه رقابت برای دیگر برندهای گوشی هوشمند پشت‌سر هوآوی تنگ‌تر و تنگ‌تر خواهد شد و این موضوع دیگر شرکت‌ها را مجبور خواهد کرد که همگی با هم از بازار گوشی هوشمند خارج شوند یا رقابت خود را به پایین‌ترین حد ممکن کاهش دهند.

یو می‌گوید: تنها سه یا چهار فروشنده از این رقابت جان سالم به در خواهند برد. کمبود منابع، آنها را مدتی در این صنعت نگاه خواهد داشت. در نهایت، تعدادی از برندهای چینی نظیر اوپو یا وان‌پلاس با حاشیه سود بسیار کم فعالیت می‌کنند که آنها را مجبور خواهد کرد تنها روی الزامات خاص در هر زمان تمرکز کنند؛ درحالی‌که شرکت‌هایی مانند هوآوی، سامسونگ و اپل به میزان زیادی روی بخش تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری خواهند کرد. علاوه بر این، اهمیت کمتر بودجه بازاریابی برندهای چینی در مقایسه با سایر برندهای جهانی سبب کاهش رقابت آنها با دیگران در آینده خواهد شد؛ درحالی‌که این موضوع به بازیکنان عمده این عرصه اجازه می‌دهد به افزایش فروش خود ادامه دهند. به همین دلیل است که یو انتظار دارد برندهای کوچک‌تر در نهایت از بازار گوشی هوشمند خارج شوند. مدیرعامل اجرایی هوآوی ادعا می‌کند که یک فروشنده ممکن است تنها با ۱۰ درصد از سهم بازار باقی بماند، اما سودآوری زمانی آغاز می‌شود که حداقل ۱۵ درصد از سهم بازار را در اختیار داشته باشد.

هنگامی که به دورنمای هوآوی نگاه می‌کنید، خوش‌بینی مدیر اجرایی این شرکت طبیعی به نظر می‌رسد. سال گذشته، کسب‌وکار گوشی هوشمند این کمپانی چینی به میزان ۳۰ درصد رشد داشته است و یو انتظار دارد امسال این شرکت حتی رشد بیشتری تجربه کند؛ انتظاری که اگر تحقق یابد این شرکت در دو سال آینده، اپل را پشت سر خواهد گذاشت. این رشد زیاد می‌تواند به دلیل افزایش رقابت در هر دو بخش گوشی هوشمند میان‌رده و پرچمدار صورت بگیرد. گوشی پرچمدار این شرکت با نام هوآوی پی ۲۰ با تمرکز زیاد روی هوش مصنوعی و عکاسی قرار است در تاریخ ۲۷ مارس عرضه شود.

حرکت به سمت شهر هوشمند از اولویت‌هاست

حمایت شهرداری از استارت‌آپ‌ها

از اولویت‌های ماست. یعنی در این حوزه‌ها با چالش مواجهیم و نیاز به ورود استارت‌آپ در این بخش‌ها داریم. قطعاً هم از آنها و ایده‌های آنها حمایت می‌کنیم.

مدیرعامل سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران ادامه داد: ما در همایش هم یک پنل ویژه گذاشتیم و استارت‌آپ‌ها را دعوت کردیم تا حرف‌ها و مسائل آنها را بشنویم و از خروجی این مطالعات برنامه‌های را ارائه بدهیم و سال آینده برنامه‌های بسیار مشخصی در این زمینه خواهیم داشت.

وی تأکید کرد: حضور این استارت‌آپ‌ها برای شهر هوشمند جدی و حیاتی است. ما ناچار به حرکت به سمت شهر هوشمند هستیم، این موضوع از اولویت‌های ماست و باید تعامل مناسب در این زمینه داشته

باشیم؛ از بخش دولتی یعنی معاونت علمی و فناوری و وزارت ارتباطات و... تعامل نزدیک در این موضوع ایجاد کردیم و برآیند تعاملات حل مشکلات شهری خواهد شد.



شهرداری تهران در گفت‌وگو با مهر درباره نقش استارت‌آپ‌ها در شهر هوشمند و جایگاه شهرداری تهران در این حوزه گفت: مسیر ظهور استارت‌آپ‌ها و حرکت آنها، مسیر پرشتابی است و آنها از الزامات شهر هوشمند هستند. در این میان نقش شهرداری‌ها قطعاً باید حمایتی باشد.

وی توضیح داد: مهم‌ترین نقشی که شهرداری می‌تواند در این حوزه داشته باشد این است که مسائل شهری را طرح کند تا هم استارت‌آپ‌ها حول مسائل جدی و به‌روز شهر، طرح پیشنهاد کنند و راهکار بدهند. ضمن اینکه با یک مدل منطقی و حداکثر ظرفیت از

آنها حمایت کند و در نهایت بتواند در بخش خروجی کسب درآمد کند. فرجود ادامه داد: همین که شهرداری مسائل کلان شهر تهران را طرح کند خودش حمایت است؛ پایداری شهری، محیط‌زیست و حمل و نقل



مدیرکل میراث فرهنگی استان تهران در دیدار با استاندار تهران خواستار حمایت از استارت آپ‌های گردشگری شد

مدیرکل میراث فرهنگی استان تهران در دیدار با استاندار تهران خواستار حمایت از اجرای طرح‌های استارت‌آپی در حوزه گردشگری و عرضه تولیدات هنرمندان صنایع دستی شد. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از روابط عمومی اداره کل میراث فرهنگی تهران، محید مهدوی گفت: بخشی از مشکلات در حوزه صنایع دستی و گردشگری عرضه محصولات است که با حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در ایجاد استارت‌آپ‌های خلاق، عرضه محصولات برای گردشگران داخلی و خارجی و حتی بازارهای دور دست اروپایی فراهم می‌شود. مدیرکل میراث فرهنگی استان تهران با اظهار اینکه رشد تکنولوژی موجب می‌شود تا شکل سنتی عرضه خدمات سفر در چند سال آینده دست‌خوش تغییرات قرار گیرد، افزود: در ابتدای سال جدید کارگاه‌های آشناسازی با ساختار و مزایای طرح‌های استارت‌آپی برای مدیران دفاتر خدمات مسافرتی برگزار می‌شود.

یادداشت



ارزش گذاری استارت آپ از نگاه سرمایه گذار خطرپذیر

سرمایه‌گذاران اغلب در حوزه مورد نظر شما متخصص نیستند. از این رو بیان جزئیات زیاد، موضوع را در ذهن سرمایه‌گذار پیچیده و اجرایی ساختن آن را دشوار می‌کند.

۳- بازار و مشتریان

مشتریان‌تان چه کسانی هستند و فرصت‌های بازار چگونه است؟ صحبت در مورد کل بازار موجود و بخشی که شما برای ارائه محصولات و خدمات هدف‌گذاری کرده‌اید، بسیار مهم است. با ایجاد جدول زمانی، نشان دهید که چگونه قصد دارید در طول زمان به بازار وارد شده و سهم موردنظرتان را کسب کنید. توجه داشته باشید که فرصت بازارتان باید نسبتاً بزرگ باشد، اما سراغ فرصت‌های خیلی بزرگ که توان تحقق آنها را ندارید، نروید و واقع‌بین باشید.

۴- رقابت و رقیب

چه راه‌حل‌ها، فناوری‌ها و یا شرکت‌های دیگری ممکن است در زمان فعلی یا آینده‌ای نزدیک با شما در بازار رقابت کنند؟ ارزش پیشنهادی منحصر به فردتان نسبت به رقیب چیست؟ چرا راه‌حل شما برنده خواهد شد؟ چه مزیتی شما را از رقیب متمایز خواهد کرد؟ بهترین سناریو این است که راه‌حل پیشنهادی‌تان به راحتی توسط خودتان قابل اجرا باشد، اما برای رقیب موانع وجود داشته باشد، در غیر این صورت باید نشان دهید که چگونه قصد دارید همگام با رقیب و حتی جلوتر از آنها حرکت کنید.

۵- اعضای تیم

تیم مدیریتی شما چه کسانی هستند؟ سابقه فعالیت آنها چه مدت است؟ چرا برای اجرای این کسب‌وکار انتخاب شده‌اند؟ آیا شکاف‌های قابل توجهی وجود دارد که این افراد قابلیت پرکردنشان را داشته باشند؟ چگونه می‌توانید مقیاسی را برای رسیدن به اهداف طرح کسب‌وکارتان



با کمک تیم‌تان برنامه‌ریزی کنید؟ نکته: اینکه این عامل مهم‌ترین فاکتور موردنظر سرمایه‌گذاران است البته دلایل متفاوتی وجود دارد، برای مثال تیم‌تان مدت‌زمان زیادی همراه شما خواهد بود و البته بحران‌های زیادی پیش روی کسب و کارتان است، اگر نتوانید در شرایط مختلف تیم‌تان را منسجم نگه دارید، در واقع باید شکست و پایان کسب و کارتان را بپذیرید. کارایی و اثربخشی کسب‌وکارتان مستقیماً به قابلیت‌ها و مهارت‌های تیم‌تان بستگی دارد.

۶- طرح کسب‌وکار

طرح کسب‌وکارتان چگونه است؟ در این بخش مهم است که سود چندساله و طرح سرمایه‌گذاری‌تان را ارائه کنید. فرضیه‌های کلیدی شما براساس طرح کسب‌وکارتان چه بوده است؟ نکته: سعی کنید طرح کسب‌وکار و برنامه‌هایی را که دارید با جزئیات کامل در فایلی منسجم داشته باشید، اما برای ارائه به سرمایه‌گذار تنها دو یا سه اسلاید کافی است. بهتر است با نمودارها و گراف‌های بصری مفهوم را منتقل کنید.

منبع: entrepreneur/modirinfo

مترجم: مارال مختارزاده
کارشناس ارشد کارآفرینی

وقتی استارت‌آپی را راه‌اندازی می‌کنید، مهم‌ترین نکته‌ای که باید بدانید، درک روش‌های ارزش‌گذاری و تخمین ریسک سرمایه‌گذاران برای شرکت‌های نوپا است. سرمایه‌گذاران ده‌ها سال است که با ارزش‌گذاری و ارزیابی پتانسیل شرکت‌های نوپا، برای تأمین مالی آنها تصمیم می‌گیرند. البته این بدان معنا نیست که شما نمی‌توانید کسب‌وکار موفق را بدون برآورده شدن معیارهای ذهنی سرمایه‌گذاران‌تان ایجاد کنید. استارت‌آپ‌های فراوانی وجود داشته‌اند که به‌رغم بی‌میلی سرمایه‌گذاران برای تأمین مالی‌شان، بازارهای بزرگی را فتح کرده‌اند و به موفقیت دست یافته‌اند. گاهی همان ایده‌هایی که چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرند، قابلیت تبدیل شدن به گوگل یا اسکایپی دیگر را دارند.

اما چگونه می‌توانیم با توجه به معیارهای ارزیابی سرمایه‌گذاران خطرپذیر، استارت‌آپ‌مان را ارزشیابی کنیم؟ سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر افراد باتجربه‌ای هستند که دیدگاه و منطق فکری منحصر به فردی دارند. با توجه به همین موضوع ممکن است آنها ارزیابی متفاوتی از شرکتی مشابه داشته باشند. اما شش جنبه مهم در هر کسب و کاری وجود دارد که مطمئناً مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرد:

۱- مسئله‌ای که کسب و کار به آن می‌پردازد

کسب‌وکارتان به چه مسئله و مشکلی می‌پردازد و کدامین دغدغه مشتری را مرتفع می‌سازد؟ چرا این مسئله مهم است؟ به‌عنوان مثال، مسئله‌ای که شرکت حمل و نقل «Uber» را متوجه خودش کرد، این بود که: «گرفتن تاکسی یا وسیله نقلیه برای اینکه افراد را از نقطه A به نقطه B برود یک دردسر واقعی است، باید برنامه‌ای برای آن وجود داشته باشد».

بنابراین اگر بتوانید راه‌حلی برای مسئله‌ای چالش‌برانگیز پیدا کنید، کمک بزرگی به تأمین مالی شرکت‌تان کرده‌اید. همین عامل به‌ظاهر ساده یکی از مهم‌ترین معیارهای سرمایه‌گذاران برای کمک به کسب‌وکارها است.

۲- راه‌حل منحصر به فرد

راه‌حل منحصر به فردتان را برای این مسئله بیان کنید و فرآیند اجرایی کردن آن را شرح دهید. سعی کنید سرمایه‌گذاران را قانع کنید که راه‌حل پیشنهادی شما چند برابر بیش از راه‌حل‌های موجود کارآمد است. مفهوم و چگونگی برنامه‌ریزی برای این راه‌حل را کاملاً شفاف بیان کنید. محصولات و خدماتی را که در این راه ایجاد می‌شوند مشخص کنید. توجه داشته باشید که آیا راه‌حل‌تان نیاز به اکوسیستمی منحصر به فرد دارد یا اینکه در حال حاضر با همین وضعیت قابل استقرار است.

سعی نکنید راه‌حل پیشنهادی‌تان را کاملاً تخصصی توضیح دهید.



معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور مطرح کرد

ایده‌های اقتصادی زنان توسط سرمایه‌گذاران دیده نمی‌شود

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه مدیرعامل ۳۵۰ شرکت دانش‌بنیان از بین زنان هستند، گفت این آمار به این معناست که ۱۲ درصد از مدیران شرکت‌ها خانم هستند و ۲۵ درصد از شرکت‌ها، مدیران و یا عضو هیأت‌مدیره خانم دارند. به گزارش ایسنا، سوزنا ستاری روز هشتم اسفندماه در همایش نقش ارتباطات و فناوری اطلاعات در توان‌افزایی زنان با اشاره به اینکه در اوایل انقلاب ۱۷۰ هزار دانشجوی وجود داشت، اظهار کرد: ۱۰۰ هزار نفر از این تعداد در خارج از کشور تحصیل می‌کردند و زنان ۲۳ درصد از دانشجویان را تشکیل می‌دادند.

وی در ادامه با اشاره به تعداد بالای دانشجویان ایرانی در کشور آمریکا که در ابتدای انقلاب باعث شده بود ایران رتبه اول در تعداد دانشجویی در آمریکا را داشته باشد، افزود: این در حالی است که امروزه ۴۰۷ میلیون نفر دانشجویان ایرانی در خارج از کشور تحصیل می‌کنند که تنها ۱۰ هزار نفر از آنها در آمریکا هستند. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه ۵۶ درصد از دانشجویان کشور را آنها در فضای کسب و کار محدود شده است.

زنان تشکیل می‌دهند، تصریح کرد: آمریکا، کانادا و استرالیا مقصد اصلی نخبگان ایرانی هستند و همچنین ورودی خانم‌ها به دانشگاه‌ها نزدیک به ۵۶ درصد است، اما آمار مربوط به خروج آنها به ۴۰ درصد می‌رسد که این مسئله نشان‌دهنده ضعف در سیستم آموزشی کشور است.

ستاری با تأکید بر اینکه زیست‌بوم کارآفرینی در کشور وجود ندارد، گفت: زیست‌بوم کارآفرینی نیاز به پول دارد، اما نباید هر پولی مانند پول نفت که رانت محسوب می‌شود، وارد این زیست‌بوم شود. حضور بخش خصوصی در بازار استارت‌آپ‌ها به جای سرمایه‌گذاری در حوزه سکه و دلار باید تقویت شود. ستاری با انتقاد از اینکه ایده‌های اقتصادی زنان توسط سرمایه‌گذاران دیده نمی‌شود، ادامه داد: این در حالی است که حضور مردان در اقتصاد از پیش اثبات شده است، تنها ۲ درصد از مالکیت جهانی در دست زنان قرار دارد، همچنین ۵۵ درصد فارغ‌التحصیلان علوم رایانه‌ها هستند، در حالی که حضور آنها در فضای کسب و کار محدود شده است.



کارآفرینی در بستر ICT در ۵۰ نقطه از کشور

مشاور امور زنان و خانواده وزیر ارتباطات از افزایش انتصاب زنان در سطح مدیران میانی، به بالا در وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات خبر داد. به گزارش ایسنا، همایش نقش ارتباطات و فناوری اطلاعات در توان‌افزایی زنان دیروز در وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برگزار شد، سوزابه رادفر در این همایش با بیان اینکه این وزارتخانه با همکاری ادارات کل خود طرح ملی کارآفرینی در بستر ICT را در ۵۰ نقطه از کشور در سال ۹۶ اجرایی کرده است، گفت: این طرح در سال ۹۷ نیز در ۲۷۰ نقطه از مراکز استان‌ها، شهرستان‌ها و روستاها اجرا خواهد شد.



وی در ادامه با اشاره به اجرای این طرح به شکل پایلوت در روستای ابرکوه، اظهار کرد: بعد از اینکه سند راهبردی امور زنان و خانواده زنان وزارت ارتباطات در بیش از ۱۵ جلسه تدوین شد، یکی از بندهای آن به توان‌افزایی تعلق گرفت. مشاور امور زنان و خانواده وزیر ارتباطات در ادامه تصریح کرد: این برنامه‌ها در برنامه ششم توسعه نیز لحاظ شده و به دنبال توسعه متوازن و پایدار هستند. توجه به اصل توازن باعث شده است تا نقاط شهری و روستایی به یک اندازه مورد توجه باشند. رادفر با تأکید بر توانمندی زنان ادامه داد: زنان کشور به دنبال گدایی جایگاه شایسته خود نیستند بلکه برای اثبات توانمندی‌هایشان زحمت کشیده‌اند.

او افزود: در جریان انتصابات وزارت فاوا در دولت دوازدهم، زنان در یک هفته سه پست مهم گرفتند. زمانی که قرار بود نفر دیگری پست بگیرد، به آقای چهارمی گفتم این یکی را بگذاریم هفته دیگر تا مبادا مقاومت و ناراحتی از سوی رقبای مرد شکل بگیرد. ایشان گفت با اقتدار همین امروز این کار را انجام دهید و من و تمام آقایان مجموعه در کنار شما هستیم.

وی در ادامه از افزایش انتصابات مدیران میانی به بالا در وزارت ارتباطات خبر داد و آن را رشد سه‌برابری نسبت به رشد کل دولت دانست و افزود: وزیر ارتباطات مجدانه به حقوق زنان معتقد است. به همین دلیل اولین بار انتصاب سه مدیر ارشد زن در این وزارتخانه انجام شده و مدیران کل نیز از یک نفر به سه نفر افزایش یافته‌اند.

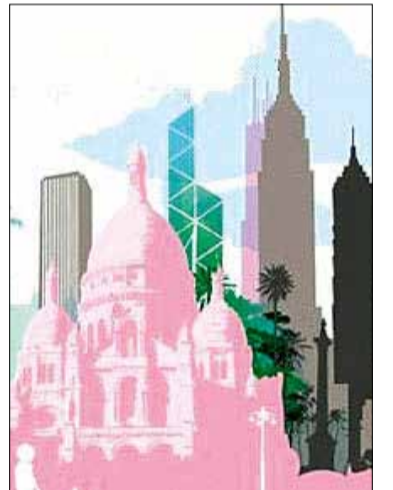
از برندینگ یک کشور تا برندینگ یک شهر

در قرن حاضر یکی از روش‌های سریع ارتقا و رشد اقتصادی جذب سرمایه‌گذاری خارجی است که سبب جذب سایر منابع سرمایه‌ای و استعداد‌های داخلی و خارجی می‌شود. از جمله کشورهایی که در این عرصه تجربه مثبتی به دست آورده‌اند می‌توان استرالیا، کانادا و از همه مهم‌تر جمهوری خلق چین (تحت سیاست یک کشور با دو نظام اقتصادی) نام برد.

فرهنگ (مجموعه‌ای از باورها، نگرش‌ها و مکررات رفتاری که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود)، میراث‌های فرهنگی عادی (مانند اماکن تاریخی از قبیل میدان نقش جهان اصفهان) و معنوی (مانند نوروز، یلدا یا شهرت ایرانیان به مهمان‌نوازی و مهمان‌دوستی)، منبع غیرسرسشاری از انواع گزینه‌ها در اختیار ما قرار می‌دهد که ایجاد اعتماد و اطمینان در ملل دیگر و بهبود کیفیت زندگی در حیطه داخلی را به دنبال دارد. تجربه نشان داده است که وجود غنای فرهنگی در برندسازی کشورها عاملی کلیدی است که بدون آن، همواره برند کشوری ایجاد شده کم مایه و بی‌سرمایه می‌ماند.

مثال بارز این نمونه امیرنشین دومی است که به علت نبود ریشه و بنیه فرهنگی کافی، برندسازی صورت پذیرفته از خطرپذیری بالایی از زاویه تجاری‌شدگی محض برخوردار است. به هر حال در مکان‌هایی که به رشد فقط از دیدگاه مسائل اقتصادی نگریسته می‌شود، خطر به وجود آوردن تصویری قطبی شده از برند کشوری محتمل است که در آن همه چیز از جمله امور معنوی و عاطفی نیز دچار کالاشدگی شده و تجاری‌زدگی در همه عرصه‌های آن یکه‌تازی می‌کند.

یکی از کانال‌های ارتباطی منحصر به فرد با عملکردی شوگر در این عرصه، همان مردمان هر سرزمین هستند. اگر هر شهروند عادی، نه فقط سیاستمداران، ارباب رسانه‌ها و دیپلمات‌ها، بتوانند سفیری مناسب از سرزمین مادری و یا شهر خود باشند، می‌توان شاهد تغییر نگرش جهانیان به آن



کشور بود. به عنوان مثال هر مسافری به هنگام سفر در کشوری دیگر می‌تواند نمایشگر صفاتی باشد که به آن صفات در کشور خود و یا جهان حسن شهرت دارد.

در صحت و درستی ارتباط هویت و تصویر یک کشور بر انگاشت و افکار دیگر ملل دنیا در خصوص صادرات، مردمان و فرهنگ آن ديار شکی نیست؛ و البته همه می‌دانیم که این ارتباط دو سویه است. یعنی صادرات، مردمان و فرهنگ نیز به نوبه خود بر هویت و تصویر آن کشور تأثیر دارند.

با اندکی دقت و مداخله در مثال‌های آورده شده می‌توان دید که دو نوع برند- یعنی برند محصول و برند مکان در این مثال‌ها، به نوعی درهم ادغام شده‌اند که نشان‌دهنده شباهت بسیار برندسازی محصول و خدمات با برندسازی مکان و کشور مشخص شده است، برای جلوگیری از هر گونه سطحی‌نگری و فزونی دقت نظر، لازم است که نخست شرحی برای ایجاد تفکیک‌ها و تمایز بین دو واژه و مفهوم کلیدی و پایه‌ای در این نوشتار، یعنی برندسازی مکان و برندسازی کشور ارائه شود. در ادامه راهکارهایی برای ایجاد برندسازی شهری ارائه می‌شود.

گام‌های اجرایی برای برندسازی شهری در ایران اهمیت و لزوم برندسازی شهری برای ایران، مبانی و تعاریف برندسازی شهری، کشوری، مقاصد گردشگری و مکان.

ابعاد و مولفه‌های هویت شهری.

سابقه تاریخی نام‌آوری شهرها و مناطق در حوزه ایران شهر.

چالش‌های برندسازی تهران با توجه به اهداف سند چشم‌انداز.

مولفه‌های تاریخی و فرهنگی در هویت شهری تهران.

مدیریت شهری و هویت شهری.

ابعاد و ویژگی‌های مدیریت راهبردی برند شهری. رویکردها و مدل‌های ارزیابی برند شهری، هویت شهری و توانمندی شهر.

منبع: modir.biz

برندسازی دیجیتال در دنیای فرادigital



وقتی به بازاربایان گوش کنید یا مدتی با آنها در ارتباط باشید خواهید دید که با توجه به پیچیدگی‌های بازاریابی در عصر جدید و سرعت بالای تغییرات، آنها معمولاً دچار سردرگمی هستند درحالی‌که در دنیای فرادigital (اینترنتی) (post-digital) و با وجود فواید حاصل از برندسازی دیجیتال، برندها نباید هرگز دچار سردرگمی شوند.

فرادigital چیست؟

فرادigital عبارت جدیدی است و اشاره به آن دارد که زندگی در این عصر، مبتنی بر اینترنت است. ارتباطات لحظه‌ای و آنلاین شده است و تکنولوژی در این عصر حرف اول را می‌زند. به یاد داریم که «دیجیتال» چگونه در افزایش میزان تبلیغات (از نظر کانال‌های ارتباطی) نقش داشته و دیده‌ایم که چگونه استراتژی‌های بازاریابی اینترنتی در کنترل جست‌وجو در فضای مجازی (سئو) و هدف‌گیری جامعه هدف در فضای مجازی نقش داشته و دارد. امروزه صحبت کردن فقط در مورد دیجیتال کافی نیست. ما به یک دلیل ساده وارد دنیای فرادigital شدیم، زیرا همه چیز مبتنی بر دیجیتال است.

واقعا همین‌طور است. بدیهی است موبایل و شبکه‌های اجتماعی چگونه و مکان یادگیری بیشتر مردم در مورد چیزهایی را که به آن علاقه دارند تغییر داده است، چه برسد به منابع سرگرمی و الگوی مصرف محتوای پرکاربرد آنها. این مورد بر چگونگی یادگیری آنان در مورد برند شما و برزند رقابتی‌تان اثر می‌گذارد، اما همچنان عجیب است که اکثر شرکت‌ها متوجه اهمیت این موضوع نیستند و حتی از بابت اینکه رقبا از این امکان چگونه برای برندسازی خود استفاده می‌کنند هم نگرانی ندارند و تبلیغات بی‌کیفیت و نادرستی که طراحی آنها مانند تبلیغات قدیمی است و هیچ جذابیتی ندارد نیز گواه این امر است. دنیایی که امروزه در آن زندگی می‌کنیم، از هر نظر و مقصود، برای تمام شرکت‌ها، دیجیتال شده است. مشتریان و مصرف‌کنندگان شما همیشه آنلاین و مرتبط به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی هستند. همچنین تحقیقات اخیر در مورد منابع دستیابی به مشتریان که توسط DMA صورت گرفته، نشان داده که چهار روش از پنج روش درجه یک برای دستیابی به مشتریان، شامل روش‌های مبتنی بر دیجیتال است که خیر خوبی هم هست چراکه در دنیای اینترنت ما اطلاعات و بینش زیادی در مورد مشتریان داریم حتی اگرهم نداشته باشیم ابزار زیادی وجود دارد که بتوانیم اطلاعات لازم برای برندسازی موفق را به دست آوریم و بیشتر مشتریان هدف ما نیز از طریق این کانال قابل دستیابی هستند.

از دیدگاه بازاریابی یا فروش، اگر بخواهیم این دنیا را برای فروشندگان یا بازاربایان قدیمی که آشنایی چندانی با دنیای اینترنت ندارند، توضیح دهیم

فاکتورهای درونی شامل وضوح، تعهد، حمایت و مسئولیت‌پذیری بوده و فاکتورهای خارجی نیز اعتبار، مرتبط بودن، تمایز، سازگاری، حضور مؤثر و قابل فهم بودن را دربرمی‌گیرد. سرمایه‌گذاری روی برندسازی دیجیتال، شما را قادر می‌سازد در مشتریان و مصرف‌کنندگان احساسی نسبت به برندها به وجود آورید تا شما را به خاطر بسپارند و این بیشتر ایجاد فرصت است تا مصرف بیهوده بودجه. دیجیتال (اینترنت) باید به عنوان محوریت فعالیت‌های برندسازی در نظر گرفته شود.

سه منفعت اصلی برندسازی دیجیتال چیست؟

منافع کلیدی حول برندسازی دیجیتال چیست؟ برندسازی دیجیتال فواید زیادی دارد و به این تعداد ختم نمی‌شود، اما می‌توان گفت فوایدی که در ادامه مرور می‌کنیم جزو منافع کلیدی برندسازی دیجیتال به حساب می‌آیند.

۱- برندسازی دیجیتال نشان می‌دهد که برند شما به اندازه کافی پویا و زنده است

می‌دانیم که برند دارایی شرکت است البته اگر بتوانیم آن را به طریقی فعال کنیم. برند پتانسیلی بیش از حد انتظار به شرکت و کمپین‌های بازاریابی آن می‌بخشد و در دنیای امروز که شبکه‌های اجتماعی نقش بارزی در زندگی مردم ایفا می‌کنند عدم برندسازی درست می‌تواند منجر به گم شدن برند شما در شبکه‌های اجتماعی شود و شاید مخاطبان شما هیچگاه برندان را در این شبکه‌ها شناسایی نکنند.

۲- شناخت تغییرات فرآیند خرید

برای ایجاد تغییر در سطح کسب و کار و شناخت قدرت برند، لازم است بدانیم که مردم به روش‌های جدیدی خریدهای خود را انجام می‌دهند. نیاز به بیان مجدد نیست که جهانی که در آن زندگی می‌کنیم و محیط اطرافمان تغییر کرده است و مصرف‌کنندگان دیگر براساس فرآیند تصمیم‌گیری خطی اقدام به خرید نمی‌کنند. اما برند شما اگر به درستی برندسازی شود و استراتژی درست‌تری را در پیش گیرد این فرصت را دارد که در فرآیند جدید خرید هم نقشی بپذیرد.

۳- مسئولیت‌پذیری یک برند یعنی برقراری رابطه

برای حفظ و پیشرفت ماهیت برند در برندسازی دیجیتال لازم است برندها با مخاطبین‌شان در تعامل باشند. آنها باید مسئولیت‌پذیر باشند تا به بخشی از گفت وگوهای مصرف‌کنندگان در بازار تبدیل شوند و از این طریق است که قابل رؤیت می‌شوند و می‌توانند سهمی از توجه نامتجانس مشتریان را به دست آورند. همچنین لازم است مفاهیمی را از جمله قدرت، ارتباط، مرجعیت و حتی تصمیمی که به وسیله برند و مشتریان در حال تغییر شکل دادن هستند، نیز شناسایی کنند. و این راز جدید موفقیت برندسازی اینترنتی در دنیای فرادigital (post-digital) است.

منبع: belovedmarketing

می‌توان گفت: «در این دنیا فرصت‌های زیادی برای بازاریابی و برندسازی وجود دارد و امکان دسترسی به افراد بیشتر و در مراحل مختلف فرآیند خرید وجود دارد.» این به آن معنی است که ما باید به نقش بازاریابی به عنوان وسیله و نه هدف، به شیوه متفاوتی نگاه کنیم، و به جای آنکه به مصرف‌کنندگان به چشم مردم نگاه کنیم به رفتارها و باورهای آنها توجه کنیم. لازم است برای برقراری ارتباط با این مصرف‌کنندگان برنامه بازاریابی داشته باشیم، ما در اتافی پشت کامپیوتر نشسته‌ایم که جرقه و یا تمایل به خرید اتفاق می‌افتد (حتی اگر خریدی اتفاق نیفتد، هرآنچه هدف کسب‌وکار و تجارت شما است، مثلا بازدید زیاد از شبکه اجتماعی شما، هدف‌تان است و این اتفاق در صورتی می‌افتد که شما از پشت کامپیوتر تمام این روندها را کنترل و هدایت کنید). دیده شدن، مورد توجه قرار گرفتن یا هر چیز دیگری که اسمش را می‌گذارید، نیازمند آن است که شما ارزش ملموس و محسوسی به فعالیت‌های بازاریابی اینترنتی روزانه خود آن هم در سطحی تقریباً ایده‌آل بین رنج محصولات و خدمات خود، بدهید. این امر ما را به نکته کلیدی بعدی هدایت می‌کند.

برند و نام تجاری بسیار با اهمیت است

در تمام محیط‌های مبتنی بر دیجیتال و موبایل محور، که شبکه‌های اجتماعی و پلت‌فرم‌های خبری اطلاعات و انگیزه‌های جدیدی به افراد می‌دهند، مصرف‌کنندگان منتظر محصولات و خدمات شما نمی‌مانند. مصرف‌کنندگان امروزی، در معرض هجوم برندهای مختلف و به معنای واقعی کلمه مشغول و سرگرم هستند. این امر باعث می‌شود مصرف‌کنندگان در برابر برندهای مختلف

ایستگاه تبلیغات



آگهی‌هایی برای نوازش چشم‌ها در مترو لندن

دنیایی را تصور کن که در آن، مکان‌های عمومی حس خوبی به تو منتقل کنند.

لندن یکی از شهرهایی است که تبلیغات محیطی در آن حکم‌فرمایی می‌کند و گاه این آگهی‌ها می‌توانند خسته‌کننده و زیاد باشند.

سرویس خدمات شهروندان در لندن، یک کمپین منحصر به فرد با هدف جایگزینی تمام آگهی‌های متروی شهر با تصاویر گرچه بود.

«ما می‌خواستیم گوشه‌ای از فضای عمومی را پس بگیریم و مسئولیت را به مردم (و حیوانات‌شان) واگذار کنیم.»

کمپین ما در کمتر از یک ماه توانست ۲۵ هزار پوند کمک جمع کند. چند هفته بعد ۶۸ آگهی را در یکی از ایستگاه‌های مترو نصب کردیم.

از همه مهم‌تر، توانستیم لحظات شاد و ملو از کنج‌کاوی برای مسافران مترو و بازدیدکنندگان خلق کنیم. هزاران نفر برای دیدن تصاویر گرچه‌ها به ایستگاه آمدند و غریبه‌ها در مورد مفاهیم عکس‌ها با هم حرف می‌زدند.»



گروه Glimpse که طراح و خالق این کمپین بوده، می‌خواهد قدرت خلاقیت را برای اهداف «خوب» به کار برد. آنها می‌خواهند به جای تمرکز بر مشکلات، نگاهی گذرا به جاهایی در دنیا داشته باشند که در آن اتفاقات خوب رخ می‌دهد. در فوریه ۲۰۱۶ اعضای تیم Glimpse به خودشان گفتند «دنیایی را تصور کن که در آن دوستی و تجربه‌ها با ارزش‌تر از خریدنی‌ها باشد.» پس آنها فکر کردند که در ایستگاه‌های شلوغ مترو به جای آگهی‌های همیشگی، تصاویر دیگری بگذارند. جنگل‌های زیبا! لحظات وقت گذراندن با خانواده؟ نه، آنها می‌خواستند حرکت‌شان دیده شود و «اینترنت» آن را دوست داشته باشد. پاسخ روشن بود؛ گرچه‌ها.

طراحان و نویسندگان زیادی برای انجام این پروژه به گروه کمک کردند. اخبار کمپین حتی در چین هم منتشر شد و یکی از حامیان این کمپین از آمریکا برای دیدن پوسترها به انگلیس سفر کرد.

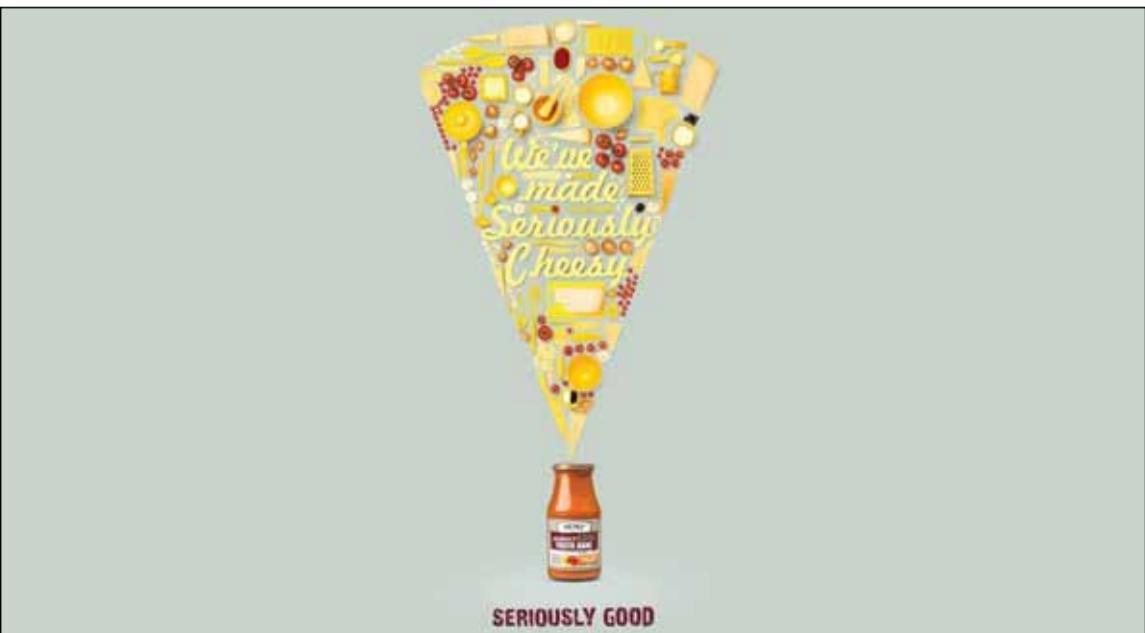


آنها مخالف تبلیغات نیستند. بر و بچه‌های Glimpse معتقدند این روزها دنیا بیش از هر چیزی به خلاقیت نیاز دارد، به گشودن چشم‌ها به دریچه‌های جدید برای نگرستن به دنیا و اندیشیدن در مورد جهانی که در آن به سر می‌بریم. آنها می‌گویند که آژانس‌ها و برندها باید به قدرتی که در اختیار دارند فکر کنند و از آن برای تکثیر ارزش‌های مثبت در جامعه استفاده کنند؛ چیزهایی مثل همدردی و تحمل و دور هم بودن باید به قلب فرهنگ‌ها بیاید. دنیایی را تصور کنید که صنعت خلاقه از تمام توان عظیمش برای پررنگ کردن این ارزش‌ها و مرتبط کردن با آن با میلیون‌ها انسان استفاده کند.

منبع: Medium/mbanews



تبلیغات خلاق



مشتریان ابدی

بهترین طرح‌های وفاداری، وفاداری به وجود نمی‌آورد

حمید حاتم‌طهرانی
کارشناس بازاریابی

از این مطلب استفاده کنید زمانی که می‌خواهید به برنامه وفاداری مشتریان خود بهای بیشتری بدهید.

وقتی شرکت‌ها به وفاداری مشتریان با برنامه وفاداری فکر می‌کنند اغلب آنها نوعی پاداش‌ها را در نظر می‌گیرند تا مشتریان را حفظ کنند.

مطمئنم، مشتریان چیزهای رایگان را کم و بیش دوست دارند. چه کسی دوست ندارد؟

اما در بسیاری از موارد، این نوع از تکنیک‌ها فرقی با افزایش قیمت‌ها ندارد. علاوه بر این، براساس یک تحقیق توسط مؤسسه fast. MAP در اواخر سال ۲۰۱۳،

۹۶ درصد از مشتریان وسوسه می‌شوند تا وفاداری را برای قیمت مناسب به رقیب بدهند.

۲۰ درصد از مشتریان، وفاداری خود را تغییر می‌دهند اگر برنامه وفاداری بهتری از برند رقیب دریافت کنند.

۳۳ درصد از مشتریان برنامه‌های وفاداری را امتحان می‌کنند و از برندهایی که معمولاً آنها خرید نمی‌کنند، استفاده می‌کنند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد ۶۸ درصد از مصرف‌کننده‌ها، از یک سوپرمارکت خرید می‌کنند، اما فقط ۴۷ درصد آنها به سوپرمارکت وفادار هستند.

برنامه وفاداری مشتریان الزاماً وفاداری به همراه نمی‌آورد.

مشتریان چیز مخصوصی در ازای وفاداری خود می‌خواهند.

۷۱ درصد از آنها می‌گویند که آنها پیشنهادها و خدمات بهتر را دوست دارند.

۴۸ درصد آنها می‌گویند که آنها خدمات مشتریان بهتر را ترجیح می‌دهند.

مشتریان می‌گویند که آنها پاداش‌ها و چیزهای رایگان را دوست دارند، اما اگر با پیشنهاد بهتری مواجه شوند از شرکت یا برند دیگری خرید می‌کنند.

بنابراین، داشتن یک برنامه وفاداری انگیزشی هیچ تضمینی برای اینکه مشتریان به شما وفادار بمانند، نیست.

به هر حال، این مسئله به این معنا نیست که شما باید برنامه وفاداری خود را کنار بگذارید اگر مبنای شما براساس انگیزه دادن به افراد است.

فقط محدودیت‌ها را بفهمید و فکر نکنید که برنامه وفاداری، وفاداری به ارمغان می‌آورد!

علاوه بر این، اگر می‌خواهید با برنامه وفاداری انگیزشی ادامه دهید پس آن را هدف قرار دهید یا با آن کاری خلاقانه و زیرکانه شروع کنید، تا آن برنامه برای مشتریان برجسته شود.

روش کاربرد:

بسیاری از شرکت‌ها برای طراحی برنامه وفاداری خود تلاش زیادی نمی‌کنند و موفقیت خود را به شانس واگذار می‌کنند.

موفق‌ترین برنامه وفاداری ویژگی‌های زیر را دارد: شرکت‌ها باید به وضوح بدانند که هدف برنامه آنها چیست. انجام این کار به شما کمک می‌کند تا مشتریان، طراحی و ارائه درستی را هدف قرار دهید که بیشترین سود و مناسب‌ترین مقیاس برای اندازه‌گیری عملکرد شما باشد.

شرکت‌ها اطلاعات را زیر و رو می‌کنند تا با ارزش‌ترین مشتریان را پیدا کنند. اکثر برنامه‌های وفاداری از تعداد دفعات خرید به عنوان نماینده‌ای از سود مشتری استفاده می‌کنند. مسئله همیشه این نیست. اطلاعات مشتریان باید تجزیه و تحلیل شود تا مشخص شود که کدام مشتری، بیشترین تأثیر بر خرید و سود را دارد. سپس برنامه شما باید برای این افراد پاداش در نظر بگیرد و شرایطی را فراهم کند که آنها مشتری شما باقی بمانند.

شرکت‌ها برنامه‌های چند منظوره وفاداری درست می‌کنند.

عناصر منتشر شده و منتشر نشده در برنامه وفاداری

برنامه‌های منتشر شده معمولاً آنهایی هستند که برای عموم در دسترس هستند و همچنین براساس ارزش یا پتانسیل مشتریان از مزایای مختلفی بهره‌مند می‌شوند. در عمل، این برنامه‌ها است که سطوح مختلفی مانند برنز، نقره، طلا و پلاتین دارد.

برنامه‌های منتشر نشده خصوصی، دعوتی و در بسیاری از موارد تجربی هستند. برای مثال، بسیاری از برندها بهترین مشتریان‌شان را برای معرفی یک محصول، یک رویداد ورزشی یا یک ضیافت شام دعوت می‌کنند، تا آنها احساس خاصی داشته باشند و بخشی از باشگاه انحصاری‌ها باشند.

برنامه وفاداری خود را با این ویژگی‌ها مرور کنید و ببینید چقدر با برنامه ایده‌آل فاصله دارید و در صورتی که تمایل دارید اطلاعات بیشتری را در این خصوص دریافت کنید به شما پیشنهاد می‌کنم مطالعه کتاب ۸ گام شگفت‌انگیز در ارتباط با مشتری را از دست ندهید.

همه آنچه باید در مورد فروش مبتنی بر ایجاد رابطه بدانیم



به قلم: آجا فراست
ترجمه: علی آل‌عالی

برخلاف تصور عمومی حوزه کسب‌وکار فضایی عاری از هرگونه حس انسانی و روابط دوستانه نیست. به گفته آدام ریزیکا، مدیر ارشد بخش عملیاتی برند VidScale، فروش مبتنی بر ایجاد رابطه برای کسب‌وکارهایی با سطح متوسط قیمت محصولات گزینه بسیار مناسبی است: «مشتریان شما باید بدانند که می‌توانند به شما تکیه کنند و در صورت ایجاد مشکل شما را در کنار خود دارند». به وجود چنین باوری امکان فروش محصولات حتی در سطح قیمت بالا نیز وجود دارد. در غیر این صورت محصولات ارزان‌مان نیز از سوی مشتریان گران و بی‌ارزش تلقی خواهند شد.

مثال‌های فروش از طریق ایجاد رابطه
شاید در نگاه نخست فروش مبتنی بر رابطه را زیرمجموعه استراتژی‌های B2B طبقه‌بندی کنید. البته این نوع نگاه غلط نیست، بدون شک هر فروشنده ماهری از توانایی‌های خود در زمینه بازاریابی و فروش B2B استفاده می‌کند. برای اساس فروشنده‌ای که هر ماه چند معامله ۵۰ هزار دلاری انجام می‌دهد، حتی به‌طور ناخودآگاه نسبت به تکنیک‌های برقراری روابط صمیمانه با مشتریان تسلط بالایی دارد.

نقطه تفاوت آنچه این مقاله به آن می‌پردازد با استراتژی B2B در توجه بسیار بالا نسبت به نیازها و محصولات ضروری مصرف‌کننده است. شما چقدر با خریداران‌تان آشنا هستید؟ بدون شک این سؤال در زمینه خرده‌فروشی‌ها تقریباً بی‌ربط است. به هر حال یک سوپرمارکت در طول روز با چندصد نفر سروکار دارد. با این حال اگر تولیدکننده عمده هستید،

آنگاه این پرسش چندان هم غیرمنطقی نخواهد بود. در این زمینه به‌طور معمول برندها با چند مشتری اصلی مواجه هستند. فروشندگان باهوش همیشه به دنبال ایجاد روابطی پایدار با مشتریان ثابت‌شان هستند. بدین ترتیب برای مثال تلاش برای تأمین نیازهای افراد به هنگام ملاقات یا سفر گروه‌های تجاری به شهر محل استقرار شرکت نمونه مناسبی از این

فرآیند محسوب می‌شود. در این زمینه حتی کوچک‌ترین مسائل نیز حائز اهمیت هستند. اجازه دهید در ادامه به بررسی نکات جزئی مهم در فرآیند برقراری رابطه نزدیک با مشتریان بپردازیم.

گام اول: افزودن ارزش

برای اینکه در همان برخورد اول اعتباری در نگاه مشتری کسب کرده و اعتمادش را جلب کنید، نخستین نکته ضروری افزودن ارزش به رابطه‌تان است. این امر می‌تواند به معنای ارائه توصیه‌های مفید، ارسال لینک‌های مرتبط با موضوع خرید آنها، تلاش برای معرفی خود به صورت کامل و خلاقانه و به‌طور کلی هر چیزی که به آنها نفع برساند، باشد.

گام دوم: آگاهی از شرایط آنها

پس از آنکه توجه مشتری‌ها را جلب کردید و به وی نشان دادید زمان‌شان ارزش صحبت با شما را دارد، به سراغ چالش‌های کسب‌وکارشان، اهداف، معیارها و المان‌های ارزشمند در انتخاب‌شان در کنار اهداف شخصی و حرفه‌ای آنها بروید. اطلاعات به دست آمده از این طریق شما را در راستای پاسخ به پرسش‌های زیر یاری خواهد کرد:

- آیا محصول شما در چشم‌انداز آتی مشتریان جایگاهی دارد؟
- آیا آنها توانایی لازم (قدرت، بودجه، زمان کافی و معیارهای مشابه) برای خرید محصول‌تان را دارند؟

هرگز فرآیند فروش را بر کسالتی که علاقه‌ای بدان ندارند، تحمیل نکنید. شاید شما توانایی اقتناع طرف مقابل را نداشته باشید، اما هرگز این نکته را فراموش نکنید: فروش رابطه‌محور مبتنی بر اختصاص زمان طولانی است. در این فرآیند باید تا حد امکان از القای حس سوءاستفاده به مشتریان جلوگیری کرد.

در واقع باور مشتری به اینکه از اعتماد وی استفاده نادرستی می‌شود، کل فرآیند برقراری رابطه را نابود خواهد کرد، بنابراین عمده تلاش‌ها در این مرحله، باید توجه به شرایط و موفقیت مشتری صرف‌نظر از منافع بردمان باشد.

گام سوم: ارائه توصیه‌های تخصصی
در این مرحله باید اطلاعات به دست آمده از مشتریان را با اهداف تجاری‌مان ترکیب کنیم. برای مثال با توجه به نیاز مشتریان استفاده از نوع خاصی از محصولات را بدان‌ها توصیه کنیم (در این زمینه اولویت با محصولات خودمان است).

به منظور اطمینان مشتری گفت‌وگوی خود را با مثال‌هایی در مورد افرادی با وضعیت مشابه مشتری فعلی‌تان همراه سازید: «فرد/شرکت X نیز وضعیت و مشکلی مشابه شما داشت. من به آنها استفاده از این روش/محصول را توصیه کردم. پس از گذشت زمان شخصی تأثیر مثبت توصیه‌ام روی کسب‌وکارشان نمایان شد». استفاده از مثال عینی به مخاطب امکان بررسی دقیق‌تر صحت گفته‌های‌مان را می‌دهد. بدون شک هیچ چیز تأثیرگذارتر از باور و یقین شخصی مشتری نسبت به گفته‌های‌مان نیست.

گام چهارم: حل شکایات‌ها

رفع مشکلات و کاستی‌های محصول‌مان گامی ضروری به منظور موفقیت در هر فرآیند فروشی است. عدم توجه کافی به این نکته موجب تبدیل مشتری‌های‌مان به دشمنان سرسخت خواهد شد. بدین ترتیب علاوه بر کاهش فروش با معضل گسترش اعتراض مشتریان از دست رفته و سرایتش به سایر خریداران مواجه خواهیم بود. یکی از کارهای مهم در این مرحله، پاسخگویی سریع به شکایات مشتریان است. در این فرآیند باید صبور و صادق باشیم. ارائه پاسخ‌های غلط نه تنها کمکی به رفع مشکل نمی‌کند، بلکه آن را بزرگ‌تر نیز خواهد کرد.

به منظور شناسایی نگرانی و مشکلات مشتریان، ارائه پرسش‌های زیر مناسب به نظر می‌رسد:

- آیا عامل خاصی شما را از خرید منصرف می‌سازد؟
- در مورد چه چیزی نگران و عصبانی هستید؟
- به نظر‌تان تغییر چه المانی در محصول حاضر، به بهبود آن کمک خواهد کرد؟

پس از آنکه پاسخ مشتریان را دریافت کردید، به منظور اطمینان از صحت اطلاعات‌تان برداشت خود از گفت‌وگو را مطرح کرده و نظرشان را جویا شوید. در نهایت نیز مرحله عمل فرا می‌رسد.

در اینجا براساس اطلاعات دریافتی باید نسبت به تغییر روند غلط اقدام کنیم.

گام پنجم: یافتن راهکار برد-برد
بسیاری از فروشندگان با فرآیند فروش به عنوان بازی برد- باخت برخورد می‌کنند. به بیانی دیگر، در یک خرید موفق هر دو طرف فروشنده و خریدار باید برنده شوند. در این مرحله خودخواهی هر کدام از طرفین باعث ملتمس به آینده رابطه خواهد شد. راهکار مناسب برای پرهیز از چنین رخدادی عمل براساس اصل تفاهم است. به این ترتیب رفتار شما باید بیانگر اهمیت برخورداری برابر هر دو طرف از سود معامله باشد. به این ترتیب رابطه‌ای بلندمدت با شما افزایش خواهد یافت.

گام ششم: به افزودن ارزش ادامه دهید
پس از انعقاد قرارداد و انجام معامله

از زندگی مشتری خارج نشوید. این کار فرآیند استحکام رابطه‌تان را با خطری جدی مواجه می‌سازد. تداوم حضور در رادار مشتری بر عمق رابطه‌تان تأثیر اتکارناپذیر خواهد گذاشت. اگر طرف مقابل‌تان مجموعه‌ای بزرگ و تأثیرگذار در کسب‌وکار‌تان است، عبور از مرزهای روابط معمولی ضروری خواهد بود. بر این اساس دعوت نماینده طرف مقابل برای مذاکره بیشتر، تریک مناسبیت‌های مهم و تقاضا برای ایجاد روابط بیشتر در زمینه کسب‌وکار گام‌های مناسبی محسوب می‌شود.

تکنیک‌های فروش رابطه‌محور
اصل اساسی در زمینه فروش مبتنی بر ایجاد رابطه ساده است: همیشه به اهداف و منافع بلندمدت توجه کنید. بر این اساس توجه‌تان را به چند عنصر اساسی در این زمینه جلب می‌کنم:

صداقت
عدم صداقت به رابطه‌ای را دچار مشکل خواهد کرد. در حوزه کسب‌وکار اطمینان از عدم برداشت نادرست مشتریان از نحوه عملکردمان اهمیت حیاتی دارد. به این ترتیب در صورت آگاه‌سازی مخاطب از وجود مشکل تا حد زیادی از مشکلات بعدی جلوگیری خواهد شد. توجه داشته باشید اگر مخاطب شخصاً به وجود مشکل در رابطه‌تان بی‌برود، هزینه‌های سنگینی را متحمل می‌شود.

۲- استمرار
استمرار استراتژی‌تان نسبت به طرف مقابل نقشی اساسی در تکرار خرید آنها دارد. استفاده از بازاریابی ایمیل‌محور یا ارسال نامه‌های فیزیکی در استمرار رابطه‌تان با مشتریان مؤثر است. توجه به جزئیات در این مرحله اهمیت بالایی دارد. در واقع مشتری باید متوجه توجه بردتان به تک تک خریداران شود.

به سوی بی‌نهایت
اگر قصد حفظ وفاداری کسی را دارید، فرائز را انتظارش عمل کنید. ارسال بلیت‌های ویژه برای مشتریان به منظور حضور در مراسم بردتان یکی از بهترین راهکارهای تزریق هیجان به آنها محسوب می‌شود. در هر صورت باید به گونه‌ای با آنها برخورد کنید که همیشه یک گام از انتظارات‌شان جلوتر باشید. این امر به معنای خرج هزینه گزاف نیست، بلکه تنها اندکی خلاقیت بیشتر لازم است.

حفظ تعهدات
اجرای تعهدات و عدم فراموشی قول‌های‌مان به مشتریان در استمرار رابطه دوطرفه تأثیر بالایی دارد. بر همین اساس همیشه به تعهدات‌تان نسبت به مشتریان پایبند باشید، حتی اگر آن مورد از اهمیت بسیار ناچیزی برخوردار باشد. به عنوان مثال اگر برای همه مشتریان‌تان ایمیل‌های هفتگی در روز جمعه ساعت ۶ بعدازظهر ارسال می‌کنید، همیشه این روند را ادامه دهید. آگاهی از اینکه برخی از مشتریان تا صبح شنبه ایمیل‌شان را چک نمی‌کنند، دلیل منطقی برای تأخیر در ارسال پیام به آنها نیست.

منبع: hubsport

ایستگاه بازاریابی

شکست‌ها و پیروزی‌های استراتژی بازاریابی برندهای بزرگ جهان

برندهای بزرگ و ثروتمند جهان، استراتژی‌های بازاریابی مخصوص خود را دارند که شرکت‌های کوچک نیز می‌توانند درس‌هایی از آنها بیاموزند. برندسازی و استراتژی بازاریابی برند، هنری است که نیاز به تماشای کردن و بررسی زیاد دارد. افراد فعال در این زمینه می‌توانند با بررسی روندهای این کار در شرکت‌های دیگر، سرنخ‌ها و روش‌های مخصوص شرکت خود را بیاموزند. در دوران کنونی کسب و کار، برندها به سرعت در حل رشد هستند. بازاریابی شبکه‌های اجتماعی در حال رشد سریع در شرکت‌ها است و پتانسیل بالایی برای مشهور شدن برندها ایجاد کرده است. در این میان شرکت‌هایی با بودجه‌های هنگفت، استراتژی‌هایی آموزنده دارند که مشاهده و یادگیری از موفقیت‌ها و شکست‌های آن‌ها، تنها نیاز به مشاهده و دقت دارد. در ادامه این مطلب به بررسی شکست‌ها و موفقیت‌های اخیر برندسازی چهار برند مشهور می‌پردازیم.

Pepsi

در چند وقت اخیر، کمپینی با حمایت پبسی در شبکه‌های اجتماعی مشهور شد. این برند تلاش می‌کرد تا اخبار و نظراتی در مورد اسنک‌های مخصوص باتوان منتشر کند. فعالیت شدید پبسی در شبکه‌های اجتماعی باعث شد بازخوردهای زیادی در این مورد منتشر شود. اکثر کاربران به این حرکت واکنش نشان دادند و در توییت‌ها و پست‌های خود، عنوان کردند که مشکلات زنان در جهان بسیار بیشتر و مهم‌تر از مواردی است که پبسی و همکاران به آن می‌پردازند. شخصیت‌های مشهور شبکه‌های اجتماعی نیز واکنش‌هایی منفی نسبت به این حرکت داشتند. درسی که از این اتفاق می‌توان گرفت این است که پیش از شروع هر کمپین و اعلام رسمی آن، تمام جوانب را بسنجیم و منتظر انواع پاسخ‌ها از طرف کاربران باشیم. به بیان دیگر باید آمادگی پاسخگویی به انتقادها را داشته باشیم و پیام‌هایی را برای آن آماده کنیم. نکته مهم دیگر این است که پیش از شروع هر کمپین بازاریابی، در مورد پیامدهای آن مطالعه کنیم و به نکاتی بپردازیم که بحث روزه شبکه‌های اجتماعی باشند.

RAM

تیلیغات مرتبط با اینگ ورزشی Super Bowl در هفته‌های اخیر با شدت زیادی منتشر شدند. یکی از شرکت‌هایی که در این زمینه استراتژی گسترده‌ای داشت، شرکت رم بود. آنها تصمیم گرفتند با صداگذاری روی یکی از سخنرانی‌های مارتین لوتر کینگ، کمپین تبلیغاتی خود را شکل دهند. این تبلیغات به خوبی پیش رفت و اکثر مخاطبان، سبک آنها را بی‌شرمانه می‌دانستند. نکته مهمی که این شرکت در استراتژی خود رعایت نکرد، هماهنگی میان بخش‌ها و حفظ زبان برند بود. آنها در تلاش بودند تا نوآوری خاصی در سبک تبلیغاتی خود ایجاد کنند که البته موفق نشدند.

L. L. Bean

از تصمیمات اخیر این برند خرده‌فروشی می‌توان به لغو گارانتی مادام‌العمر محصولات اشاره کرد. آنها در آخرین اظهارنظر خود اعلام کردند که این گارانتی را از محصولات خود حذف و در عوض، سیاست بازگشت وجه یک‌ساله را اجرا خواهند کرد. علاوه بر آن، شرکت در مورد مشکلاتی که پس از این مدت پیش خواهد آمد نیز تا حدودی مسئول خواهد بود. این شرکت دلیل اصلی حذف گارانتی را سواستفاده افراد از آن عنوان کرده است. تصمیم شرکت برای حذف گارانتی ابتدا با واکنش‌های تند خریداران مواجه شد. آنها دلیل اصلی خرید محصولات این برند را گارانتی مادام‌العمر بیان می‌کردند و تنها به این دلیل حاضر بودند قیمت بیشتری برای محصولات بپردازند و از طرفی شرکت لال‌بین از واکنش به این اظهار نظر‌ها خودداری کرد. مشتریان وفادار این برند، در شبکه‌های اجتماعی به حمایت از این تصمیم برخاستند و با دلایل متنوع، از این حرکت استقبال کردند. در نتیجه تصمیمی که می‌توانست به ضرر برند تمام شود، تأثیر زیادی روی فروش آن نگذاشت. استراتژی این برند در این مورد، بر پایه اعتماد به مشتریان وفادار طراحی شد. آنها مبارزه را به مشتریان واگذار کردند که در عموم موارد، تصمیمی صحیح است. مشتریان وفادار از جنس خود مردم هستند و صحبت‌های‌شان، تأثیر عمیق‌تری روی تصمیم‌گیری دیگران دارد. در نتیجه می‌توان ادعا کرد برندی که سوابقه مناسب داشته و توانسته باشد مشتریان وفادار زیادی جذب کند، در این شرایط می‌تواند به آنها تکیه کند.

CVS

این برند دروبی که در تولید محصولات آرایشی و بهداشتی فعالیت می‌کند، به‌تازگی تصمیم گرفته است که تصاویر تبلیغاتی محصولات خود را بدون روتوش منتشر کند. آنها ادعا کردند از این پس هیچ‌یک از تصاویر تبلیغاتی محصولات آرایشی را روتوش نخواهند کرد و علاوه بر آن، محصولات برندهای دیگر با تصاویر روتوش شده را بر چسب به فروش خواهند رساند. این تصمیم به خاطر احترام و تشویق افراد به اعتمادبه‌نفس صحیح گرفته شده است.

درس استراتژی از برند سی‌وی‌اس، ساخت برندی قوی با پشتوانه مردم است که بتوان تصمیمات دشوار و ساختارکنانه را با تکیه بر آن اجرایی کرد.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

بازاریابی خلاق



اخبار

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی:

کسب مقام اول تیم اعزامی شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی در مسابقات مهارت شغلی شمال و شمال غرب کشور



ارومیه - خبرنگار فرصت امروز- در این مسابقات که به منظور ایجاد شور و نشاط در بین نیروهای عملیاتی و بالابردن انگیزه افزایش ایمنی، استاندارد سازی روش های اجرایی برگزار شد، تیم اعزامی شرکت متشکل از همکاران سجاده جلیزاده، مهران عبادی، مرتضی عبدالله زاده، شمس الدین منگور، محمود میلان و قادر کشی زاده موفق شد با کسب رتبه نخست به مسابقات کشوری راه یابد. این مسابقات با حضور ۱۸۰ نفر و به میزبانی شرکت توزیع نیروی برق کرمانشاه و با حضور تیم هایی از شرکت های توزیع نیروی برق آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی، کردستان، تبریز، ایلام، اردبیل و تیم میزبان برگزار و در خاتمه از تیم های برتر تجلیل شد. بنابراین گزارش از بین داوران اعزامی شرکت به این مسابقات، همکاران سامان جودت نیا و سیدعلی اکبر خراسانی به عنوان داور انتخابی در مسابقات کشوری حضور خواهند داشت.

افتتاح اولین پروژه از برنامه مدیریت استراتژیک برق گلستان با شعار ۷۷۰۷ در افق ۱۴۰۴

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- در راستای اهداف برنامه مدیریت استراتژیک شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان ، اولین پروژه تحت عنوان "انجام ملاقات عمومی بصورت ویدئو کنفرانس " به جهت حذف مراجعه حضوری ، آغاز به کار نمود. این پروژه که از پروژه های با اولویت بالا در سال ۹۶ بود به صورت پایلوت در شهرستان گنبد راه اندازی و اجرا گردید. مطابق برنامه ریزی و پیش بینی صورت گرفته ، تا پایان سال ۹۷ کلیه ۱۵ مدیریت توزیع نیروی برق شهرستانهای استان گلستان مجهز به سیستم ویدئو کنفرانس به جهت برقراری ارتباط مستقیم از شهرستانها با ستاد و انجام ملاقات ارباب رجوع با مدیر عامل شرکت می گردند. از مزایای این پروژه صرفه جویی در زمان، کمک به ترافیک جاده ای و پیشگیری از حوادث احتمالی ارتباط و تعامل چند سویه بین ارباب رجوع مدیریت شهرستان و مدیر عامل و در نهایت اخذ تصمیم و پاسخگویی سریع و سریع می باشد. بدین معنا که ارباب رجوع متقاضی دیدار با مدیر عامل، بدون صرف وقت و مراجعه حضوری به ستاد شرکت در مرکز استان، با مراجعه به مدیریت توزیع برق شهرستان میسر خواهد شد. با هماهنگی قبلی با حضور مدیر مدیریت توزیع برق شهرستان بصورت ویدئو کنفرانس و مستقیم درخواست خود را به مدیر عامل که مستقر در ستاد شرکت می باشد ارائه نموده و در خصوص درخواست ایشان تصمیم سازی لازم صورت می گیرد.

مدیر کل منابع طبیعی گلستان:

مقابله با بیابانزایی در ۲۰۰۰ هکتار از اراضی شمالی گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- ابوطالب قزلسلغلو در نشست خبری به مناسبت روز ملی درختکاری و هفته منابع طبیعی اظهار کرد: اعتبار مصوب سال ۹۶ این اداره کل ۴۶۱ میلیارد ریال است که برای اجرای ۳۰ طرح و ۹۲ پروژه اختصاصی می یابد. وی به فعالیتهای ستاد توسعه فضای سبز اشاره کرد و افزود: کاشت نهال در داخل روستاها و بوستانها و واکاری محورهایی که در گذشته نهالکاری شده اند در دستور کار این ستاد قرار دارد. مدیر کل منابع طبیعی و آبخوانداری گلستان با بیان اینکه در شهرستان های گالیکش، کلاله، مراوه تپه، رامیان و آزادشهر ۳۰۰ هکتار جنگل کاری انجام شده و اجرای این طرح در مراحل پایانی است، گفت: تا دو سال گذشته اعتبارات ملی بیابانزایی به گلستان اختصاص نمی یافت. وی با تأکید بر اینکه اگر اقدامات اصلاحی و احیایی در شمال استان انجام نشود، با پدیده آلودگی و ریز گرد در استان مواجه می شویم، ادامه داد: امسال بته کاری با گیاهان مقاوم به شوری در دو هزار و ۱۰۰ هکتار از اراضی شمالی استان و در عرصه های که در معرض بیابانی شدن هستند، انجام شده است. قزلسلغلو اعتبارات اجرای طرح های ترسیب کرین و بیابان زایی استان را ۷۳ میلیارد ریال عنوان و تصریح کرد: اجرای ۳۰۰ هکتار نهال کاری مشارکتی با درختان شمره، توزیه بنز رایگان برای علوفه کاری در ۳۰۰ هکتار و گردو کاری در ۷۰ هکتار از اقدامات انجام شده در این حوزه است. وی همچنین از پایان تمام طرح های بهره برداری از جنگل در استان خبر داد و خاطر نشان کرد: تمام ۳۱ طرح فعال بهره برداری از ۱۹۸ هزار هکتار از اراضی جنگلی استان متوقف شده است و امسال هیچ نشانه گذاری و قطع انجام نشد. قزلسلغلو همچنین به آمار آتش سوزی در مراتع و جنگل های استان در سال جاری اشاره کرد و گفت: امسال ۴۶۲ مورد آتش سوزی در مراتع و جنگل های استان رخ داد و ۴۸۲ هکتار از اراضی استان دچار حریق شد.

مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب روستایی کهگیلویه و بویراحمد:

بزرگترین و مجهزترین آزمایشگاه آب روستایی کشور در کهگیلویه و بویراحمد به بهره برداری رسید



یاسوج - خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستایی کهگیلویه و بویراحمد گفت: بزرگترین و مجهزترین آزمایشگاه آب روستایی کشور در کهگیلویه و بویراحمد به بهره برداری رسید. فیض الله پالمر اظهار داشت: بزرگترین و مجهزترین آزمایشگاه آب روستایی کشور در کهگیلویه و بویراحمد به بهره برداری رسید. وی افزود: در راستای سنخ سلامت آب و اطمینان از آب شرب مصرفی مردم و همچنین موضوعات تحقیقاتی بزرگترین آزمایشگاه آب کشور در میان شرکتهای آب و فاضلاب روستایی را در کهگیلویه و بویراحمد ایجاد کردیم. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستایی استان با اشاره به هزینه حدود ۴۰ میلیارد ریالی برای این آزمایشگاه، گفت: انجام کلیه آنالیزهای فیزیک و شیمیایی و میکروبی آب، سموم و مواد آلی به وسیله دستگاه GCMS و فلزات سنگین و همچنین کلیه آنالیزهای مربوط به فاضلاب از جمله BOD, COD, DO کدورت و سایر آلاینده های مرتبط با آن در این آزمایشگاه قابل انجام است. پالمر ادامه داد: برای اولین بار در استان گنبدزایی به روش الکترولیز نمک طعام را نیز عملیاتی کردیم. وی گفت: در این روش که به جای کلر مستقیم که ماده ای خطرناک است و نگهداری آن نیز مشکل، نمک طعام استفاده می کنیم و تولید کلر و گند زدایی در بستن آب انجام می شود که این روش هم کم هزینه تر و هم ایمن تر است.

مهندس پرزحمت در نشست خبری با اصحاب رسانه:

افزایش ۳۰ درصدی صدور جواز تاسیس صنایع در قزوین

قزوین - خبرنگار فرصت امروز- رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان قزوین گفت: تعداد صدور جواز تاسیس صنایع در استان طی ۱۱ ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل ۳۰ درصد افزایش یافته است. به گزارش روابط عمومی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان قزوین مهندس پرزحمت روز دوشنبه در نشست خبری با اصحاب رسانه افزود: این رشد نشان از افزایش سرمایه گذاری در بخش صنعت استان را می رساند. رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان قزوین اظهار کرد: در مدت یاد شده همچنین تعداد جوازهای بهره برداری صنایع در استان ۲۰ درصد افزایش یافته است. وی اضافه کرد: امسال همچنین در صدور پروانه کسب اصناف ۱۰ درصد و در صدور جواز معادن نیز ۴۰ درصد نسبت به سال گذشته افزایش داشته ایم. مهندس پرزحمت در بخش دیگری از صحبت های خود به میزان بهره مندی واحدها و طرح های تولیدی استان از تسهیلات رونق تولید اشاره کرد و گفت: در این حوزه به طور مجموع ۲۲۲ فقره تسهیلات به میزان ۶ هزار و ۷۷۰ میلیارد ریال به متقاضیان در قالب پرداخت های مستقیم و طرح بهین باب ارائه شده است. وی با اشاره به سهمیه ۶۹۶ میلیون دلاری صادراتی استان براساس ایلانچیه سازمان توسعه تجارت ایران افزود: در ۱۰ ماهه سال جاری ۳۹۶ میلیون دلار صادرات از گمرک قزوین به ثبت رسیده است و همچنین ۶۵۶ میلیون دلار از کالاهای قزوین در گمرکات خارج از استان صادر شده اند.

ساختمان پاسگاه پلیس راه پیش ساخته گهکم حاجی آباد بهسازی و افتتاح شد

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز- به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان، مهندس باقر جوان هزینه اجرای این طرح را دو میلیارد تومان عنوان کرد. داریوش باقر جوان گفت : همزمان با ۱۸ استان کشور پاسگاه پلیس راه گهکم - حاجی آباد در استان هرمزگان هم به صورت ویدئو کنفرانس به بهره برداری رسید. مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده ای افزود : پاسگاه پلیس راه گهکم-حاجی آباد در زمینی به مساحت ۱۰ هزار متر مربع و با زیربنای ۵۰۰ متر مربع به صورت پیش ساخته و با حضور معاون وزیر و رییس سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای مهندس کشاورزبان ، سردار حمیدی رئیس پلیس راه کشور و جمعی از مسئولین کشوری افتتاح شد. ساختمان پاسگاه پلیس راه گهکم - حاجی آباد همزمان با سراسر کشور با حضور فرماندار حاجی آباد ، مدیر کل و معاونین راهداری و حمل و نقل جاده ای هرمزگان ، رئیس پلیس راه استان و جمعی از مسئولین استانی به بهره برداری رسید.

هر وسیله گازسوز بوسیله دو یا سه عدد زانو به سیستم دودکش نصب شود. وجود زانوی اضافی در مسیر دودکش موجب کندی حرکت محصولات احتراق شده و نهایتاً موجب پس زدگی و خفگی ساکنان منزل می گردد.

روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان شرقی

جلسه هم اندیشی با پیمانکاران اجرایی شرکت گاز آذربایجان شرقی برگزار شد



تبریز - ماهان فلاح- جلسه هم اندیشی با پیمانکاران شرکت گاز استان با حضور مدیرعامل، اعضای هیات مدیره و تعدادی از مسئولین این شرکت در سالن همایش شرکت گاز استان برگزار شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، در راستای ایجاد ارتباط بین پیمانکاران شرکت با مجموعه مدیریت، جلسه هم اندیشی و رفع تنگناهای موجود، با حضور مدیرعامل، اعضای هیات مدیره و رؤسای واحدهای مرتبط و جمعی از پیمانکاران طرف قرارداد شرکت گاز استان در سالن همایش شرکت گاز استان برگزار شد. در این جلسه مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی ضمن تقدیر و تشکر از زحمات کلیه پیمانکاران در سنجش تفاهات غیرهمسطح میدان شهید آجرلو، در تقاطع خیابان بهشتی با بلوار جمهوری اسلامی با اعتبار ۳۶۲ میلیارد ریال، زانوسرا و حسینیة اهلین نور خرمشهر اردوگاه شهید باکری با اعتبار یکصد میلیارد ریال و بهره برداری از استخر ذخیره آب سازمان آراستانها جهت آبیاری و مصرف شستشو در آراستان بهشت سکنیه با حجم آبگیری ۳۵ میلیون لیتر با اعتبار ۲ میلیارد و ۷۰۰ میلیون ریال اشاره کرد. در این بهره برداری همچنین می توان به کلنگرئی و آغاز عملیات احداث پانه شمال با ظرفیت ۷ هزار مترمربع جهت احداث پانه شمال و انتقال شهرنندان به شهرهای شمالی با اعتبار ۳۲ میلیارد ریال و آغاز راهاندازی عملیات اجرای خط ویژه اتوبوس تندرو با خرید یکصد دستگاه اتوبوس و احداث ایستگاهها و تجهیزات ایمنی مسیر با اعتبار یک

یک سازمان بوده و مزیت رقابتی یک سازمان تلقی می گردد و تکریم از منابع انسانی باید به فرهنگ سازمانی تبدیل شود. وی با بیان اینکه پیمانکاران بازوان اجرایی کارفرما هستند، افزود: بایستی برنامه ریزی گردد تا در حضور پیمانکاران از کارکنان پیمانکاران نیز که در اجرای

۳۹ پروژه شهری در کرج بهره برداری شد



کرج - خبرنگار فرصت امروز - ۳۹ پروژه شهری که در کرج با حضور استاندار البرز، نماینده مردم کرج در مجلس اسلامی، شهردار کلاشهر کرج و جمعی از مسئولان شهری، به مناسبت سی و نهمین سالگرد انقلاب اسلامی بهره برداری رسید. از مهم ترین پروژه هایی که به بهره برداری رسید می توان به بهره برداری فاز نخست تقاطع غیرهمسطح میدان شهید آجرلو، در تقاطع خیابان بهشتی با بلوار جمهوری اسلامی با اعتبار ۳۶۲ میلیارد ریال، زانوسرا و حسینیة اهلین نور خرمشهر اردوگاه شهید باکری با اعتبار یکصد میلیارد ریال و بهره برداری از استخر ذخیره آب سازمان آراستانها جهت آبیاری و مصرف شستشو در آراستان بهشت سکنیه با حجم آبگیری ۳۵ میلیون لیتر با اعتبار ۲ میلیارد و ۷۰۰ میلیون ریال اشاره کرد. در این بهره برداری همچنین می توان به کلنگرئی و آغاز عملیات احداث پانه شمال با ظرفیت ۷ هزار مترمربع جهت احداث پانه شمال و انتقال شهرنندان به شهرهای شمالی با اعتبار ۳۲ میلیارد ریال و آغاز راهاندازی عملیات اجرای خط ویژه اتوبوس تندرو با خرید یکصد دستگاه اتوبوس و احداث ایستگاهها و تجهیزات ایمنی مسیر با اعتبار یک

۷۰۰ میلیارد ریال جهت بهبود مشکلات ترافیکی شهر کرج اشاره کرد.

توسعه محلات و ایجاد محلات شاداب از اولویتهای شهرداری کرج است

شهردار کرج گفت: مدیریت شهری در جهت توسعه محلات و ایجاد محلات شاداب و استمرار بخشیدن به حضور مردم در محلات شاداب و استمرار بخشیدن به حضور مردم در مدیریت

گلشیرازی در نشست تخصصی نقش و کاربرد هوش تجاری در مدیریت بازرگانی:

برای حضور فعال در بازارهای بین المللی هوش تجاری ابزار مهم و اثر گذاری برای بنگاه های اقتصادی است



اصفهان - قاسم اسد- رییس کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی اصفهان توجه به انقلاب صنعتی چهارم را یکی از الزامات مهم بنگاه های اقتصادی برشمرد و گفت: برای حضور فعال در بازارهای بین المللی هوش تجاری جایگاه ویژه ای در مدیریت و راهبری بنگاه های اقتصادی دارد . مسعود گلشیرازی در نشست تخصصی نقش و کاربرد هوش تجاری در مدیریت بازرگانی در سالن اجتماعات اتاق بازرگانی اصفهان با اشاره به انقلاب صنعتی چهارم و تاثیر آن در فضای کسب و کار گفت: انقلاب صنعتی سوم با کامپیوتر آغاز شد با اتوماسیون اداری و صنعتی عجیب بود ولی انقلاب چهارم صنعتی از سال ۲۰۰۶ با خلق هوش مصنوعی تحول بزرگی در فضای کسب و کار ایجاد کرد. وی خاطر نشان کرد: استفاده از دیتا و اطلاعات پرآکنده برای بهبود روابط تجاری با مصرف کنندگان در قالب هوش مصنوعی بسیار مهم و اثر گذار است. وی با اشاره به برگزاری همایش ونشست های تخصصی کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی در پرداختن به انقلاب صنعتی چهارم گفت: فعالان اقتصادی بایستی با ابعاد گوناگون هوش تجاری آشنا شوند. بهروز مینایی دانشیار دانشگاه

شورای شهر تبریز تصویب کرد

شرکت های مسافری اینترنتی زیر نظر شهرداری می آیند

در کمیسیون تصویب گردیده است، شرکت های تاکسی اینترنتی موظف هستند برای صدور مجوز از سوی شهرداری، ۵۰ درصد از تاکسی های سرویس دهنده خود را از میان تاکسی های درون شهری انتخاب کنند. اندیش عضو شورای شهر در این ارتباط عنوان داشت: حرکت در مسیر هوشمندسازی ناوگان حمل و نقل عمومی ضرورت دارد و شرکت کمیسیون حمل و نقل در این خصوص اظهار داشت: بایست از فناوری های روز بهره برداری کند. محرم محمدزاده، دیگر عضو شورای شهر با بیان اینکه بسیاری از تاکسی داران تبریز از فعالیت شرکت های اینترنتی منتظر گردیده اند، نسبت به صدور

هوش تجاری، مجموعه ای از نظریات، روش ها، فرایندها، معماری ها و فناوری هایی است که برای تبدیل داده خام به اطلاعات مفید و منساز استفاده می شود. هوش کسب و کار مقادیر بزرگی از اطلاعات را برای شناسایی و توسعه فرصت های جدید بکار می گیرد. بهره بردن از فرصت های جدید و اعمال یک استراتژی اثربخش می تواند مزیت بسیار رقابتی و پایداری بلندمدت به سازمان بیاورد. وی تصریح کرد: هوش تجاری با بالایش اطلاعات، دینتای مناسب کسب و کار تهیه و تنظیم می کند. روح الله رحمانی استادیار دانشگاه تهران در این نشست با تشریح هوش تجاری گفت: در سال ۲۰۱۷ هر ثانیه ۳ میلیون ایمیل تبادل شد و هر یک دقیقه ۲۰ ساعت فیلم در یوتیوب بارگذاری گردید. وی تصریح کرد: شرکت های بین المللی به بیرون مرزها بیشتر از داخل مرزها فعالیت می کنند و در همین راستا به اطلاعات پرآکنده فضای کسب و کار توجه ویژه ای دارند. مدیرفنی برنامه توسعه و پیشرفت نرم افزار در شرکت آمازون و مایکروسافت بینگ در ادامه تصریح کرد: در هوش تجاری مشتریان را باید خوب بشناسید که دقیقاً چه می خواهد. .



مجوز از سوی شهرداری برای این شرکت ها مخالف کرد. پس از بحث موافقان و مخالفان، اعضای شورای شهر تبریز مصوبه کمیسیون عمران و حمل و نقل را در ارتباط با این موضوع مورد موافقت قرار دادند.

بررسی سناریوهای کاهش مصرف در جلسه کارگروه مصرف برق خوزستان



اهواز - شبنم جقواند- جلسه «کار گروه مصرف» کمیته تولید و مصرف برق خوزستان به منظور بررسی تمهیدات لازم در جهت کاهش با برنامه مصرف برق در مرداد و شهریور ماه ۹۷ با حضور تعدادی از مشترکان شرکت برق منطقه ای خوزستان و نمایندگان از صنعت آب و برق استان برگزار شد. کمیته کارگروه مصرف زیرمجموعه کمیته تخصصی تولید و مصرف برق استان است که در پی خشکسالی اخیر و کاهش تولید نیروگاه های برق آبی شکل گرفته تا راهکارهای مختلف کاهش مصرف برق را در تابستان پیش رو مورد بررسی و اجرا قرار دهد. در این جلسه شش دستور کار، ارائه گزارش طرح های تشویقی همکاری صنایع و گزارش نیروگاه های تولید پرآکنده و

تهیه جدول مدیریت مصرف جهت شرکت های مصرف کننده انرژی و تدوین جدول اولیه، بحث و تبادل نظر در ارتباط با موضوع آماده سازی راهکارهای خاموشی و تدوین جدول اولیه، بحث و تبادل نظر در خصوص اجرای طرح کاهش ساعات کار ادارات استان در روزهای با دمای هوای بالای ۴۹ درجه سانتی گراد و پیگیری در خصوص تامین دیزل ژنراتورهای اضطراری توسط دستگاه های اجرایی مورد بررسی قرار گرفته و در پایان دستورالعملی برای لازم در راستای این دستور کارها گرفته شد. گفتنی است، جلسه کارگروه مصرف کمیته تولید و مصرف برق با همکاری معاونت برنامه ریزی و تحقیقات و دفتر مدیریت انرژی شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار شده است.

با حضور فرمانده پایگاه بسیج شرکت مهندسی آیفای کشور

بازنشستگان و ایثارگران شرکت آب و فاضلاب شهری مازندران تجلیل شدند



ساری - دهقان - با حضور مدیر دفتر حراست و فرمانده پایگاه بسیج شرکت مهندسی آیفای کشور، مدیرعامل و معاونان شرکت آب و فاضلاب شهری مازندران، مدیران صنعت آب و برق استان، آیین تجلیل از بازنشستگان و ایثارگران شرکت آب و فاضلاب شهری مازندران در بلبسر برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل از آیفاشهری مازندران، محرمی راد مدیر دفتر حراست و فرمانده پایگاه بسیج شرکت مهندسی آیفای کشور در این همایش به بیان جایگاه ایثار و از خودگذشتگی و اهمیت توجه به ایثارگران و بازنشستگان در جامعه پرداخت. مدیرعامل آیفاشهری مازندران نیز در سخنانی ضمن اشاره به اینکه ایثارگران دایگال دوران نبرد حق علیه باطل اند، گفت: این افراد با مجاهدتهای خود در سراسر ایستادگی، شجاعت و از خودگذشتگی را برای نسلهای بعد خود به سمرقش گذاشته اند و لگویی آیدی و شجاعت برای آیندگان شدند. مهندس ذاکری، با بیان اینکه تجلیل از پیشکسوتان و

آیفاشهری مازندران، ادامه داد: بسیاری از این عزیزان از بدو تاسیس شرکت در کنار ما بودند و دست به دست هم دادند تا شرکت آب و فاضلاب به جایگاه کنونی خود دست یابد. مهندس ذاکری خاطر نشان کرد: بازنشستگان میراث دارانی هستند که گرانبهرترین روزهای عمر خود را، وقف خدمت به مردم کردند و امروز وظیفه ما است که از آنان تقدیر کنیم. مدیرعامل آیفاشهری مازندران، با اشاره به همکاری ۲۵۰ ایثارگر و وجود ۶۵۰ بازنشسته در این شرکت، هماهنگی و پیگیری برای اقامت و اسکان در مشهد مقدس و مهمانسراها سطح کشور، مساعدهتهای درمانی و معرفی به بانک برای دریافت وام به متقاضیان بازنشسته و همچنین بهره مندی از مزایای دفترچه بیمه ایران برای متقاضیان به صورت اقساط، صدور کارت بازنشستگی و برخورداری از ۵ درصد تخفیف در تنهها و کتونیهای مسافرتی و اقامتگاه ها را از جمله تسهیلات در نظر گرفته شده برای بازنشستگان عنوان کرد.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

چهارشنبه | ۱۹ اسفند ۱۳۹۶ | شماره ۱۰۱۴ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع، نشر گستر امروز

آدرس: میزای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲

فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱

امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه:

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

درنگ

چینی‌ها به آرزوی خود رسیدند

جیلی بزرگ‌ترین سهامدار دایملر شد

گروه اقتصادی جیلی که این روزها آرزوهای بسیاری بزرگی در سر می‌پرورانند، موفق به تملک سهم قابل توجهی از شرکت دایملر شده است. بر اساس گزارشی که اخیراً در پایگاه خبری رویترز انتشار یافته، آقای لی شوفو، رئیس هیأت مدیره جیلی توانسته ۹.۶۹ درصد از سهم این گروه بزرگ آلمانی را خریداری کند.

به گزارش دیجیاتو، یکی از منابعی که خواسته‌نامه فاش نشود، در این باره به رویترز گفته: این همان اتفاقی است که آقای لی آرزو می‌کرد، او عقیده دارد شاید یک دو یا سه خودروساز از میان تمام خودروسازان موجود در رقابت جدید دوام خواهند آورد. وی بر این باور است که خودروسازان کنونی باید با همدیگر متحد شوند و سرمایه‌گذاری‌های مشترکی انجام دهند تا شانس برای بقا داشته باشند. شاید برخی بپرسند که منظور آقای شوفو از رقابت جدید چیست؟ در پاسخ باید گفت که ساخت اتومبیل‌های برقی و توسعه مدل‌های خودروان حوزه‌هایی هستند که اینک مورد توجه بسیاری از شرکت‌های خودروساز قرار گرفته است. پیش از این و در نوامبر گذشته، جیلی به‌طور علنی از عزم خود برای توسعه مدل‌های برقی و خودروان پیشرفته با همکاری شرکت‌های بزرگ برده برداشته بود. طبق شنیده‌ها این غول اقتصادی چینی در آن مقطع پیشنهاد خرید بخش اعظمی از سهام دایملر را با تخفیف ویژه مطرح کرده بود، اما مقامات شرکت آلمانی تمایلی به این مسئله از خود نشان ندادند. به هر ترتیب همانطور که در ابتدا نیز اشاره شد، جیلی اکنون با خرید ۹.۶۹ درصد از سهام دایملر، بزرگ‌ترین سهامدار منفرد این کمپانی محسوب می‌شود. بد نیست بدانید این سهم چینی حدود ۹ میلیارد دلار ارزش دارد.

گفتنی است جیلی پیش از این با سرمایه‌گذاری‌های هنگفت بخش عمده‌ای از سهام خودروسازان پراوازه‌ای مثل ولوو و لوتوس را در اختیار گرفته و به نوعی مالک آنها به حساب می‌آید. این کمپانی ثروتمند چینی با پایه‌گذاری برنلد لینکاند کو (Lynk & Co) قصد دارد وارد بازار کشورهای پیشرفته از جمله ایالات متحده شود. البته شباهت نام این برند با برند لوکس فورد یعنی لینکلن ظاهراً دعوای حقوقی بین چینی‌ها و آمریکایی‌ها را به دنبال داشته است.

معرفی استارت‌آپ

سامانه نوبت‌دهی آنلاین

نام استارت‌آپ: نوبتی، سامانه نوبت‌دهی آنلاین

وب سایت: nobati.com

سال تأسیس: ۱۳۹۶

موضوع: نوبت‌دهی

توضیح بیشتر:

نوبتی یک سامانه نوبت‌دهی آنلاین است که در بستر وب و موبایل قابل استفاده است.

خدمات‌دهندگان می‌توانند نوبت‌دهی ارائه خدمات خود را به راحتی و در کمترین زمان و با کمترین زحمت از طریق نوبتی انجام دهند و مدیریت کنند.

خدمات‌دهندگان چون آرایشگران، پزشکان، مشاوران، وکلا، مسئولان و ...

همچنین صاحبان آتلیه‌ها، سالن‌های ورزشی، رستوران‌ها و ...

کاربران عزیز می‌توانند در کمترین زمان بهترین و نزدیک‌ترین ارائه‌دهنده خدمات مدنظر خود را بیابند تا نوبت مدنظر خود را رزرو کنند.



بسته‌بندی خلاق



مسیر موفقیت

چگونه از مدیران بازخورد بگیریم

بازخوردهای سازنده بهترین راه فهمیدن اشتباهات و بهبود روش انجام کار هستند. بازخوردهای سازنده خودبه‌خود ارائه نمی‌شوند و شخص باید برای گرفتن آنها از فرد مورد نظر تقاضا کند. طبق نظرسنجی‌های انجام شده حدود ۶۰ درصد از کارمندان دوست دارند به صورت روزانه یا هفتگی از طرف رئیس خود بازخورد بگیرند. جالب‌تر اینکه این عدد برای کارمندان زیر ۳۰ سال به ۷۲ درصد می‌رسد، بنابراین می‌توان این‌طور نتیجه‌گیری کرد که اغلب کارمندان ترجیح می‌دهند به‌طور مرتب بازخورد بگیرند، اما تعداد کمی از آنها می‌دانند که چگونه باید این کار را انجام دهند. در ادامه این مقاله به بررسی راه‌های انجام این کار می‌پردازیم.

۱- زمان و مکان مناسبی را انتخاب کنید

هیچ مدیری بدش نمی‌آید که بخواهد در مورد عملکرد کارمندان نظر بدهد، اما این کار باید در زمان و مکان درست انجام بگیرد. به‌عنوان مثال هنگام صرف ناهار یا وقتی که مدیر نتوانسته است معامله مورد نظر خود را داشته باشد زمان مناسبی برای مطرح کردن این موضوع نیست. بهترین کار این است که موضوع را با آنها در میان بگذارید و بخواهید خودشان زمان و مکان مناسب را برای یک جلسه کوچک تعیین کنند. به آنها ایمیل بزنید و بگویید که می‌خواهید نظرشان را در مورد عملکرد خود جویا شوید. اینکه آیا توانسته‌اید انتظاراتشان را برآورده کنید یا خیر. همچنین به آنها بگویید که به دنبال راهی برای بهبود عملکرد خود هستید و می‌خواهید در یک جلسه ۱۵ دقیقه‌ای با آنها در مورد این موضوع صحبت کنید.

تعیین زمان و مکان بسیار مهم است. فراموش نکنید که چون با رئیس‌تان در یک مکان عمومی قرار گرفته‌اید، دلیلی نمی‌شود بخواهید از فرصت استفاده کرده و سؤالتان را در حضور دیگران مطرح کنید. مدیران در طول روز ایمیل‌های زیادی دریافت می‌کنند، بنابراین بسیار طبیعی است که درخواست شما را فراموش کنند. اگر اولین ایمیل‌تان بدون جواب ماند ناامید نشوید و چند روز بعد درخواست خود را مجدداً اعلام کنید.

۲- موضوع مشخصی را مطرح کنید

زمانی که با درخواست‌تان موافقت شد و وارد جلسه شدید بهتر است موضوع مورد بحث را به سه یا چهار مورد محدود کنید. به‌عنوان مثال در مورد توانایی‌های اصلی، عملکردی که روی آخرین پروژه داشته‌اید و فرصت‌هایی که در آینده برای گسترش توانایی‌های خود می‌توانید داشته باشید صحبت کنید. فراموش نکنید که همه چیز را ساده بیان کنید. اگر می‌خواهید در مورد پروژه خاصی بازخورد بگیرید بهتر است کلی‌گویی را کنار بگذارید و مستقیم سراغ همان پروژه بروید. مدیر خود را با سؤالات گوناگون سردرگم نکنید. تمرکز خود را روی موضوعاتی بگذارید که برای‌تان اهمیت بیشتری دارند.

حتماً در طول جلسه صحبت‌های مدیر خود را یادداشت کنید. بعد از پایان جلسه نیز فعال باشید. زمانی که صحبت‌ها هنوز تازه هستند یک ایمیل جدید برای مدیر خود ارسال کنید و توضیح دهید که چه برنامه‌ای برای به کار بردن بازخوردهای او خواهید داشت. متن ایمیل را کوتاه بنویسید و این موضوع را بین خودتان نگهدارید. نیازی به بازگو کردن این موضوع به کارمندان منابع انسانی یا مدیران ارشد نیست، مگر اینکه از شما خواسته شده باشد چنین کاری انجام دهید.

۳- بازخوردها را در عملکرد خود لحاظ کنید

فراموش نکنید بازخوردی که تأثیری روی کار نداشته باشد هیچ فایده‌ای ندارد. مدیران به این موضوع توجه می‌کنند و اگر تأثیر حرف‌های خود را مشاهده نکنند احتمالاً دیگر نمی‌توانند مانند گذشته روی شما حساب کنند. اعمال نکردن بازخوردها برای آنها به این معناست که شخص مورد نظر هیچ ایده‌ای در مورد عملکرد خود ندارد و نمی‌داند که چگونه باید برای بهبود آن اقدام کند. بنابراین بعد از جلسه مورد نظر برای خودتان یک هدف ۳۰ روزه تعیین کنید. تعیین محدوده زمانی بسیار مهم است و کمک می‌کند ارزیابی بهتری از عملکرد خودتان در مدت زمان مشخص داشته باشید. بعد از انجام این کار یک ایمیل دیگر برای مدیر خود ارسال کنید و روند پیشرفت‌تان را توضیح دهید. در متن ایمیل از مثال‌های واضح استفاده کنید، کارهایی را که انجام داده‌اید به‌طور کامل توضیح دهید، مهارت‌هایی را که کسب کرده‌اید عنوان کنید و در نهایت نتیجه کار را برای آنها شرح دهید.

۴- بازخوردها را به روند کاری تبدیل کنید

هدف نهایی از گرفتن بازخوردهای سازنده، تبدیل کردن آنها به یک روند انجام کار است. در بسیاری از شرکت‌ها جلسات منظم شش ماهه برگزار می‌شود تا عملکرد کارمندی مورد بررسی قرار بگیرد. متناوب بودن این جلسات اجازه نمی‌دهد عملکردهای اشتباه به عادات دائمی تبدیل شوند. شرکت‌هایی که بعد از پایان هر پروژه یا پایان هر ماه این کار را به‌طور مرتب انجام می‌دهند معمولاً عملکرد بهتری دارند. در مقابل شرکت‌هایی وجود دارند که برنامه مشخصی برای بازبینی عملکرد و بازخورد دادن به کارمندان ندارند. در چنین شرایطی بهترین کار این است که درخواست از طرف کارمند ارائه شود. بازخورد گرفتن تنها به مدیران محدود نمی‌شود، شما برای بهبود رفتار خود می‌توانید از همکاران‌تان نیز کمک بگیرید. این کار را به‌طور مرتب انجام دهید و عملکرد و رفتار‌تان را بر اساس انتقادهای سازنده بهبود دهید.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit

برای مطالعه ۹۱۷ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

پرسش: یک تولیدکننده پوشاک هستم و قصد دارم کسب‌وکارم را گسترش بدهم. پیشنهاد می‌کنید چه اقداماتی را در زمینه برندینگ انجام بدهم که بتوانم با وجود شرایط اقتصادی پیش‌رو و احتمال از میان رفتن تحریم‌ها، با برندهای خارجی رقابت کنم؟

کلینیک کسب‌وکار

فرهنگ جامعه ایرانی را در نظر بگیرید و با دقت تمام و وسواس، نگارش کمپین برندینگ خودتان را مدیریت کنید. تأکید می‌شود نتیجه گرفتن از این کمپین یا به‌اصطلاح برند شدن شما زمان‌بر است. هرگز ناامید نشوید و به کاری که انجام می‌دهید ایمان داشته باشید. اگر محصولات شما دچار افت کیفیت نشوند و کمپین هم خوب نوشته شده باشد، در عرض چند سال می‌توانید با محصولات مشابه خارجی نیز رقابت کنید.

هم‌توانید با رقبای خارجی رقابت کنید، باید به یک برند تبدیل شوید. ناگفته نماند که برند شدن زمان‌بر و پرهزینه است، اما مطمئن باشید اگر شما توان و حوصله این کار را داشته باشید می‌توانید برنده این رقابت باشید. کافی است برای چند سال کمپین برندینگ خود را اجرا کنید و خسته نشوید. برای نوشتن کمپین برندینگ از مشاوران یا شرکت‌های تبلیغاتی زنده استفاده کنید. تبلیغات مشابه خارجی را به دقت بررسی کنید و از آنها ایده بگیرید.

رقابت با برندهای خارجی

پاسخ کارشناس: متأسفانه در ایران کمتر به مقوله برند توجه شده است. در بسیاری از مواقع تولیدکنندگان ایرانی اجناس باکیفیتی ارائه می‌کنند، اما به دلیل اینکه محصولاتشان تحت عنوان یک برند معتبر عرضه نمی‌شود، خریداران رغبت چندانی به خرید نشان نمی‌دهند و خرید محصولات مشابه با برندهای خارجی را ترجیح می‌دهند. برای اینکه شما

مدیریت تجربه مشتری CEM

هستند. مهم آن است که مشتریان تنها مشتریان کنونی نیستند، بلکه حتی مشتریان احتمالی را هم هنوز با کسب‌وکار تماس هم نداشته‌اند شامل می‌شود و این فرآیند تا بعد از خرید کالا یا خدمت و مصرف این هم ادامه یافته و یک رابطه بلندمدت را تداعی می‌کند تا به مشتریان وفادار برسیم.

مزایای مدیریت تجربه مشتری:

در راستای دستیابی به اهداف کسب‌وکار، مواردی وجود دارد که همیشه در کنترل شما نخواهند بود مانند کیفیت مواد اولیه، کانال‌های توزیع و انتظارات مصرف‌کنندگان نهایی. اما آنچه همیشه در کنترل کسب‌وکار است، کیفیت تجربه درک شده توسط مشتری است. با مدیریت تجربه مشتری می‌توان به افزایش سوددهی شرکت یا کاهش هزینه‌ها دست یافت. از جمله مزایای مدیریت تجربه مشتری می‌توان به افزایش وفاداری مشتریان و توسعه فرآیند خرید مجدد، ایجاد مزیت‌های رقابتی برجسته و دستیابی به رهبری بازار، افزایش درآمد و سوددهی کسب‌وکار، افزایش سهم بازار، افزایش مشتریان سودآور، توانایی نوآوری‌های هدفمند و معرفی محصولات جدید و افزایش تعهد کارکنان سازمان و مدیریت ریسک سازمانی اشاره کرد.

منبع: modir.biz

که به شرکت‌ها برای ارزیابی، طراحی، اندازه‌گیری و اجرایی کردن پیشینه مشتری‌مداری کمک می‌کند. در نتیجه اینکه این همسویی با مشتری به جای اینکه طبق تجارب شخصی و اتفاقی افراد صورت گیرد برحسب روش‌های علمی و قابل تکرار صورت می‌پذیرد و مشتری را همواره برای شرکت حفظ می‌کند.

اهمیت مدیریت تجربه مشتری:

در دنیای کسب‌وکار امروزی، مشتریان به دنبال کالاهای عالی و با بهترین کیفیت هستند و در مقابل کسب‌وکارها، کسب سود بیشتر و کاهش هزینه‌ها را دنبال می‌کنند که این دو رویکرد در ظاهر متضاد، اما در واقع هم‌زاد هم هستند و شرکت باید به هر دو اینها توجه لازم را داشته باشد. بنابراین شاید مهم‌ترین چالش برای کسب‌وکارهای امروزی ایجاد تعادل هم‌زمان میان این دو باشد. با مدیریت تجربه مشتری، کسب‌وکارها نه تنها به حداکثری رضایت مشتریان دست می‌یابند، بلکه می‌توانند افزایش سود و حداقل هزینه‌ها را نیز برای خود فراهم آورند. برای رسیدن به تجربه مشتری موفق نیازمند مسیری نه چندان کوتاه‌مدت هستیم که در این مسیر کسب‌وکار و مشتریان هر دو با هم همسفر

مدیریت تجربه مشتری:

این روش شامل مراحل کاملاً آزمایش شده است